ЕЙДОС
ЦЕНТР ПОЛІТИЧНИХ СТУДІЙ ТА АНАЛІТИКИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОЕКТ
ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ

Міфи та правда
про освітню та медичну реформи

Практичний посібник для журналістів

ЗА ПІДТРИМКИ ПРОГРАМИ
U-LEAD З ЄВРОПОЮ

Funded by the European Union
співпраця з німеччиною
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT
Швеція Sverige
Polish aid
ESTONIA DEVELOPMENT COOPERATION
МІНІСТЕРСТВО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ БУДІВНИЦТВА ТА ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

ЕЙДОС
ЦЕНТР ПОЛІТИЧНИХ СТУДІЙ ТА АНАЛІТИКИ

УДК 070-027.22:316.7](477)(07)
Я44

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОЕКТ
ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ

Міфи та правда про освітню та медичну реформи. Практичний посібник для журналістів: Загальна редакція: В. Таран; - Київ: Центр політичних студій та аналітики «Ейдос», 2018. – 88 с.

ISBN 978-617-7031-69-6

Авторський колектив:
Вікторія Топол
Айдер Сеїтосманов
Альона Романюк
Олексій Погорелов
Олександр Кульчицький

Загальна редакція — Віктор Таран

Видання «Як писати про реформи освіти та медицини. Практичний посібник для журналістів друкованих та онлайн ЗМІ» з різних сторін розкриває міфи та реальність впровадження в Україні реформ освіти та медицини, а також містить спеціалізовані матеріали, які допоможуть використовувати нові тенденції та інструменти у написанні публікацій для газет, інтернет-видань та соціальних мереж.

Посібник підготовлено для журналістів газет та онлайн ЗМІ в рамках проекту «Медіашкола з Децентралізації. Курс ІІ», що здійснюється Центром політичних студій та аналітики «Ейдос» за підтримки Програми для України з розширення прав і можливостей на місцевому рівні, підзвітності та розвитку «U-LEAD з Європою», яка фінансується Європейським Союзом та його країнами-членами Данією, Естонією, Німеччиною, Польщею та Швецією.

ЗА ПІДТРИМКИ ПРОГРАМИ
U-LEAD З ЄВРОПОЮ
Funded by the European Union
співпраця з німеччиною
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT
Швеція Sverige
Polish aid
ESTONIA DEVELOPMENT COOPERATION
МІНІСТЕРСТВО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ БУДІВНИЦТВА ТА ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Посібник випущено українською мовою в друкованому та електронному варіантах. Електронна версія видання розміщена на сайті Центру політичних студій та аналітики «Ейдос»: eidos.org.ua.

Центр політичних студій та аналітики «Ейдос» дозволяє поширювати тексти з обов'язковим посиланням на джерело.

© Віктор Таран
© Вікторія Топол, Айдер Сеїтосманов, Альона Романюк, Олексій Погорелов, Олександр Кульчицький
© Центр політичних студій та аналітики «Ейдос»

ЗМІСТ

ВСТУП.....5

Розділ 1. ОСВІТНЯ РЕФОРМА (частина 1).....7
Вікторія Топол

1.1. Навіщо потрібна реформа освіти?.....7
1.2. Як по-новому навчатимуть українських дітей?.....7
1.3. Що ще змінюється в українській школі?.....9
1.4. Що таке Нова українська школа в деталях?.....12
1.5. Коли запрацює реформа?.....15

Розділ 1. ОСВІТНЯ РЕФОРМА (частина 2) 17
Айдер Сеїтосманов

1.6. Чому в селах України погіршилася якість соціальних послуг?.....17
1.7. Сучасний стан шкільної освіти в селі = 7 питань +3 виклики.....18
1.8. Міфи та стереотипи, які заважають розвитку освіти в селах.....20

Розділ 2. МЕДИЧНА РЕФОРМА.....33
Альона Романюк

2.1. Чому Україна на 104 місці за тривалістю життя?.....33
2.2. 11 міфів про Медичну реформу.....34
2.3. Таймлайн реформи.....51
2.4. Урядова програма «Доступні ліки».....52
2.5. Джерела інформації та корисні посилання 53

Розділ 3. ТЕХНОЛОГІЇ НАПИСАННЯ ПУБЛІКАЦІЙ.....57
Олексій Погорелов

3.1. Що робити журналісту місцевого медіа, щоб його читали?.....57
3.2. Де шукати теми, цікаві аудиторії?.....58
3.3. Жанри. Або як подавати різну інформацію у різний спосіб?.....64
4.4. Корисні посилання.....70

Розділ 4. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА.....73
Олександр Кульчицький

4.1. Як зрозуміти, що цікавить ваших читачів?.....73
4.2. Якими мають бути тексти онлайн-ЗМІ?.....76
4.3. Як писати для соціальних мереж?.....80
4.4. Де і як поширювати інформацію, щоб її прочитали?.....84
4.5. Корисні інструменти.....86

ВСТУП

Зображення з ресурсу www.pexels.com за ліцензією CC0

Віктор Таран
Голова Центру «Ейдос»

Дорогі друзі!

2017 рік був сповнений економічними і політичними подіями та серйозними змінами, які відбувалися і всередині держави. Найбільший суспільний резонанс в 2017 році викликали дві ключові реформи: медична і освітня.

Першою стартувала освітня реформа. 5 вересня Верховна Рада ухвалила закон «Про освіту». Термін навчання у школі для першокласників 2018 року складе вже 12 років. Чотири роки діти проведуть у початкових класах, 5 років триватиме їхня базова середня освіта, а останні 3 роки учні будуть отримувати профільну середню освіту, орієнтуючись на майбутню професію. Втім, головним досягненням, на думку педагогів, стало запровадження інклюзивної системи: діти з особливими потребами почали навчатися разом зі своїми звичайними однолітками.

У жовтні Верховна Рада також — дала старт медичній реформі. За словами радника в. о. Міністра охорони здоров'я Юрія Джигира, сьогодні Україна витрачає на медицину понад 60 млрд грн щорічно, втім, якість послуг залишається низькою, а смертність – високою. Головне завдання реформи — змінити підхід до фінансування, щоб кошти йшли на лікування громадян, а не на утримання ліжко-місць. Це також позначиться на зарплатах медперсоналу первинної ланки допомоги: терапевтів, сімейних лікарів, педіатрів. Вони будуть отримувати 370 грн за пацієнта в 2018 році і 450 грн — з 2019 року.

Щоб розвіяти міфи, навколо цих реформ, команда Центру «Ейдос» пропонує вашій увазі короткий методичний посібник, котрий покликаний надати широкий спектр інформації щодо їх перебігу. Окрема увага в посібнику зосереджена в описанні змін, які відбудуться в системі освіти та медицина на найнижчому рівні — сільській місцевості.

Ми переконані, що спільними зусиллями, ми зможемо розвіяти міфи навколо цих реформ та донести правду про ті позитивні зміни, які чекають найближчі роки кожного громадянина Країни.

© Зображення з ресурсу www.pexels.com за ліцензією CC0

Розділ 1.

ОСВІТНЯ РЕФОРМА

Частина 1

Підготувала Вікторія ТОПОЛ

1.1. Навіщо потрібна реформа освіти

Відомий освітянин Кен Робінсон у своїй книзі “Школа майбутнього” пише, що в більшості європейських країн сучасна система освіти зародилася 100-150 років тому. Вона була націлена на те, щоб виховати працівників заводів і фабрик, які стрімко розвивалися в той час.

Ці системи створили на основі принципів масового виробництва: подібно до того, як завод виробляв однакові деталі чи машини, так і школи мали випускати схожих одне на одних людей. А люди, які не вписувалися в еталон, вважалися “бракованими”. Українська школа — не виняток.

Звісно, це трохи перебільшена метафора. Тим не менше, школа була і є місцем, де переважно навчають відповідати одному стандарту, водночас заплющуючи очі на особливості і бажання кожної дитини. Увагу акцентують на так званих академічних дисциплінах (математиці, фізиці, хімії, біології, мовах), тож учні, яким не вдається опанувати їх на високому рівні, вважаються нерозумними.

Зазвичай у цьому звинувачують лише дитину, не зважаючи, що в запасі у вчителя повинен бути арсенал методик і підходів, які мають зацікавлювати і допомагати ставати успішними кожному учню. У результаті, одноманітність викладу інформації і неврахування особливостей дитини впливає на те, що вона втрачає інтерес і мотивацію до навчання.

Окрім того, навчання побудоване на запам’ятовуванні і відтворенні інформації, алгоритмічності дій, а не на розвитку аналітичних здібностей, вмінні вирішувати проблеми й шукати нові підходи (і це зрозуміло, з огляду на виробничу орієнтацію освіти). Хоча саме ці навички, згідно зі Світовим економічним форумом 2016 року, є навичками майбутнього.

Європейські країни зрозуміли хибність збереження освіти в старому вигляді ще кілька десятків років тому. Україна стала на шлях реформування лише зараз, тому мусить наздоганяти і робити кілька кроків за час, що інші країни долали роками.

Реформа освіти розрахована на 12 років, проте найважливішими є найближчі два роки. Це старт реформи, який задасть тон подальшим змінам.

У 2018/2019 навчальному році всі першокласники почнуть навчатися по-новому. Програма максимум на найближчий час — забезпечити початкову школу новими меблями і обладнанням, підготувати всіх учителів перших класів і почати реформування педагогічної освіти, аби, врешті, державі не доводилось безкінечно перенавчати педагогів. А також — створити новий стандарт і програми для 5-9 класів, щоб надати чіткі обриси розвитку освіти на роки вперед.

1.2. Як по-новому навчатимуть українських дітей?

Головний виклик, який націлена вирішити реформа, — орієнтованість освіти на життя. Оскільки світ — уже не той, що був 100 чи навіть 20 років тому, освітяни мають рухатись у ногу з часом, а також усвідомлювати, що сьогоднішні першокласники через 15-20 років житимуть у невідомо якому світі. Тому освіта має підготувати їх до життя в умовах, що швидко змінюються, і дати їм найнеобхідніше.

Отже, Концепція Нової української школи (перший документ, що визначив засади реформи; схвалена розпорядженням Кабміну від 14 грудня 2016 р. № 988-р) пропонує відійти від освіти, орієнтованої на запам'ятовування інформації, до освіти компетентностей.

Закон «Про освіту» (головний нормативний документ реформи, що ухвалили у вересні 2017 року) дає таке визначення компетентності:

"Динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність".

Отже, компетентність — це не просто знання, а взаємодія багатьох компонентів. І найголовніше — вміння це використовувати.

Уже загаданий Закон визначив **10 ключових компетентностей:**

- вільне володіння державною мовою;
- здатність спілкуватися рідною (у разі відмінності від державної) та іноземними мовами;
- математична компетентність;
- компетентності у галузі природничих наук, техніки і технологій;
- інноваційність;
- екологічна компетентність;
- інформаційно-комунікаційна компетентність;
- навчання впродовж життя;
- громадянські та соціальні компетентності, пов'язані з ідеями демократії, справедливості, рівності, прав людини, добробуту та здорового способу життя, з усвідомленням рівних прав і можливостей;
- культурна компетентність;
- підприємливість та фінансова грамотність;
- інші компетентності, передбачені стандартом освіти.

Останній пункт означає, що стандарти освіти (документи, на основі яких складають освітні програми) можуть додати до цього списку інші компетентності, аби він відповідав вимогам часу.

Для всіх компетентностей спільним є розвиток таких умінь: читання з розумінням, уміння висловлювати власну думку усно і письмово, критичне та системне мислення, здатність логічно обґрунтовувати позицію, творчість, ініціативність, вміння конструктивно керувати емоціями, оцінювати ризики, приймати рішення, розв'язувати проблеми, здатність співпрацювати з іншими людьми. Розвивати зазначені компетентності і вміння будуть через новий зміст освіти і нові методики навчання (більше про це читайте в підрозділі 1.4 «Що таке Нова українська школа в деталях?»).

1.3. Що ще змінюється в українській школі?

Свобода вчителя і зміна його ролі

Для того, щоб допомагати учням опановувати компетентності, учитель повинен змінитися. З ретранслятора знань, який припиняє говорити лише для того, щоб опитати учнів, він перетворюється на ментора і фасилітатора. Його завдання — допомогти дитині бути успішною в навчанні, розкрити її потенціал, враховуючи особливості, і досліджувати світ разом з нею.

Ранкове коло. Вчителька сидить на килимку разом з дітьми
Надія Швадчак, nus.org.ua, 2018

Проте аби робити це, учитель мусить отримати певну свободу. Раніше він мав не лише виконувати програму, а й викладати навчальний матеріал чітко так, як вказали районний методист, завуч і директор школи. Тепер же закон «Про освіту» надав учителю свободу обирати методи навчання. Головне — аби він досягав результату, який вимагає від нього стандарт освіти. Учитель — це професіонал, який найкраще знає своїх учнів, а тому може підібрати саме ті завдання, що саме їм підходять для досягнення тої чи іншої навчальної мети.

Також спрощуються стосунки між учителем і освітньою програмою. Міністерство пропонує типові освітні програми, які школа має право видозмінювати під свої потреби.

Окрім того, новий закон демонополізовує ринок підвищення кваліфікації. Раніше офіційно навчати вчителів могли лише інститути післядипломної освіти. Тепер же вчителю дозволено обирати місце підвищення кваліфікації. Це означає, що державні кошти, що виділяються на його навчання, можуть спрямувати в недержавну структуру — тому що вчитель її обрав. Зараз Міністерство освіти і науки розробляє відповідну процедуру.

Демонополізація ринку підвищення кваліфікації, з одного боку, надасть можливість учителям отримувати якісніше навчання, а з іншого — стимулюватиме розвиток державних інститутів післядимпломної освіти. Адже, не зростаючи, вони не матимуть попиту серед педагогів.

Педагогіка партнерства

Один з девізів Нової української школи — ***Школа, дружня до дитини.*** Проте вона так само є дружньою до батьків. Вчителі, шкільна адміністрація і батьки мають спільні цілі — успішна дитина, тож і працювати над цим вони мають разом.

Тому нова школа надає батькам зворотний зв'язок щодо успіхів і проблем дитини через індивідуальні зустрічі та залучає їх до шкільної діяльності і ухвалення важливих рішень.

Окрім того, сучасна школа не може працювати непрозоро. Тому всі школи щорічно оприлюднюють звіти про надходження і використання коштів.

Нова модель управління

Довгий час школи перебували в занадто міцній залежності від районних управлінь освіти, що часом гальмувало позитивні зміни. Закон "Про освіту" вилучив функції контролю в управлінь освіти, залишивши функції, спрямовані на підтримку і сприяння успішній діяльності шкіл.

Серед відчутних змін можна назвати те, що директор школи сам наймає педагогів і своїх заступників. Раніше це робили управління освіти, що іноді перетворювалось на важіль впливу і контролю керівника школи. Також закон чітко визначив, що школи мають фінансову автономію. Деякі школи вже мають окремі від районів бухгалтерії. З одного боку, це вимагає більше знань і відповідальності з боку працівників школи, адже вони мусять самі проводити закупівлі, та з іншого — дозволяє їм самостійно визначати свої потреби, планувати витрати та оперативно проводити тендери.

Новою для української освіти є виборність директорів. Система, за якої одна людина могла обіймати посаду керівника школи протягом понад 20-ти років, іде в минуле. Тепер кожен директор призначається за результатами конкурсу, а не за рішенням керівника управління освіти. Одна людина може бути директором однієї школи не більше двох термінів по 6 років (у випадку, якщо людина стає керівником уперше, то її перший термін триватиме 2 роки).

Нова система забезпечення якості освіти

Раніше єдиним механізмом забезпечення якості освіти була атестація школи. Її проводили управління освіти, у підпорядкуванні яких перебувають школи. Така система була неефективною, адже фактично управління перевіряли самі себе.

На заміну атестаціям іде інституційний аудит. Його проводитиме незалежний орган — Державна служба якості освіти. Плановий інституційний аудит відбуватиметься раз на 10 років. Проте він може завітати в школу і раніше: наприклад, якщо школа стабільно демонструє низькі результати навчання або на вимогу батьків.

З підвищенням якості освіти пов'язана розбудова опорних шкіл. Зараз в Україні більше половини — сільські школи. Чимало з них — малокомплектні. Це означає, що в класах навчаються по кількох дітей, а один вчитель викладає одразу кілька

предметів. Через це освіта в цих школах є неякісною. Про це, зокрема, свідчить дослідження CEDOS: лише 36% випускників з сільських шкіл вступили у виші у 2017 році.

Тому МОН спільно з місцевими органами самоврядування взяло курс на розбудову опорних шкіл. Це заклади освіти, забезпечені матеріально і професійними педагогами, в які доїжджають учні з найближчих сіл, аби отримати якіснішу освіту.

Нова структура школи

Учні, які підуть у школу з 2018 року, навчатимуться за трошки видозміненою структурою. Початкова школа поділятиметься на два цикли (1-2 і 3-4 класи), і, відповідно, результати навчання в стандарті сформовані теж за цими циклами.

Базова школа (5-9 класи) називається гімназією, а старша профільна — ліцеєм. Ліцеї можуть бути академічного або професійного спрямування. Водночас, старша профільна школа триватиме 3 роки, тож сумарно учні навчатимуться 12 років.

Навіщо потрібне 12-річне навчання? По-перше, на території Європи 11 років навчаються лише в Україні, Росії і Білорусі. По-друге, зміна змісту навчання і орієнтація на опанування компетентностей вимагає подовження періоду навчання. По-третє, трирічна старша школа — це повноцінне профільне навчання, за якого учні можуть обрати спрямування. Тобто вивчати близько п'яти предметів поглиблено, а не робити вигляд, що опановують усі 15-20 дисциплін.

Міф: У 12 класі всі будуть одруженими і з дітьми

Як правило, діти розпочинатимуть навчатися в школі з шести років, тож закінчуватимуть 12-й клас у 18-ть. Згідно з дослідженням GfK Ukraine, зробленим на замовлення Центру «Нова Європа», найчастіше молоді люди одружуються і народжують дітей у віці від 25 до 29 років.

Наявність чи відсутність 12-го класу не впливає на ці цифри жодним чином. Окрім того, після запровадження 12-річного шкільного навчання передбачається зменшення тривалості бакалаврату до трьох років на більшості спеціальностей. Отже, сумарна кількість років, проведених за навчанням, не зміниться.

Міф: Опорні школи не ведуть до якості освіти, а закриття шкіл призведе до смерті села

Школа не є установою, навколо якої будується населений пункт. Існування і розвиток села залежать від економічних причин — наприклад, чи є в ньому підприємство, яке забезпечує значну частину мешканців роботою і платить податки. Якщо економіка села розвивається, люди лишаються там жити, і, відповідно, їхні діти навчаються в школі. Отже школа — це установа, яка надає освітні послуги і водночас не може вплинути на збільшення кількості дітей у селі.

Сільські школи закривають у випадку малої кількості дітей. Їм пропонують доїжджати в опорну школу. Головна причина, навіщо це потрібно — підвищення якості

освіти. У дуже маленькому класі дитина не може навчатись ефективно. Така освіта виключає розвиток комунікативних навичок, уміння співпрацювати в команді, вирішувати конфлікти. Окрім того, найкраще діти навчаються одне від одного, а наявність лише кілької дітей у класі зводить це нанівець.

Інша проблема малокомплектних шкіл — недостатня кількість висококваліфікованих учителів. Хороші спеціалісти воліють працювати в містах, тож у маленьких сільських школах нерідкістю є відсустність учителів з деяких предметів.

Опорна — це школа, кадрово і матеріально забезпечена. Тому там учні мають можливість отримати якіснішу освіту.

1.4. Що таке Нова українська школа в деталях?

У лютому 2018 року Кабінет Міністрів України затвердив новий Стандарт початкової освіти. Стандарт — це основний документ, який визначає результати, що мають досягти учні зі всіх предметів на певному етапі навчання. На основі стандарту пишуться освітні програми, і жодна з них не може виходити за межі цього документу.

Перш ніж запроваджувати навчання по-новому в усіх школах, Міністерство освіти і науки вирішило його апробувати. Тому в 2017/2018 навчальному році 100 шкіл по всій Україні пілотують новий Стандарт. У кожній області і окремо в Києві є по чотири “пілотні” школи, в кожній з яких є два нові класи.

Коротко про те, як працюють ці класи

Основний принцип їхньої роботи — дитиноцентризм. Це означає навчання, зорієнтоване на потреби і зацікавлення учня. Кожен день починається з того, що учні кріплять прищепки на смайл, що відповідає їхньому настрою. Таким чином вони вчаться фіксувати та розуміти власний емоційний стан. Після цього розпочинається ранкове коло. Учні разом з вчителем сідають на килимок та обговорюють план на день, спілкуються на якусь тему та вигадують, як покращити настрій сумним дітям. Така форма роботи згуртовує дітей, вчить їх не боятися висловлювати власні думки і почуття.

Вчителька пілотного класу працює разом з дітьми
Надія Швадчак, nus.org.ua, 2018

Після ранкового кола настає час вправи “письмо для себе”, яке ніхто не перевіряє. У кожного учня є зошит, в якому той щоранку пише на одну із запропонованих тем. Спочатку діти малювали, тепер почали писати. Ця вправа змалечку вчить їх на письмі складати слова у речення і не боятися писати так, як їм подобається.

Кожен тиждень у цих класах — тематичний. Це означає, що учні вчать одну тему в межах усіх сфер — і математики, і української мови, і природничих наук. Це навчає їх сприймати світ цілісно і підходити до вирішення проблем комплексно та з точки зору різних наук — того, що вимагає сучасний світ.

Основний підхід до навчання — діяльнісний. Наприклад, вивчаючи тему “Транспорт”, діти можуть проїхатись на трамваї, аби навчитися безпечній поведінці. У межах теми “Осінь” вони розглядатимуть листочки на вулиці, а, вивчаючи воду, заморожуватимуть і нагріватимуть її, аби перевірити, що відбувається. Використання знань на практиці і формування навичок — головне.

В умовах навчання не всі знання можна використати безпосередньо на практиці. Тож, на допомогу приходить навчання через гру. Гра для дітей — це природний спосіб навчання і пізнання світу. До того ж, так уроки стають цікавішими.

Уміння співпрацювати — одна з необхідних навичок у сучасному світі. Тож, від першого дня навчання діти працюють у групах.

Учні пілотного класу працюють в команді
Надія Швадчак, nus.org.ua, 2018

Зі зміною підходів до навчання змінюється і освітній простір. Він має сприяти навчанню. Звичні “класні куточки” пропонують замінити ребусами, загадками, цікавими запитаннями. Водночас, діти стають співтворцями простору навкруги.

Наприклад, замість купленого в книгарні плакату з правилами поведінки в класі ці правила можна випрацювати разом з учнями, самостійно написати чи намалювати і розвісити ватмани на стінах. Самостійно розробляючи правила, діти краще їх дотримуються, а створення плакатів і малюнків сприяє тому, що вони турботливіше ставляться до приміщення.

Водночас Нова українська школа передбачає, що освітній простір стає зручнішим. Наприклад, замість важких, часто ще радянських парт, у пілотних класах є нові парти-трансформери, які можна легко переставити для групової чи індивідуальної роботи. Також для учнів передбачено куточок відпочинку, в якому дитина за потреби може полежати чи просто посидіти.

Вчителі, які працюють у "пілотних" класах, та батьки цих учнів відмічають, що в дітей не згасає мотивація до навчання. Вони з радістю йдуть у школу, хочуть побути там подовше та із задовленням продовжують якісь досліди вдома. І це освітяни називають одним з головних результатів експерименту, адже збереження зацікавленості учнів — один з викликів для вчителів у всьому світі.

Також учителі відмічають, що учні з пілотних класів знають не менше, ніж їхні однолітки, водночас краще співпрацюючи один з одним та комунікуючи з дорослими.

Міф: Діти в початковій школі будуть лише гратися, а не вчитися

Навчання через гру — дійсно важливий елемент освіти початкового рівня. Гра — це природний спосіб пізнання світу для дітей, тож школа пропонує їм навчатись максимально комфортно, ефективно і цікаво.

Навчання через гру не означає, що діти не вчитимуться або вчитимуться замало. Гра — це лише спосіб подання навчального матеріалу.

Міф: Інтеграція предметів вбиває науку

У природі більшість явищ не відносяться до однієї науки, і чимало сучасних глобальних проблем можна вирішити лише за допомогою мультидисциплінарного підходу. Кожне явище — це взаємодія різних процесів, які в школі прийнято вивчати окремо. У результаті, учні не розуміють контексту та вивчають одні й ті самі теми на різних предметах зі значним розривом у часі.

Аби показати учням взаємозв'язок різних явищ, проаналізувати їх з точки зору різних сфер, і потрібна інтеграція. Та це не означає, що в школі зникнуть самостійні предмети. У старших класах учні зможуть вивчати їх окремо, навіть обираючи більш потрібні для себе. Проте все одно тут існуватимуть міжпредметні зв'язки, аби учні отримували знання із загальнонаукового контексту.

Міф: Через дитиноцентризм діти сядуть учителю на голову

Дитиноцентризм не дорівнює відсутності правил. Дитиноцентризм означає, що все, що робиться в класі, має бути спрямоване на розвиток і потреби дитини. Головна мета освіти — виховати людину, яка зможе реалізуватися в дорослому житті й бути щасливою. Тож освіта має враховувати особливості кожної дитини, зважати на її вподобання і допомагати розвивати сильні сторони.

Водночас для ефективної роботи в класі діють правила (які, як було зазначено, учитель розробляє спільно з учнями), і педагог будує зручну для себе і дітей систему навчання.

1.5. Коли запрацює реформа?

З вересня 2018 року всі перші класи працюватимуть за новим Стандартом початкової освіти. Для цього 22 тисячі вчителів, які набиратимуть перші класи, проходять спеціальну підготовку. Їх навчають спеціально підготовані тренери, також вчителі проходять курс на сайті EdEra.

Аби облаштувати освітній простір у кожній школі та забезпечити учнів сучасними навчальними матеріалами, з державного бюджету виділено мільярд гривень. Передбачається часткове дофінансування з місцевих бюджетів з різною часткою для різних типів населених пунктів: для обласних центрів і міст обласного значення — 30%, для районів і ОТГ — 10%, для населених пунктів на лінії зіткнення — 5%.

Що буде після запуску реформи

2018 рік — лише початок реформи. Вона розрахована на 12 років — тобто до 2030-го. Саме тоді буде перший випуск Нової української школи.

У 2018 році за новими програмами працюватимуть перші класи, у 2019-му — перші й другі класи, у 2020-му — перші-треті і так далі. Протягом цього часу відбуватиметься підготовка учителів — поки не підготують усіх. Паралельно планують реалізовувати реформу педагогічної освіти. До цього процесу залучатимуть фінських експертів.

Аби нова школа запрацювала на всіх рівнях освіти, потрібно розробити нові стандарти для базової (5-9 класи) та старшої (10-12 класи) школи. Згідно з планом у Концепції НУШ, це відбудеться у 2019 і 2022 роках відповідно.

Трирічна профільна школа почне працювати у 2027 році. До цього часу програми профільної школи можуть бути запроваджені за наявності коштів і відповідного методичного забезпечення. Планується, що до старту профільної школи буде розбудовано мережу профільних ліцеїв.

Міф: Профільна освіта неможлива в Україні, бо немає профільних шкіл та спеціалістів

У 2018 році профільна освіта дійсно неможлива в Україні. Проте вона має запрацювати у 2027 році. Тож до цього часу місцеві органи самоврядування мусять розбудувати мережу профільних ліцеїв, а МОН підготувати систему профорієнтації для учнів.

Міф: У населеному пункті з однією школою неможливо зробити профільну школу

У населених пунктах з однією школою профільність можна забезпечити за рахунок кількох класів. У випадку наявності лише одного, наприклад, математиного класу учні, які захочуть обрати інше спрямування, зможуть доїжджати в сусідню школу — наприклад, опорну.

SKL International
AFFILIATED TO THE SWEDISH ASSOCIATION OF LOCAL AUTHORITIES AND REGIONS

Швеція
Sverige

Swedish Association of Local Authorities and Regions

Розділ 1.

ОСВІТНЯ РЕФОРМА

Частина 2

© Зображення з ресурсу www.pexels.com за ліцензією CC0

Підготував Айдер СЕЇТОСМАНОВ

Шведсько-український проект
«Підтримка децентралізації в Україні»

1.6. Чому в селах України погіршилася якість соціальних послуг?

Існують різні думки з приводу своєчасності реформи децентралізації в Україні. Одні стверджують, що в умовах воєнного конфлікту реформи потрібно перенести на спокійніший період. Інші вважають рівень життя в селах настільки низьким, що вже чекати не можна. Тому необхідно дати довідку про те, що сталося за останню чверть століття в сільських регіонах України:

- відсутність будь-якої ефективної державної політики соціально-економічної підтримки сіл і селищ призвело до масштабної депресії сільських територій України;
- негативні демографічні тенденції та урбанізація прискорюють процес зникнення сіл і деградацію людського потенціалу сільських громад. Згідно з державною статистикою, в умовах загального зменшення населення з 51,944 млн осіб (1991) до 45,426 млн осіб (2014) питома вага сільського населення начебто суттєво не зменшилась (з 32,46% у 1991 році до 31,028% у 2014 році). Але насправді, значна кількість населення живе і працює в містах, не змінюючи так званої «прописки» в паспорті. Тому в реальності цей показник зменшився суттєво;
- безробіття серед сільського населення на тлі масштабних диспропорцій використання земельних ресурсів. Зазвичай бізнес агрохолдингів спрямовано на високотехнологічне виробництво сировинної експортної продукції. В цей час сталий агропромисловий розвиток сільських територій з урахуванням соціально-економічних потреб сільського населення в цій ситуації залишається за межами економічного зростання;
- низький рівень управлінської здатності сільських і селищних рад, до якого призвела відсутність реальних повноважень, централізована бюджетна система й надмірне адміністративне дроблення території (10,3 тис. сільських рад на початок 2014 року).

Конституційний принцип рівних можливостей для громадян України передбачає, що соціальні послуги (зокрема освітні) держава має забезпечувати на однаковому рівні незалежно від місця розташування закладу, соціального статусу жителів, економічного становища території, віддаленості від мегаполісів тощо. На жаль, говорячи про стан соціальних послуг в сільській місцевості, доводиться говорити про порушення цих принципів.

Внаслідок згаданих проблем, за 1990-2014 роки сільське населення в Україні зменшилося на 2,8 млн осіб. До 2014 року більше ніж 700 українських сіл обезлюдніли, а 407 з них зняті з обліку як населені пункти. На сьогодні в сільській місцевості проживають 13 млн 365 тис. жителів, з яких 1 млн 200 тис. — діти шкільного та дошкільного віку (*http://diso.gov.ua/*).

Результатом децентралізації в Україні повинна бути нова ефективна система місцевого самоврядування. Громади отримали повні управлінські і фінансові повноваження. Збільшилася податкова база місцевого бюджету. Місцева влада вже не призначається «зверху», як РДА. Голову і депутатів обрала громада. Тепер вони підзвітні мешканцям і повинні діяти виключно в інтересах свого населення.

Будівля сільської школи
Айдер Сеїтосманов, 2017

Процес створення справжньої системи місцевого самоврядування набирає швидкості і масштабу. Зараз вже створено більш ніж 700 громад. До кінця 2020 року заплановано, щоб уся країна була тільки в адміністративних кордонах ОТГ. Районні ради і РДА буде розформовано через відсутність потреби в них.

Очікується, що нова влада громад буде здатна забезпечити комфортне життя жителів сіл, селищ та міст. **Саме тому реформи насамперед спрямовані на зміни в сільських регіонах України.**

Питання в тому, наскільки влада і мешканці нових сільських громад готові до цих змін? Чи не буде реформа звичайною заміною вивісок?

1.7. Сучасний стан шкільної освіти в селі = 7 питань + 3 виклики

Очевидно, що згадані численні соціально-економічні проблеми негативно вплинули на рівень освітніх послуг в сільських школах і призвели до системного погіршення якості навчання. Ситуацію із середньою освітою на селі можна охарактеризувати сімома проблемними чинниками.

1. Багато малокомплектних сільських шкіл

За такої ситуації неможливо забезпечити якісну освіту дітей шкільного віку. Порівняння результатів зовнішнього незалежного оцінювання вказує, що рівень знань учнів сільських шкіл майже в 2 рази поступається рівню знань учнів міських шкіл з таких ключових предметів, як «українська мова та література» і «математика». Класи з малим наповненням не дозволяють розвивати у дітей такі важливі компетентності для сучасного глобалізованого суспільства, як ефективна комунікативна здатність, вміння працювати в команді, проактивність в умовах конкуренції, готовність до постійного навчання тощо.

2. Застаріла і неекономічна архітектура шкільних будівель

Технічне зношення інфраструктури і непропорційна завантаженість навчальних приміщень призводять до додаткових витрат на утримання мережі шкіл. Тому шкільні адміністрації часто зайняті вирішенням інфраструктурних проблем, замість управлінням навчально-виховним процесом.

3. Малокомплектні школи — найбільш затратні комунальні установи

Понад 40% видаткової частини бюджету громад використовується на забезпечення освітніх послуг. Великі затрати (в перерахунку на одного учня) позбавляють можливості реінвестувати кошти громади у розвиток кращих шкіл, які забезпечують кращі освітні послуги і вищу якість знань учнів.

4. Школа — один з найбільших роботодавців у сільській громаді

Школа забезпечує близько 20-25% постійних робочих місць у селі. Тому, реорганізація малокомплектних шкіл (з причини неможливості бюджетного утримання і забезпечення ними якості освітніх послуг) швидко викликає соціальну напругу серед вчителів.

5. Неможливість забезпечити повноцінне профільне навчання у старшій школі

Викладання багатьох предметів педагогами-нефахівцями через неможливість забезпечення повного навантаження вчителів-фахівців призводить до зниження якості викладання у старшій школі і, як наслідок, зниження якості знань учнів.

6. Обмеження розвитку педагогічних інновацій у сільській школі

Мала кількість вчителів у малокомплектних школах не сприяє створенню творчої професійної конкуренції серед вчителів, натомість обмежує впровадження нових форм і методів навчання. З іншого боку, слабка мотивація роботи в сільській школі серед випускників педагогічних університетів не сприяє зменшенню досить високого відсотку вчителів пенсійного віку в умовах, де можливості місцевої влади обмежені для вибору найму більш кваліфікованих вчителів.

7. Велика відстань між сільськими школами

Низька якість доріг між багатьма сільськими населеними пунктами призводить до проблем безпеки підвозу учнів та погіршення стану шкільних автобусів. Водночас це обмежує можливості ефективної оптимізації шкільної мережі на основі моделі «опорних шкіл». Діти з віддалених сіл через слабке забезпечення громадським транспортом та погану якість доріг фактично не залучені до заходів позашкільних установ.

Багато з цих проблем накопичувалися роками, і місцева влада з різних причин їх не вирішувала. Однією з таких причин була правова невизначеність управлінських повноважень, що створювало протиріччя та плутанину серед відповідальних сторін.

До створення об’єднаних територіальних громад адмініструванням і функціону-

ванням освітньої мережі в сільських регіонах займалися відділи освіти райдержадміністрацій. Водночас, сільські школи були закладами комунальної власності райрад. Функції сільських і селищних рад були мінімальними і полягали в реалізації деяких непрямих завдань.

Згадані суперечності створювали ще більше проблем, коли йшлося про оптимізацію шкільної мережі. Зіткнувшись з необхідністю впорядкувати малокомплектні школи, відділи освіти РДА часто зустрічали протидію з боку депутатів райрад (бо це необхідне завдання є непопулярним для місцевих політиків).

У підсумку, майже у всіх сільських регіонах України оптимізація шкіл відклалася на невизначений термін. Це призвело до зростання навантаження на бюджети усіх рівнів. Щорічно зростаючі витрати районної освіти компенсувалися додатковими субвенціями з державного бюджету.

Реформа дала об'єднаним громадам усі управлінські та фінансові можливості для покращення якості освітніх послуг в сільській місцевості. **Водночас, громади опинилися в середині трьох масштабних реформ: адміністративної, фінансової і освітньої.** Тобто новій владі громад необхідно одночасно реагувати на потреби населення в нових адміністративних межах, управляти самостійно своїм бюджетом і забезпечувати участь шкіл у реформі освіти.

Кожну з цих трьох реформ можна вважати викликом для нових громад, чиї команди тільки створилися. Багато співробітників нових виконавчих комітетів не мають достатнього досвіду в місцевому самоврядуванні. Є певний супротив з боку районних влад.

В процесі реалізації реформи змінюються правила фінансування і закони. А згідно з Концепцією «Нової української Школи», реформа вимагає від влади постійних зусиль в розвитку співпраці з освітянами та батьками. Саме ця ситуація відрізняє становище системи освіти в ОТГ від вже сталого управління і методичного забезпечення освітою в містах обласного значення і районах, де закладами керують відділи РДА.

Не зважаючи, що ОТГ керують освітою тільки 2 роки, вже напрацьовані багато «кращих практик». З допомогою шведсько-українського проекту "Підтримка децентралізації в Україні" на сайті *http://wiki.sklinternational.org.ua/* можна ознайомитися з різними успішними напрацюваннями громад зі всієї України.

Таким чином, саме забезпечення якості освітніх послуг стане одним з головних критеріїв, за якими українське суспільство буде оцінювати успішність реформ в країні.

1.8. Міфи та стереотипи, які заважають розвитку освіти в селах

Безумовно, що важка ситуація, в якій опинилися сільські жителі, і дуже низький рівень довіри до влади створюють особливу чутливість до її будь-яких дій, зокрема до реорганізації мережі шкіл. На жаль, занепокоєння простих жителів за своє село нерідко стає методом маніпулювання з боку популістів.

Наприклад, в багатьох громадах вже сталися конфлікти через питання оптимізації освітньої мережі. Для голів громад це означає необхідність розуміти і вміти простою мовою пояснити членам громади про реальні проблеми освіти, які існують методи їх вирішення та те, що для влади важлива думка самих людей.

У командно-авторитарної системи колишнього СРСР була відсутня необхідність рівносторонньої комунікації. У кращому випадку людей ставили до відома про вже ухвалені рішення. Ця негативна практика перенеслася в систему державного управління України. Тому чиновники на різних рівнях (зокрема в системі місцевого самоврядування) ігнорують необхідність діалогу з громадянами, або ж імітують діалог.

Для об'єднаних громад, яким необхідно реалізувати безліч складних, болючих і непопулярних завдань у своїй системі освіти, дефіцит ефективної комунікації і відкритого діалогу може дорого коштувати.

Розгляньмо детальніше, навколо яких тем поширені міфи і які аргументи їх руйнують:

Міф 1. Немає школи — немає села. Закриють школу — помре село. З громадських установ в селі залишиться тільки цвинтар

Цей міф є одним з найсильніших. Його люблять популісти різного рівня (від місцевих депутатів до столичних політиків). З його допомогою маніпулюють жителями сіл, батьківською громадськістю, депутатами і журналістами. Існує безліч версій пояснення експертів щодо цього міфу. Спробуємо ще раз ретельно розібратися, в чому саме відбувається підміна понять.

> *«Люди, чого мовчите? Якщо закриють школу, хто вас ховати буде?»*
>
> З виступу однієї літньої учасниці батьківських зборів в сільській школі

Насправді треба просто дати правдиву відповідь на запитання — «Чому зникають села?».

Першою причиною є урбанізація — явище світового масштабу, пов'язане з глобальними економічними змінами в людському суспільстві.

Урбанізація — зростання значення міст в розвитку суспільства, яке супроводжується ростом і розвитком міських поселень, зростанням питомої ваги міського населення, поширенням міського способу життя в певному регіоні, країні, світі.

Ось деякі дані ООН про урбанізацію:

- Три мільярди людей — половина світового народонаселення — живуть в містах.
- До 2050 року в містах будуть проживати дві третини жителів Землі. (У 1800 році в містах проживали тільки 2% людей. У 1950 році лише 30% світового народонаселення вважалися містянами).
- Щодня в міста переїжджають майже 180 000 осіб.
- У країнах, що розвиваються, міське населення щорічно поповнюється на 60 міль-

йонів осіб. Такий рівень зростання міського населення збережеться протягом наступних 30 років.

Але якщо на світові процеси урбанізації ми не впливаємо, то на причини, які прискорюють зникнення сіл в Україні, уряд міг би вплинути. Але, на жаль, будь-яких дієвих заходів досі не було.

Тому, другою причиною можна вважати відсутність реальної державної політики щодо збереження та розвитку місцевої агроекономіки в сільських регіонах України. Навіть ті програми, які декларували економічну підтримку (наприклад, державні гранти для сільгоспкооперативів), на практиці не доходили до простих селян.

Зі сказаного важливо підкреслити: **остаточною причиною, яка змушує сільські сім'ї переїжджати, є прагнення до кращих економічних можливостей в місті замість безробіття і низькооплачуваної роботи в селі. Тому, врятувати село від зникнення можна лише шляхом розвитку в цьому регіоні економіки, і, як наслідок, створення привабливих робочих місць**. Новою надією для збереження українських сіл стала реформа децентралізації, розпочата в квітні 2014 року.

У цьому сенсі наявність школи в селі або відсутність вже не має значення. Найпершими їдуть економічно проактивні сім'ї репродуктивного віку. Тому в селі різко скорочується кількість дітей. Жителі, які залишилися, як правило, не мотивовані, або ж не мають бачення, як їм переїхати. Але як тільки вони отримують кращий економічний шанс — вони також поїдуть.

Зменшення жителів призводить до того, що колись повна школа I-III ступенів (нерідко з багаторічною традицією) переходить в розряд малокомплектних, в якій класи налічують 3-5 учнів, а в деяких випадках діти взагалі навчаються за «індивідуальною формою». Багато разів доведено, що якість навчання в таких школах значно нижча, ніж в тих, де в класах 15 і більше учнів.

Простий аналіз народжуваності в селі за останні 6 років (вік, з якого діти підуть в школу) дозволяє зрозуміти, скільки дітей буде в школі через 6 років. Але через міграцію реальна кількість дітей виявляється ще меншою. Виникає запитання — чому батьки протестують проти закриття школи, якщо в опорній школі їхні діти можуть отримати кращу освіту?

Існує пояснення, чому батьки учнів малокомплектних шкіл частіше на боці вчителів і чому вони не ставлять під сумнів їх слова.

Школа в селі одна, і часто багато батьків мають хороші спогади про своє навчання в цій школі. Закриття школи негативно впливає на їх ностальгію про хороші часи. Батьки шукають будь-які можливості, щоб зберегти школу в надії, що їхнє село якимось чарівним способом знову стане густонаселеним. У цьому сенсі їм важливе збереження будівлі школи як соціо-культурного центру в селі. Безумовно, влада громади може обговорити варіанти використання будівлі школи як громадського центру в селі. Такі практики є і в Польщі, і в Україні.

Нерідко в селах залишаються сім'ї, в яких якість освіти дітей не є пріоритетом для

батьків. Дорослі розуміють, що якщо школа закриється, то вони отримають клопоти з поїздками дитини хоч і в кращу, але віддалену школу. Для таких батьків комфортнішою є ситуація, в якій, ціною неякісної освіти своїх дітей, вони не завантажують себе додатковими турботами. Тому, їм вигідніше підтримати міф «Закриють школу — зникне село».

Насправді це питання для влади ОТГ, тому що помилкові погляди окремих батьків (наслідком яких може бути низький рівень шкільної освіти їхніх дітей) не повинні обмежувати особистий розвиток дитини. **В тому і є сенс створення ефективного управління освітою у громаді, щоб вона забезпечила рівні шанси для всіх учнів — незалежно від ставлення до освіти їхніх батьків і місця проживання родини.**

Ще одне важливе пояснення полягає в тому, що **жителі сіл елементарно не поінформовані про реальну ситуацію і плани місцевої влади**. Як правило, голова громади обговорює з директорами шкіл ситуацію з освітою і оптимізацію. Водночас, він передбачає, що, повернувшись до своїх шкіл, директори так само пояснять вчителям необхідність оптимізації. Директор школи також передбачає, що вчителі все правильно пояснять батькам. На практиці часто отримуємо ефект «зіпсованого телефону». Ось чому для руйнування цього та інших подібних міфів необхідно ретельно спланувати і реалізувати комунікаційний план.

Нерідко прихильниками обурення є вчителі похилого віку. Вони розуміють, що їздити в опорну школу їм буде складно, і тому не хочуть закриття (зниження ступеня) школи свого села. Всі згодні, що пенсія в Україні низька і її недостатньо, щоб гідно жити в старості. Тому літні педагоги продовжують роботу, хоч і погоджуються, що не можуть забезпечити якість освітніх послуг, як раніше.

Місцева жителька виступає проти закриття школи в своєму селі
Айдер Сеїтосманов, 2017

З іншого боку, питання збільшення пенсії і взагалі пенсійного захисту — це завдання національної влади, а не місцевої. **А ось завдання забезпечити доступну та якісну освіту для всіх дітей громади — це повна відповідальність влади ОТГ.**

Тому, громада повинна насамперед виконувати ті завдання, за які вона відповідає. Необхідно враховувати моральні аспекти. Великою мірою, вчителі-пенсіонери — категорія жителів, для яких завжди знайдеться почесна роль в культурно-просвітницькій діяльності села. Як правило, вони можуть бути дуже ефективними керівниками органів самоорганізації населення, різних культурних і творчих гуртків. І, звичайно ж, влада повинна їм допомогти знайти себе поза школою. В

ції ситуації дуже важливо вивчити наявні «кращі практики» щодо залучення в життя громади людей похилого віку, і насамперед — вчителів-пенсіонерів.

Міф 2. Чим менше учнів у класі, тим краща освіта. Вчитель матиме більше часу для кожного учня

Вчителі малокомплектних шкіл часто згадують цей аргумент на зборах з приводу майбутньої оптимізації шкільної мережі громади. Водночас, упускають важливі деталі педагогічного процесу, про які прості жителі, ймовірно, не знають. Про ці деталі вчителі повинні розповідати батькам як основним партнерам навчального процесу.

Перша деталь: Навички комунікацій, роботи в команді та розуміння різноманіття культур

Навчання в сучасному світі має обов'язково розвивати в учнях ряд ключових компетентностей. Без них дитині у дорослому житті буде дуже складно самореалізуватися. Йдеться про навички комунікації, вміння жити в конкурентному середовищі, працювати в команді, розуміння різноманіття культур. Очевидно, що **вчитель в класі з 2-3 учнями ніяк не зможе забезпечити розвиток перерахованих компетентностей.** Крім того, важливим елементом підвищення мотивації до пізнавальної діяльності у дітей є атмосфера навчання в класі. І її також неможливо створити в малокомплектному класі.

> *Прийшов, щоб провести урок хімії. У класі були дві учениці. Я розповідаю - вони мовчать. Я їх запитую - вони мовчать. Я мовчу - вони мовчать. Зрідка між собою пошепки щось обговорюють. Відчуття себе як педагога найгірше. Думаю: «Хіба це урок, це школа або що? Я працюю або імітую роботу? Чому я зможу їх навчити?»*
>
> Враження вчителя хімії в одній з громад Хмельницької області

Друга деталь: Співпраця та конкуренція між вчителями

Експерти стверджують, що близько 60% результатів навчання залежать від учителя. Для підвищення кваліфікації регулярно проводяться курси для вчителів. У межах діяльності педагогічної ради школи вчителі обмінюються досвідом, ідеями, презентують нові навчальні розробки. Між вчителями існує співпраця і професійна конкуренція одночасно. Всі ці можливості професійного зростання вчителів відсутні в малокомплектних школах.

Третя деталь: Творчий розвиток вчителя

Крім того, педагогіка не стоїть на місці. Сучасні технології, глобальні зміни суспільстві безпосередньо впливають на систему освіти. Концепція «Нової української школи» передбачає кардинальні зміни вчителя, форми і змісту навчального процесу. І Концепція, і новий Закон України «Про освіту» спрямовані на те, щоб навчання не навантажувало учня непотрібною інформацією, а розвивало в ньому необхідні компетентності та вміння критичного мислення. Це означає, що якість освіти буде багато в чому залежати від творчого розвитку самого вчителя. **Забез-**

печити такий розвиток вчителя і навчання такого рівня в малокомплектній школі, в якій один вчитель проводить уроки у класах з 2-3-ма учнями з різних предметів, буде неможливо.

Міф 3. Після створення наша громада передала всі повноваження відділу освіти РДА. У них все налагоджено, і тому це кращий варіант, ніж якщо ми все починали б «з нуля»

В цьому випадку виникає питання — чи може новостворена громада, за прикладом районних рад, бути засновником освітніх закладів, водночас віддати все управління в РДА?

Так, може. І такі приклади вже є в різних регіонах України. Але тоді виникає інше питання — які позитивні зміни можуть очікувати мешканці громади, якщо її нова влада віддала повноваження назад, в ту систему управління, за якої накопичилися всі проблеми освіти?

Людям не цікава зміна вивісок. Люди втомилися від обіцянок і чекають реальних змін.

Як будуть думати про реформи вчителі, коли до них знову приїдуть ті ж методисти РДА, які до того вели себе як контролери, а не фахові помічники?

Що отримають діти периферійних сіл, якщо позашкільна робота залишиться для них недоступною?

Батьківська громадськість і учні колись дізнаються, що їх обдурили, розповідаючи, що їхня малокомплектна школа дає якісні знання. Обдурили, бо нова влада не хотіла займатися створенням нової школи і віддала повноваження до відділу освіти РДА.

Безумовно, у відділах освіти РДА працюють багато досвідчених педагогів. **Але реальні зміни в шкільній системі, створення справжніх опорних шкіл, впровадження нових педагогічних і культурно-освітніх інновацій, проведення оптимізації — стратегічна відповідальність громади, але ніяк не РДА.**

Міф 4. Оптимізація мережі шкіл громади — це одноразовий захід. Потім про це можна не згадувати

Це помилкове розуміння досить часто зустрічається серед керівників органів управління освітою. Як кажуть, «зробити і забути, як поганий сон». Насправді життя громади — це динамічний процес. Щороку змінюються соціально-економічна картина, демографічна ситуація. З кожним роком покращується інфраструктура, зокрема дороги між населеними пунктами в громаді. З'являються нові підприємства або навпаки — якісь з них закриваються.

Основним в оптимізації є регулярний аналіз ситуації, ретельно розроблений і гнучкий довгостроковий план (на 6 років). Проте головним є постійний конструктивний і рівноправний діалог з усіма зацікавленими сторонами (директорами і вчителями, батьками та учнями, депутатами і старостами).

Дуже серйозною помилкою в комунікації влади з населенням є випадки, коли голова громади на заходах за участі жителів починає пояснення необхідності оптимізації шкільної мережі з проблем нестачі фінансових коштів на її утримання. Очевидно, що існує безліч питань із фінансуванням системи освіти в громаді. Іноді витрати на неї доходять до 60% місцевого бюджету. Але фінансові питання є частиною управління освітніми установами і стосуються виключно влади, а не населення.

Тому реакція людей в таких випадках вкрай негативна. Вони впевнені, що влада використовує наявні кошти неефективно і не хочуть, щоб нестачу фінансів покривали за їхній рахунок. Насправді батьків реально турбує безпека (в широкому сенсі) і якість розвитку (навчання) їхніх дітей.

Тому, **розмова з громадськістю, коли тема стосується оптимізації шкільної мережі, завжди повинна починатися з обговорення, як влада і населення разом створюватимуть кращі можливості для різнобічного розвитку дітей і забезпечуватимуть якісніші освітні послуги. Водночас, людям треба відверто казати, що процеси оптимізації є довгостроковими і до цих питань треба буде неодноразово повертатися.** Але це необов'язково буде закриття шкіл. Навпаки, якщо біля села створять якісь підприємства і будуть нові робочі місця, то за певний час постане питання підвищення ступеня школи, збільшення кількості вчителів і розвитку матеріально-технічної бази.

Міф 5. Опорні школи треба швидко створювати, тому що можна отримати додаткове фінансування. Інакше гроші закінчаться, і вже не буде сенсу займатися цим

Після затвердження Постанови КМУ №79 від 20 січня 2016 року «Про освітній округ», яка регулює порядок створення опорних шкіл в регіонах, почалося «змагання», хто більше створить таких закладів.

Можливість отримання додаткового фінансування, яке з'являлося після створення опорної школи, в певному сенсі вплинули на методологічну якість цього процесу. У якийсь момент в органах управління освітою РДА і в громадах забули про першопричина створення освітніх округів і самих опорних шкіл. В результаті цього «змагання» за додаткове фінансування, було створено (або названо) стільки опорних шкіл, що до сих пір ніхто не може назвати їх точну кількість.

Насправді створення опорних шкіл — тільки один з методів процесу оптимізації для поліпшення якості освіти в громаді (а не тільки матеріально-технічної бази школи). Тобто, щоб дійсно забезпечити кращу якість освіти в школі, в яку будуть підвозити учнів з віддалених сіл, і переконати в цьому їхніх батьків, громада ухвалює рішення створити опорну школу.

Вибір школи, яка стане опорною, ухвалюється у межах розробки довгострокового плану оптимізації шкільної мережі, а не як окреме завдання змінити назву школи (щоб саме їй дісталося додаткове фінансування). Користі від псевдо-опорної школи не буде. А ось проблеми для подальшої оптимізації вона може створити.

По-перше, вчителі та батьки неопорних шкіл будуть думати, що в їхніх закладах

зменшують ступінь, або взагалі закривають, щоб виконати формальні умови для отримання фінансів в обрану школу.

По-друге, поспішне рішення про призначення освітнього закладу тільки для того, щоб залучити кошти, без ретельного аналізу педагогічного потенціалу школи і її здатності дійсно поліпшити якість освіти, може привести до дискредитації дій місцевої влади.

Всі ці фактори можуть створити додаткові проблеми і посилити опір населення проти вже реальних дій з оптимізації шкільної мережі. Тактична перемога в «боротьбі за додаткове фінансування» призведе до великих стратегічних втрат в подальшому.

Учні сільської школи сідають до шкільного автобуса
Айдер Сеїтосманов, 2017

Міф 6. Як тільки буде починатися оптимізація, вчителів з малих шкіл периферійних сіл звільнять

Популярний міф, який безпосередньо стосується інтересів вчителів. В його основу закладено помилкове припущення, що зниження ступеня або закриття малокомплектної школи (як правило, з низькою якістю освітніх послуг для учнів 5-11 класів) означає автоматичне звільнення всіх вчителів. Таке розуміння оптимізації викликає занепокоєння вчителів за своє працевлаштування, і тому в громадах нерідко виникають конфлікти.

Насправді, **працевлаштування вчителів і оптимізація шкільної мережі не мають**

такого простого взаємозв'язку, про який люблять поговорити популісти.

1. Кадрова проблема з вчителями у сільській місцевості

На жаль, престиж педагогічних спеціальностей з року в рік понижується абітурієнтів. Знайти в селі хорошого вчителя з професійним досвідом — складне завдання. Тому, навряд місцева влада громади буде втрачати професійні педагогічні кадри. Досвід багатьох громад показує, що таким вчителям відразу пропонують місце роботи в опорній школі з безкоштовним підвезенням на шкільному автобусі.

З точки зору самого вчителя, працювати в сильному педагогічному колективі є найкращою можливістю для його професійного розвитку. Крім того, в майбутньому досвід роботи в опорній школі допоможе кар'єрному зростанню вчителя. Те, скільки з цих вчителів погоджуються перейти в новий педагогічний колектив, обговоримо далі.

2. Обов'язок влади — забезпечити якісну освіту в селі на рівні міської

Прямий обов'язок місцевої влади — шукати і реалізовувати всі можливі методи для забезпечення дітей якісними освітніми послугами, зокрема й шляхом оптимізації шкільної мережі.

Голова громади і вся місцева влада повинні ретельно і багаторазово роз'яснювати вчителям і батьківській громадськості, що оптимізація не спрямована проти когось, а що це дія влади в інтересах дітей як головних отримувачів освітніх послуг. І що держава перераховує освітню субвенцію саме на цю освітню послугу для дітей, але аж ніяк на вирішення питань зайнятості громадян, які мають диплом педагога.

3. Влада громади має продумати пропозиції щодо зайнятості вчителів пенсійного віку

В Україні є болючою проблема низьких пенсій, що насамперед хвилює громадян старшого віку. Але влада громад жодним чином не впливає і не відповідає за вирішення цієї проблеми (на відміну від забезпечення якісними освітніми послугами, за що відповідають громади і на що отримують державну освітню субвенцію).

Тема пенсій, пенсійної реформи — це компетенція національних органів влади. **Місцева влада не має права, думаючи про недостатні доходи вчителів пенсійного віку, вирішувати їхню проблему за рахунок неякісного шкільного навчання дітей периферійних сіл.** Очевидно, що в процесі планування оптимізації шкільної мережі місцева влада повинна подумати про конкретні пропозиції щодо громадської зайнятості вчителів пенсійного віку. **Незважаючи на вік, їхній досвід може бути надзвичайно корисним в позашкільній роботі з молоддю, діяльності органів самоорганізації населення, організації та проведенні культурно-інформаційних заходів, фестивалів тощо.** Існує безліч програм (в тому числі міжнародних), які підтримують проекти у форматі «університетів третього віку».

4. Вчителі не хочуть переходити в опорні школи через відстань та конкуренцію

Є громади, в яких у процесі оптимізації мережі фактично всім вчителям малокомплектних периферійних шкіл пропонували перейти в опорну школу на аналогічні за обсягом навантаження і заробітною платнею. На подив представників місцевої

влади, тільки 10-15% вчителів погоджувались на пропозицію.

Пенсіонери, як правило, відмовлялися через необхідність щоденних поїздок. Частина вчителів розуміла, що в опорній школі буде необхідність працювати на якісний результат в конкуренції з іншими вчителями. І це теж відрізняло їхню роботу в віддаленій малокомплектній школі (особливо, якщо там була форма індивідуального навчання).

Говорячи про загрози втрати роботи вчителямии в процесі оптимізації, завжди корисно вивчити більш детально суть питання, послухати представників влади щодо працевлаштування вчителів і обов'язково зустрітися з учнями для розуміння їхньої задоволеності навчанням.

Міф 7. Для вирішення будь-яких проблем на місцевому рівні необхідно знати і відразу телефонувати на відповідні номери телефонів в МОН України або обласних органів управління освітою ОДА

Згідно з євроінтеграційними прагненнями України та завдяки реформі з децентралізації, в країні повинна створитися самодостатня (для сталого соціально-економічного розвитку територій) система місцевого самоврядування європейського зразка. У цій системі ключове місце займає принцип субсидіарності — здатності і готовності місцевої влади вирішувати всі питання, які повинні вирішуватися на місцевому рівні.

Завдяки реформам, управлінські та фінансові повноваження, якими зараз наділені органи влади міст обласного значення та об'єднаних громад, дають їм всі можливості, щоб самим створити кращу систему забезпечення освітніх послуг на місцевому рівні. Реформа освіти, яку МОН України впроваджує через педагогічну громадськість, також підсилює можливості місцевої влади для кардинальної зміни змісту навчального процесу.

Найсерйознішим чином змінюється система фінансування освітніх послуг в школах. Держава йде від «ручного» управління, і тепер вся освітня субвенція розраховується на основі єдиної і зрозумілої формули, яка була розроблена з урахуванням кращого світового досвіду за допомогою шведсько-українського проекту «Підтримка децентралізації в Україні». Досягнуто суттєвого прогресу в сфері правового регулювання секторальної децентралізації в освіті. Концепції НУШ, ЗУ «Про освіту» і всі інші нормативні акти є ефективними правовими інструментами для органів місцевої влади. Справа, як кажуть, «за малим» — необхідна зміна менталітету і влади, громадян.

На жаль, попередній досвід авторитарної держави досі не випускає свідомість громадян України в межах свого споживацького розуміння відносин громадянин-держава. Не тільки прості громадяни, але і багато керівників органів місцевої влади об'єднаних громад (в містах з цим трохи краще), як в минулі радянські часи чекають циркуляра зверху з кожного питання і не хочуть брати на себе відповідальності за керування своєю громадою.

Вони не поспішають почати реформи на місцевому рівні, всіляко відтягують рі-

шення болючих питань місцевого значення. Наприклад, не хочуть займатися оптимізацією не тому, що не знають про погану якість освіти в малокомплектних школах, а тому, що це тактично дуже непопулярне рішення. Їм простіше перекласти проблеми на центральні органи влади. У такий спосіб вони пояснюють проблеми своєму населенню, депутатам ради, директорам шкіл.

Але якщо за підсумками реформи з децентралізації, жителі сіл і міст з питань своєї школи будуть досі шукати телефони МОН, то реформу слід вважати провальною. По суті, це буде звичайною зміною вивіски.

Необхідно, щоб головним результатом реформ з децентралізації в Україні стало створення такої системи місцевого самоврядування, коли значна частина питань, з якими стикаються громадяни, буде ефективно і якісно вирішуватися на місцевому рівні.

Цей критерій повною мірою стосується системи шкільної освіти. Місцеве самоврядування і громадяни повинні брати відповідальність, повірити в свої сили і вміти забезпечувати якісні освітні послуги однаково як в містах, так і в селах.

У цій ситуації, надзвичайно важлива підтримка громад у форматі «рівний рівному», що означає необхідність інтенсивного взаємообміну кращими практиками та досвідом між органами місцевої влади на горизонтальному рівні. З цією метою шведсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні» спільно з Програмою U-LEAD реалізує *спеціальну стратегію впровадження ефективного управління освітою в громадах «Нова школа в нових громадах»*.

Не зважаючи на те, що фактично реформа почалася тільки в 2015 році, в кожній області України вже є громади-лідери, які мають успішний досвід вирішення багатьох питань з управління освітою (організація методичної роботи, забезпечення позашкільними освітніми послугами, прозоре призначення директорів шкіл, поліпшення комунікації між владою і педагогічною громадськістю, розробкою і реалізацією плану оптимізації та інші).

Для того, щоб цей передовий досвід (який з цікавістю вивчає зокрема і МОН України) був відомий і поширений в інших громадах, експерти міжнародних проектів створили такі ресурси:

1. **Розроблено спеціальний посібник про те, як необхідно ефективно управляти освітою в громадах. Посібник можна завантажити за посиланням:** ***http://decentralization.gov.ua/education/library***

В офісі Програми U-LEAD або шведсько-українського проекту «Підтримка децентралізації в Україні» можна безкоштовно отримати друковану версію цього посібника. В цьому посібнику детально розглянуто багато питань, з якими стикаються органи влади і шкільні адміністрації під час створення своєї системи освіти. Враховуючи значний попит на посібник «Нова школа у нових громадах», за підтримки згаданих вище міжнародних проектів уже надруковано і поширено серед громад понад 6000 копій.

2. Створено базу даних «кращих практик», яка доступна за посиланням: *http://wiki.sklinternational.org.ua/*

На цій платформі зібрано вже 38 «кращих практики» громад і понад 400 копій нормативних документів зі всієї України, які стосуються управління освітою. Кожна практика містить повний опис та всі необхідні копії нормативних документів для її впровадження. Доступ до Бази даних безкоштовний, потрібно пройти лише просту процедуру реєстрації.

3. У кожній області Україні створюються регіональні команди консультантів-тренерів з питань реформ з децентралізації освіти

Регіональні команди консультантів-тренерів створюються шляхом проведення регіональних семінарів і тренінгів для освітян (насамперед з ОТГ) відповідного регіону. Потім обрані представники освітньої спільноти окремого регіону проходять спеціальну програму стажування в Польщі. Таким чином вже почали надавати навчальні послуги команди Хмельницької, Запорізької, Дніпропетровської, Полтавської, Івано-Франківської, Житомирської та Харківської областей. У кожну команду входять найбільш професійні представники громад, обласних управлінь освітою та Інститутів.

Завдання таких команд освітян — проведення у форматі «рівний рівному» семінарів для представників педагогічної спільноти регіону з усіх актуальних питань в сфері реформи з децентралізації освіти. В офісі Програми U-LEAD або шведсько-українського проекту «Підтримка децентралізації в Україні» можна отримати контакти членів регіональних команд консультантів-тренерів. Їхній рівень дозволяє дати глибокі змістовні відповіді з усіх питань у сфері управління освітою на місцевому рівні, а також за напрямами реформи освіти.

Мета Стратегії «Нова школа у нових громадах» — створити на місцевому рівні мережу сотень (або тисяч) лідерів змін у сфері освіти. Зрозуміло, що саме завдяки їхнім розумінню і мотивації, і діяльності в конкретних громадах, у навчальних закладах буде реалізована реформа освіти. І ще дуже важливим є те, що вони будуть діяти, не чекаючи дзвоника зверху, бо вони і є владою.

Розділ 2.

МЕДИЧНА РЕФОРМА

© Зображення з ресурсу www.pexels.com за ліцензією CC0

Підготувала Альона РОМАНЮК

Кожен другий пацієнт в Україні відмовляється від лікування або відкладає його через брак коштів, а понад 70% українців вдаються до самолікування — про це свідчать результати дослідження «(Без)коштовна медицина».

Згідно з результатами дослідження GfK Ukraine, 18 мільйонів українців ходять до лікарні щорічно, а 93% з них — платять у цих лікарнях з власної кишені. За даними ВООЗ, у 2015 році середня тривалість життя в Україні, яка є визначальним показником рівня охорони здоров'я, є однією з найнижчих в Європі, становить 71,3 року. Як наслідок, у світовому рейтингу тривалості життя Україна опинилася на 104 місці серед 183 країн — між Суринамом (71,6 року) та Тринідад і Тобаго (71,2).

2.1. Чому Україна на 104 місці за тривалістю життя?

Неефективна система охорони здоров'я — одна з основних причин низької тривалості життя українців. За статистикою ВООЗ, в Україні щороку помирає 136-138 тис. громадян саме через неякісну медицину. Від серцево-судинних хвороб, більшість з яких пов'язано з неотриманням якісних і вчасних медичних послуг, щороку помирає 450 тис. українців. Це вп'ятеро перевищує смертність від цієї хвороби у Франції.

Візьмемо для прикладу гіпертонію. Нині кожен п'ятий українець у віці від 18 до 24 років має гіпертонію. Якщо ж узяти вікову групу 18-65 років, виявиться, що вже кожен третій має підвищений тиск. І помирають українці не від самої гіпертонії, а від ускладнень, які вона дає. Оскільки у нас первинна ланка не працює, пацієнти не отримують постійного моніторингу. Через відсутність профілактики пацієнти живуть з гіпертонією, поки вона не перетвориться у серйознішу проблему.

Система охорони здоров'я, яка була в Україні усі 26 років, неспроможна запобігти, виявити і вилікувати хворобу ефективно. Кошти витрачалися на функціонування велетенської системи, яка не забезпечує належну медичну допомогу, на утримання умовних ліжко-місць, а лікарі та пацієнти стали заручниками корупційних схем. Фактично, українці платять за таку медицину двічі: спочатку у вигляді податків, а потім — безпосередньо у лікарнях методом «подяк» та інших неформальних платежів.

Медична реформа — найбільш очікувана серед українців — стартувала для кожного із нас 2 квітня із підписання декларацій між лікарем та пацієнтом.

Суть медичної реформи полягає у запровадженні чітких правил функціонування системи та чесних стосунків лікар-пацієнт, лікар-лікарняний заклад, лікарняний заклад-держава. Для того, щоб кожен українець мав однаковий доступ до якісних медичних послуг та ліків **змінюється система управління та фінансування охорони здоров'я**.

У цьому розділі ми розглянемо:

- Які зміни чекають на українців у медичній сфері найближчі два роки
- Які послуги кожен пацієнт отримуватиме безкоштовно завдяки реформі і що означає базовий принцип реформи — «гроші йдуть за пацієнтом»
- Що таке первинна ланка охорони здоров'я, з якої починається реформа, і яку допомогу має надавати сімейний лікар?

- Для чого і як проводити автономізацію лікарень на місцях і яку зарплату отримуватимуть лікарі та медсестри
- Як зміниться система закупівель послуг і до чого тут Національна служба здоров'я України
- Яким чином eHealth впливає на надання послуг пацієнтам і чи перейде врешті решт Україна на електронні медичні картки
- Як зміниться сільська медицина, де брати кошти на її фінансування і чим буде оснащений кожен ФАП у селі
- Що таке телемедицина і чи будуть пацієнтів лікувати по телевізору
- Для чого потрібні госпітальні округи і чи позакривають лікарні у селах та маленьких містах
- Для чого і як взяти участь у госпітальній раді

Ми спростуємо найбільш поширені міфи про медреформу, дізнаємося, які зміни очікують на українців до 2020 року та як контролювати ці зміни у своєму регіоні, адже медична реформа зачепить усіх: великі міста, маленькі села, лікарняні заклади, медичних працівників та кожного пацієнта.

2.2. Міфи про медичну реформу

Міф 1. Медична реформа зробить медицину платною

Правда: Наразі пацієнти платять за візит до лікаря, за ліки, за аналізи та діагностику. Медична реформа змінює систему фінансування і перекладає тягар із пацієнта на державу. Пацієнти **НЕ платитимуть** за надання медичної допомоги, оскільки медреформа передбачає зміну правил гри. Лікарі конкуруватимуть за пацієнтів, а лікарні — за кваліфікованих лікарів. Щороку держава визначатиме гарантований пакет медичних послуг, що надаватиметься пацієнту безкоштовно.

Види медичної допомоги, що надаються пацієнту безкоштовно:

- Екстренна медична допомога (наприклад, при ДТП, інфаркті, інсульті, кровотечі, важкій черепно-мозковій травмі)
- Первинна медична допомога — консультації та лікування у терапевта, сімейного лікаря та педіатра
- Спеціалізована та високоспеціалізована медична допомога
- Паліативна медична допомога
- Медична реабілітація
- Медична допомога у зв'язку із вагітністю та пологами

Старт медичної реформи

У 2018 році стартує реформа первинної ланки медицини. Мова йде про сімейних лікарів, терапевтів та педіатрів. За кордоном 80% звернень припадає саме на фахівців первинної ланки. Цього року запроваджується нова система роботи таких лікарів із пацієнтами і, відповідно, змінюється система оплати. Передбачається, що суттєво збільшаться доходи сімейних лікарів, терапевтів і педіатрів. Терапевт

зможе обслуговувати не більше 2 тис. пацієнтів, сімейний лікар — 1,8 тис. пацієнтів, педіатр — 900 пацієнтів. За одного пацієнта медик отримає 370 гривень на рік, з 2019 року — 450 гривень. Тариф за прийом пенсіонерів і дітей буде вищим. Лікар первинної медичної допомоги — це спеціаліст, який має всю інформацію про здоров'я пацієнта. Завдяки цьому він бачить взаємозв'язки та може визначити, на якій стадії потрібне втручання профільного спеціаліста.

Що робить лікар первинної ланки?

- спостерігає за станом здоров'я пацієнтів за допомогою різних досліджень, діагностує та лікує найбільш поширені хвороби, травми, отруєння, патологічні, фізіологічні (під час вагітності) стани;
- супроводжує пацієнтів із хронічними захворюваннями;
- надає невідкладну допомогу;
- направляє пацієнта для надання йому вторинної (спеціалізованої) або третинної (високоспеціалізованої) меддопомоги;
- проводить профілактику: вакцинацію, огляди та дослідження пацієнтів з груп ризику;
- надає консультації;
- надає лікарняні листки та медичні довідки;
- видає рецепти на ліки, а також рецепти за програмою «Доступні ліки».

Головний обов'язок лікаря первинної медичної допомоги — **вчасно попередити або виявити захворювання на ранній стадії, а також надати невідкладну допомогу** при гострих станах і раптових погіршеннях стану здоров'я: високій температурі тіла, гострому і раптовому болю, порушенні серцевого ритму, кровотечі, інших первинних станах, захворюваннях, отруєннях і травмах, що потребують невідкладної допомоги.

Усі консультації та лікування на первинній ланці для пацієнта будуть безкоштовними. Так само як і загальний аналіз крові, аналіз крові на глюкозу, на загальний холестерин, аналіз сечі, загальний аналіз сечі, а також швидкі тести на ВІЛ, вірусний гепатит, сифіліс.

Сильна «первинка»

=

Спроможна «екстренка»

в 2017 році лише
27% **виїздів бригад завершились госпіталізацією**

коштує
580 **в середньому виїзд бригади грн**

коштували державі
3,6 **решта 73% виїздів млрд грн**

За матеріалами Міністерства охорони здоров'я України

Для того, щоб лікарі отримували фінансування, вони повинні **підписати з пацієнтами декларації про медобслуговування**. 2 квітня стартувала кампанія «**Лікар у кожну сім'ю**», суть якої полягає у підписанні декларацій з сімейним лікарем, терапевтом або педіатром. На основі цих документів пацієнта закріплять за конкретним лікарем, який буде одержувати оплату в залежності від кількості пацієнтів, а **нарахування оплати за цим принципом почнеться з липня**.

Для підписання декларації **можна вибирати лікаря в будь-якому медзакладі**, що надає первинну медичну допомогу, підключений до електронної системи охорони здоров'я і має позначку «Тут можна обрати свого лікаря».

Декларація — це свого роду контракт із сімейним лікарем. Змінювати сімейних лікарів можна за бажанням і без прив'язки до місця реєстрації. Пацієнт має право обирати не лише серед персоналу найближчої поліклініки, а й серед медпрацівників інших установ.

Для підписання декларації необхідно при собі мати паспорт, ідентифікаційний код, їх копії та мобільний телефон. Для дітей до 14 років необхідно свідоцтво про народження. Кампанія з підписання декларацій з лікарями безстрокова.

Міф 2. Підписати декларацію із сімейним лікарем можна тільки за місцем прописки

Правда: Пацієнт може обрати будь-який медичний заклад і лікаря незалежно від місця реєстрації чи перебування — Наказ МОЗ №503 від 19.03.2018. Якщо лікарняний заклад відмовляє у підписанні декларації через «не ту прописку» — це порушення права пацієнта і потрібно звернутися до головного лікаря, а також повідомити на гарячу лінію Міністерства охорони здоров'я.

Міф 3. Після підписання декларації пацієнт, перебуваючи на відпочинку, у відрядженні або в іншому місті, не зможе отримати медичної допомоги або за неї доведеться платити

Правда: Пацієнт отримає невідкладну медичну допомогу безкоштовно відповідно до потреби незалежно від місця перебування.

Автономізація медичних закладів

Держава відходить від принципу утримання закладів охорони здоров'я і переходить до принципу закупівлі послуги у тих, хто її надає. Це медичні послуги, які затвердженні на державному рівні у гарантованому пакеті. Один з ключових принципів — держава закуповує їх там, куди пішов пацієнт (зараз же гроші розподіляються між усіма лікарнями порівну). Від кількості декларацій залежатиме кількість грошей, які держава буде давати на заклад. Таким чином, лікар, кількість наданих послуг та кількість пацієнтів стають основним джерелом прибутку для закладу.

Один із важливих елементів медичної реформи — автономізація медичних закладів. Простіше кажучи, лікарні перетворяться на некомерційні комунальні підприємства. Наразі лікарні працюють як бюджетні установи за бюджетним законодавством та з вертикальним управлінням. Їх керівники не мають свободи рішень і керуються наказами згори.

Перетворення лікарень на комунальні підприємства дозволить розширити права медичних закладів. Вони працюватимуть як будь-яка компанія в Україні (відповідно до норм Господарського кодексу). Головний лікар зможе приймати рішення щодо видатків відповідно до потреб лікарні, запрошувати вузькоспеціалізованих фахівців, розширювати або навпаки скорочувати штат відповідно до потреб населення.

Автономізація дасть лікарням можливість отримувати кошти від страхових компаній, залучати кошти приватних фондів, благодійних та громадських організацій, грантову допомогу. Саме в таких медичних закладів (комунальні некомерційні підприємства) держава закуповуватиме послуги. Якість наданих послуг контролюватиме агенція з контролю якості, що прописана в законі № 4456. Ці заклади не будуть сплачувати податок на прибуток, адже їхня мета — надати якісну медичну послугу пацієнту і отримати оплату від держави. Такий медичний заклад отримуватиме фінансування від Національної служби здоров'я згідно з тарифом надання первинної медичної допомоги за кожного пацієнта, який підпише декларацію з лікарем цього закладу.

Отже, у 2018 році заклади первинної медичної допомоги (ПМД) повинні:

- Провести процедуру автономізації, а саме, змінити свій статус на «некомерційне комунальне підприємство». Лише у такому разі медичний заклад змо-

же укладати договір з Національною службою здоров'я та отримувати кошти за надані медичні послуги.

- Повністю укомплектувати медичний заклад необхідною кількістю комп'ютерів, приєднатися до єдиної системи електронної медицини (e-Health), зареєструвати там заклад, лікарів, отримати всі потрібні електронні підписи. Зробити це можна вже зараз.
- Переглянути матеріально-технічне забезпечення медичного закладу, привести його у відповідність до Табелю технічного оснащення.
- Забезпечити безперервне надання медичних послуг пацієнтам на первинній ланці, незалежно від святкових чи вихідних днів. Також потрібно вирішити питання адекватної та повноцінної заміни лікаря первинної ланки, який знаходиться у відпустці.
- Інформувати пацієнтів про необхідність підписання Декларацій з лікарями первинної допомоги.
- Підписати договір з Національною службою здоров'я.

МІФ 4. Усі лікарні після автономізації стануть приватними

Правда: Приватизація медичних закладів заборонена ст.16 Основ законодавства України про охорону здоров'я.

Що означає автономізація для медичного закладу?

- Керівник закладу отримує значно більшу, ніж керівник бюджетної установи, свободу в розпорядженні активами й фінансами, у формуванні кадрової політики, визначенні внутрішньої організаційної структури закладу.
- Керівник може самостійно встановлювати будь-які форми оплати праці персоналу, що допускаються законодавством.
- Фінансування здійснюється не за постатейним кошторисом витрат, а на основі власного фінансового плану, що дозволяє ефективно розпоряджатися коштами.
- Медзаклади мають право мати власний рахунок у будь-якому банку.
- Медзаклади мають право утворювати об'єднання з іншими закладами, які також діють у статусі комунального некомерційного підприємства, з метою перерозподілу функцій між ними та спільної оптимізації використання матеріальних, людських та фінансових ресурсів.
- Медзаклади мають можливість наймати за договорами підряду лікарів фізичних осіб-підприємців, які зареєстровані та одержали відповідну ліцензію на здійснення господарської діяльності з медичної практики.

МІФ 5. Під час реорганізації медичного закладу масово звільнятимуть персонал

Правда: Трудові відносини з працівниками реорганізованого закладу продовжуються, а звільнення під час реорганізації можливе лише у випадку скорочення

штату. У процесі реорганізації окремі працівники можуть бути переведені на інші посади, переміщені в інші структурні підрозділи у разі необхідності.

Процедура автономізації медичного закладу (закладу охорони здоров'я — ЗОЗ):

1. Місцева рада приймає рішення про:

а) припинення ЗОЗ-бюджетної установи шляхом перетворення в ЗОЗ-комунальне некомерційне підприємство;

б) призначення комісії з реорганізації ЗОЗ-установи, голови комісії;

в) встановлення порядку і строку заявлення кредиторами своїх вимог до ЗОЗ-установи, що припиняється.

2. Державному реєстратору подаються документи для реєстрації рішення про припинення юридичної особи шляхом реорганізації, за наслідком чого вноситься запис до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб — підприємців та громадських формувань.

3. Комісія з реорганізації розглядає вимоги кредиторів ЗОЗ, а також проводить інвентаризацію — Закон України № 2002 від 06.04.2017р.

4. Комісія розробляє передавальний акт, який має містити положення про правонаступництво щодо всіх зобов'язань установи, передачу прав та зобов'язань за формою бухгалтерського обліку.

5. Фінансове управління власника розробляє зміни до бюджетних програм з урахуванням процедури реорганізації ЗОЗ.

6. Рішенням місцевої ради:

а) затверджується передавальний акт (може також затверджуватися уповноваженим виконавчим органом);

б) приймається рішення про створення ЗОЗ шляхом реорганізації;

в) затверджується статут.

7. Пакет документів про створення ЗОЗ-комунального некомерційного підприємства та припинення ЗОЗ-бюджетної установи подають державному реєстратору. Якщо все зроблено правильно, протягом 24 годин з отримання документів державний реєстратор має внести відповідні записи до ЄДР.

8. За необхідності, власник приводить у відповідність систему фінансування закладу.

9. До трудових книжок працівників ЗОЗ вноситься запис про зміну найменування роботодавця у зв'язку із реорганізацією.

10. ЗОЗ-комунальне підприємство оформлює та реєструє право користування об'єктами нерухомості та земельними ділянками, відкриває рахунки в банку та переоформлює рахунки в казначействі.

11. До МОЗ подається заява про оформлення ліцензії на здійснення господарської діяльності з медичної практики та наркотичними речовинами, прекурсорами (за необхідності).

12. Підписання договору з Національною службою здоров'я України, отримання грошей за медичне обслуговування — в півтора рази більше.

Національна служба здоров'я України (НСЗУ)

Важливий етап медичної реформи — укладання договорів між медичними закладами та Національною службою здоров'я. Уже з липня, згідно з планом на 2018 рік, перші заклади первинної допомоги отримають справедливу оплату медичних послуг за принципом «гроші йдуть за пацієнтом».

Фактично, НСЗУ — це національний страховик, який встановлює тарифи, замовляє послуги у медичних закладах для пацієнтів, контролює їхню якість. Нове відомство оплачуватиме роботу лікарів.

Чим більше до лікарні звернулося пацієнтів, тим більше грошей отримає медустанова. Для цього НСЗУ підпише контракт з лікарнями. Це означає, що відомство купуватиме для українців медичні послуги. МОЗ складе тариф на кожну послугу лікарні, і платитиме їй за цим тарифом.

МІФ 6. НСЗУ — корупційний монстр, який роздерибанить кошти

Правда: НСЗУ не володіє коштами, які виділяються з держбюджету на оплату послуг медичного обслуговування населення. Гроші зберігатимуться на казначейських рахунках. НСЗУ контролюватиме дотримання умов договору між пацієнтами та медичними закладами, розпоряджатиметься державними коштами, які йдуть на відшкодування вартості медикаментів у межах програми «Доступні ліки», закупівлю препаратів і надання гарантованих державою медичних послуг. НСЗУ також перевірятиме ефективність використання отриманих коштів.

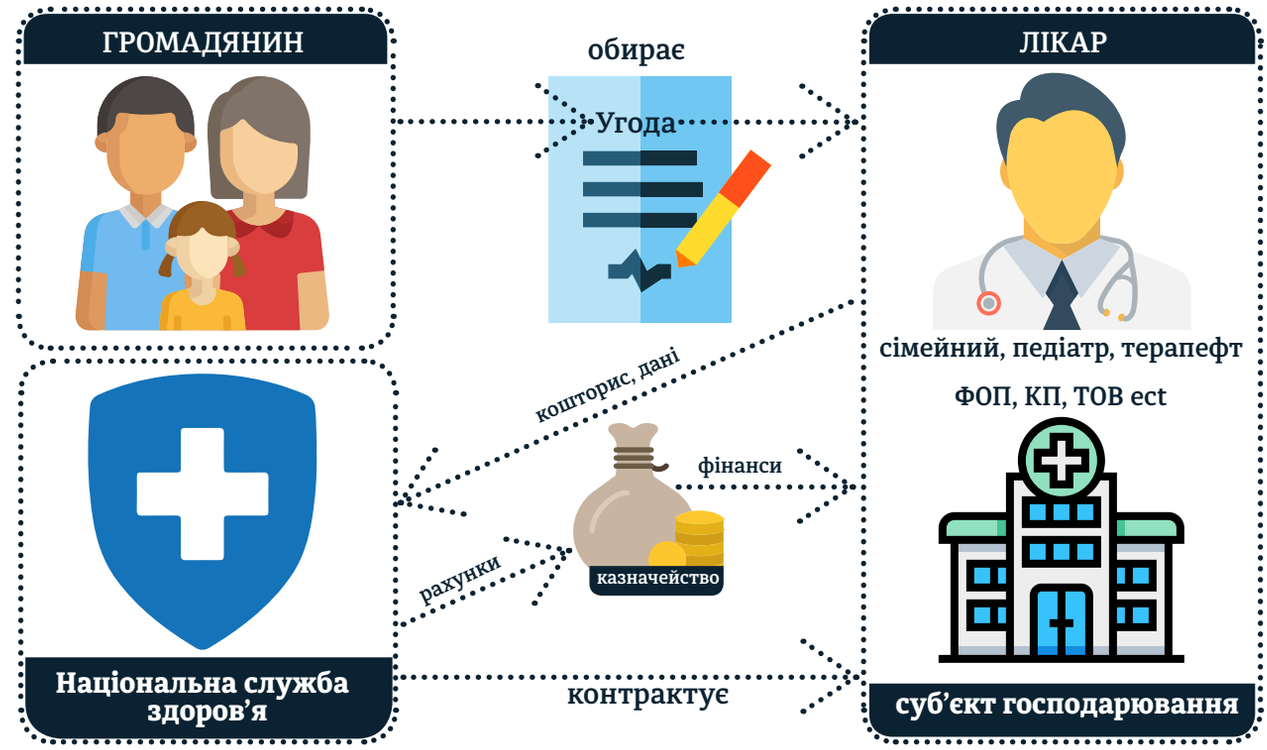
Функції Національної служби здоров'я:

- обслуговування населення за програмою медичних гарантій — списку безкоштовних медичних послуг;
- моніторинг і аналіз попиту на медпослуги і ліки в Україні;
- замовлення медпослуг і медикаментів за програмою медичних гарантій;
- розробка проекту медгарантій і тарифів на послуги;
- складання, зміна і припинення договорів про медобслуговування з лікарнями;
- контроль лікарень щодо дотримання договорів про медобслуговування і виконання програми медичних гарантій;
- забезпечення роботи електронної системи охорони здоров'я.

Крім того, НСЗУ прогнозуватиме потреби населення в лікарських засобах і медичних послугах. Це означає, що саме на основі моніторингу НСЗУ здійснюватимуться закупівлі лікарських засобів, вакцин та медичних виробів.

Керівником НСЗУ обрано Олега Петренка. Бюджет НСЗУ — понад 100 млрд грн.

В кінці червня НСЗУ розпочне виплати медичним закладам відповідно до укладених договорів (мова йде про заклади, які пройшли автономізацію). Ті заклади, які ще не пройшли реорганізацію у комунальні неприбуткові підприємства, продовжуватимуть отримувати медичну субвенцію. Вони зможуть укласти договори



За матеріалами Міністерства охорони здоров'я України

з НСЗУ 1 жовтня та 31 грудня — так звані друге і третє «вікно можливостей», щоб медичні заклади перейшли на отримання коштів за надання медичних послуг пацієнтам.

Чому пацієнтам вигідніше лікуватися у закладах, що вже працюють з НСЗУ

- Підвищиться якість обслуговування, бо заклади будуть конкурувати за пацієнта, адже саме за ним «прийдуть» гроші.
- Можливість вільно обрати лікаря і лікарню без грошових внесків та «подяк».
- Якщо послуги надаються не в повному обсязі або неякісно, є можливість вплинути на ситуацію: звернутися в НСЗУ чи змінити лікаря/заклад.
- Ніяких матеріальних подяк — держава оплачує конкретний пакет послуг первинної допомоги.

eHealth — електронна система охорони здоров'я

eHealth допомагає пацієнтам отримувати, а лікарям — надавати якісні медичні послуги. А ще — дозволяє контролювати, наскільки ефективно витрачаються виділені на охорону здоров'я державні кошти і запобігати зловживанням.

«**Електронне здоров'я**» — складна система, яка буде поступово впроваджуватися протягом кількох років. Спочатку вона охопить первинну ланку медицини — сімейних лікарів, терапевтів та педіатрів, а також первинні заклади медичної допомоги, які пройшли автономізацію.

Станом на 5 травня у системі зареєстровано 1161 медичних закладів, 19 758 лікарів, 2 834 001 пацієнтів.

Після того, як пацієнти підписують декларації, уповноважені представники закладів надання первинної медичної допомоги (реєстратори, медсестри, лікарі), реєструють їх у електронній системі. Ця система допомагає реалізувати принцип «гроші йдуть за пацієнтом», адже переводить усю звітність та інформацію про надання лікарем медичної допомоги пацієнту в електронну форму.

Фактично, через систему eHealth держава визначатиме, скільки пацієнтів підписали декларацію із кожним лікарем та який обсяг фінансування отримає заклад. Таким чином, лікар та медичний заклад отримуватиме кошти від НСЗУ за надану медичну послугу, а пацієнт отримуватиме необхідну медичну допомогу безкоштовно.

Такого поняття як письмова медична карта не буде взагалі. Натомість вона оформлятиметься в електронному вигляді.

У майбутньому eHealth система дасть можливість кожному швидко отримати свою медичну інформацію, а лікарям — правильно ставити діагноз з урахуванням цілісної картини здоров'я пацієнта. Вже не буде потреби в паперових медичних картах і друкованих довідках, які губляться і забуваються.

Лікарі виписуватимуть електронні рецепти, які не можна буде ні загубити, ні підробити. Система міститиме всю медичну історію пацієнта, і вона буде доступна як пацієнту, так і його лікарям — все, як на долоні.

Державні органи розумітимуть, куди слід витрачати державні кошти, щоб це приносило максимум користі, адже система накопичуватиме велику кількість статистики про захворювання і лікування. В результаті, українці будуть отримувати за державний кошт більше якісних медичних послуг.

Ця система складається із двох частин: центральний компонент (його контролює держава і який відповідає за зберігання та обробку інформації) та медичні інформаційні системи (якими користуються медичні заклади).

Медичні заклади зможуть обирати будь-яку медичну інформаційну систему (МІС) з-поміж тих, які пройшли перевірку і підключилися до центрального компонента системи «Електронне здоров'я». При цьому комерційні МІСи гарантовано надають базовий пакет електронних сервісів. Наразі для медичних закладів на сайті eHealth доступні 10 МІСів на вибір.

МІС за певними технічними правилами підключається до центрального компоненту і дає можливість лікувальним установам відправляти дані в центральний компонент eHealth МОЗ України.

eHealth вимагатиме від МІС строго дотримуватися вимог до надійності, безпеки та конфіденційності даних, якими їхні системи обмінюватимуться з центральним компонентом. Система також пройде сертифікацію Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України.

Передбачається, що **eHealth матиме безліч сервісів для пацієнтів**, які підвищують задоволеність від послуг. До таких найбільш поширених сервісів належать отримання доступу до актуального розкладу лікаря, пошук необхідної інформації

про клініку та відгуки пацієнтів про якість лікування і сервіс. Також будуть більш складні сервіси: отримання медичних висновків і виписок, результатів діагностики і аналізів.

В цілому, сукупність сервісів «eHealth» істотно підвищить якість результатів медичного обслуговування і задоволеність пацієнтів комунальних амбулаторій і поліклінік.

Сільська медицина

Понад 13 млн українців зараз живе у сільській місцевості. Фактично це майже 30000 сіл, у яких є близько 4 тисяч амбулаторій та 12 700 фармацевтично-акушерських пунктів (ФАПів). 2 з 3 таких закладів не мають водозбазпечення, лише у кожному п'ятому медзакладі є санвузол.

Сільська медицина фінансується за залишковим принципом, у сільських медичних пунктах немає найнеобхідніших умов для надання медичної допомоги. Мешканці сіл практично оминають первинну ланку медичної допомоги і їдуть до вузькоспеціалізованих фахівців у містах. Саме тому один із важливих етапів медичної реформи стосується кардинальних змін і підходів до сільської медицини.

Суть змін: лікар у селі має надавати первинну медичну допомогу на тому самому рівні, що і в місті.

Для того, щоб кожен мешканець, що проживає у сільській місцевості, мав доступ до якісних медичних послуг та надання медичної допомоги, прийнято Закон України №2206 від 14.11.2017 р., який, разом із іншими законами, що вводять принцип «гроші ходять за пацієнтом», надає підґрунтя для доступності медицини у сільській місцевості.

Сільським медичним закладам, як і закладам у містах, необхідно пройти реорганізацію за перейти на модель автономності — таким чином, медики у селі зможуть заробляти кошти за усіх пацієнтів, з якими укладено договір. Одним із головних завдань реформи сільської медицини є перепланування мережі медичних закладів (побудувати або відремонтувати амбулаторії та ФАПи), вирішення питання доїзду пацієнтів до лікаря або лікаря до пацієнта.

Реформа децентралізації, яка наразі формує нові об'єднано-територіальні громади, надає значні права регіонам, формує нову систему управління, економічні відносини та, відповідно, нову модель сільського розвитку. Саме тому, реформа сільської медицини тісно пов'язана із спроможністю ОТГ.

МІФ 7. Закон тільки декларує розвиток сільської медицини, а грошей на це немає, тому люди у селах залишаться взагалі без лікаря.

Правда: Закон №2206 «Про підвищення доступності та якості медичного обслуговування у сільській місцевості» передбачає будівництво нових амбулаторій, житла для лікарів, придбання медичного обладнання та службового транспорту.

У багатьох випадках звести новий об'єкт «з нуля» простіше, швидше й економніше, аніж ремонтувати старий. Тому наразі в Мінрегіоні розробляються типові проекти медичних закладів первинної ланки (ФП, ФАП, амбулаторія), які можна буде

швидко і якісно зводити по всій країні. Відповідно до постанови Кабінету Міністрів №983, на розвиток системи охорони здоров'я в сільській місцевості виділено субвенцію 4 млрд грн.

Завдяки цим інвестиціям сільські громади зможуть:

- збудувати нові амбулаторії з можливістю проживання родини лікаря;
- закупити автомобілі, щоб лікарі могли пересуватися між селами;
- оновити медичне обладнання амбулаторій;
- забезпечити швидкісний Інтернет.

У кожній сільській амбулаторії має бути лікар, якісні можливості надання первинної медичної допомоги, відповідне оснащення та транспорт. Доступність до амбулаторії для пацієнта повинна бути не більша, ніж 5 км. Навантаження на одного лікаря — приблизно 1500 пацієнтів.

Також Міністерство охорони здоров'я та Міністерство регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ розробили Порядок формування спроможних мереж надання первинної медичної допомоги.

Мережа медичних закладів у сільській місцевості

Мережу надання первинної медичної допомоги у сільській місцевості можуть утворювати: фельдшерсько-акушерський або фельдшерський пункт, амбулаторія, медичний пункт, медичний кабінет, мобільний медичний кабінет чи аптечний пункт. Але у будь-якому випадку, стовідсотково кожне село повинно мати відповідний пункт. А значить — люди матимуть куди і до кого звернутися за медичною допомогою.

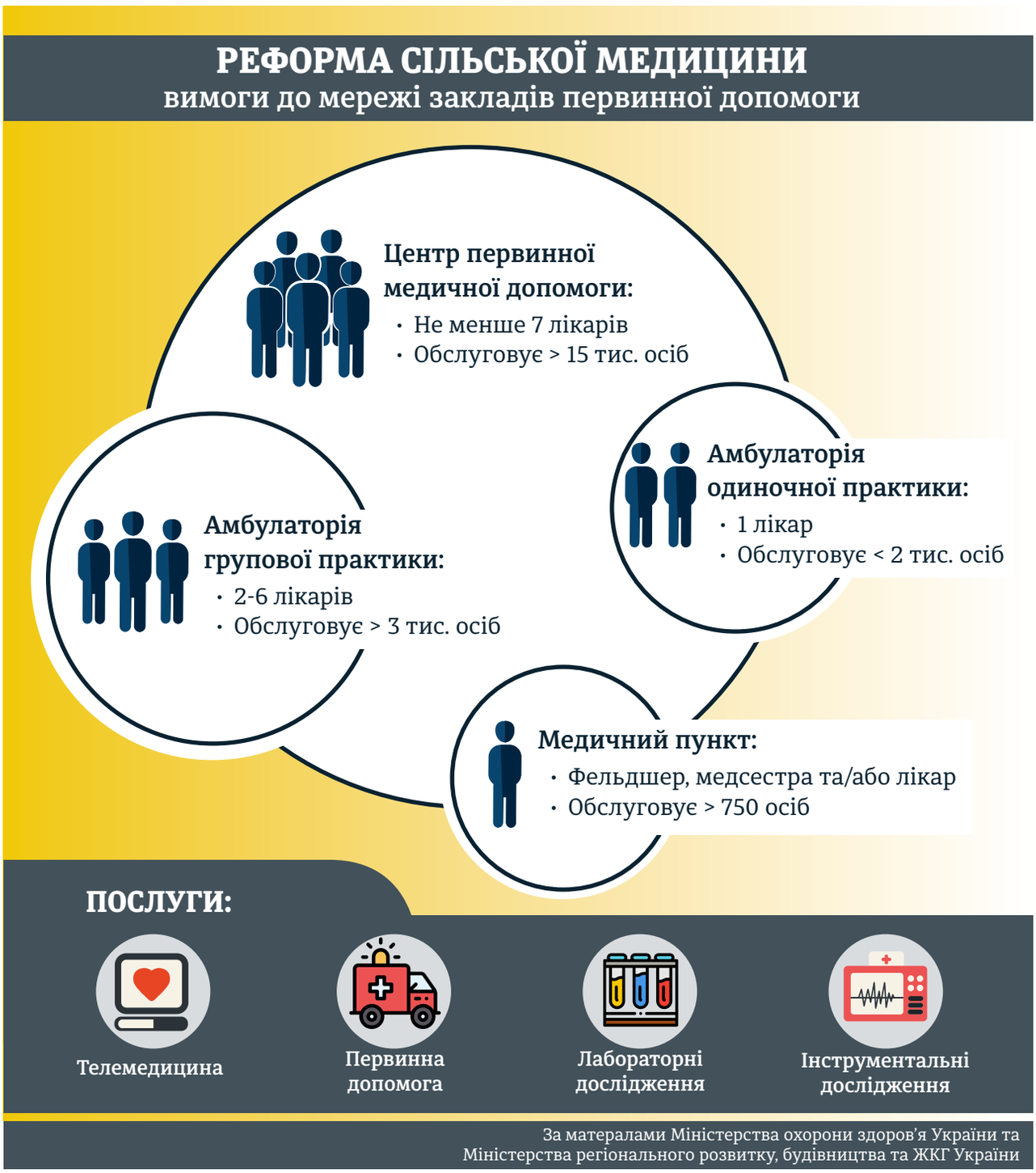
Загалом мережу первинної медичної допомоги розділяють на:

- Центр первинної медичної допомоги (об'єднує не менше 7 лікарів, обслуговує понад 15 тисяч населення);
- Амбулаторія групової практики (об'єднує від 2 до 6 лікарів, обслуговує понад 3 тисячі осіб);
- Амбулаторія одиночної практики (один лікар, що обслуговує до 2 тисяч осіб);
- Медичний пункт (фельдшер і медсестра або лікар, що розраховані на обслуговування близько 750 людей).

Оснащення центрів надання первинної медичної допомоги: (відповідно до Наказу МОЗ №148 від 26.01.2018 — Табель примірного матеріально-технічного оснащення):

- Центрифуга;
- Одноразові малі хірургічні набори та одноразові набори для огляду;
- Розхідні матеріали одноразового використання (шпателі, оглядові рукавички, рушники паперові, серветки, одноразові простирадла для кушетки, шприці, катетери, вакуумні пробірки, стерильний перев'язувальний матеріал);
- Контейнери для інструментарію, використаних матеріалів;
- Швидкі тести на вагістність, ВІЛ, вірусні гепатити;

- Сумка холодильник з акумуляторами холоду;
- Мінімум один холодильник для зберігання лікарських засобів;
- Сповивальний столик;
- Офісні меблі для персоналу (столи, стільці, шафи для документів та одягу, сейфи тощо);
- Комп'ютер з операційною системою з доступом до мережі Інтернет, принтер та сканер;
- Спеціальне програмне забезпечення;
- Канцелярське приладдя та витратні матеріали для комп'ютерного обладнання.



За матералами Міністерства охорони здоров'я України та Міністерства регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ України

В додаток до цього кожен медичний кабінет повинен містити:

- Ваги для дітей;
- Ваги для дорослих;
- Ростомір;
- Медична вимірювальна стрічка;
- Електрокардіограф;
- Таблиці для перевірки гостроти зору;
- Кушетка, в тому числі кушетка-трансформер (гінекологічне крісло);
- Шафа для зберігання лікарських засобів та медичних виробів.

Кожен лікар первинки повинен мати:

- Стетофонендоскоп;
- Термометр для вимірювання температури тіла;
- Тонометр з малими, середніми та великими манжетами;
- Пульсоксиметр;
- Отоофтальмоскоп;
- Медичний ліхтарик;
- Пікфлуометр;
- Молоточок неврологічний;
- Апарат для визначення рівня глюкози крові у комплекті (глюкометр, смужки, одноразові ланцети, одноразові рукавички);
- Набір лікарських засобів та медичних виробів для надання медичної допомоги при невідкладних станах;
- Сумка лікаря;
- Автомобіль.

Забезпечення лікаря автомобілем повноприводним, або ні, залежить від якості доріг. Плануючи закупівлі, ОТГ необхідно врахувати страхування авто, витрати на паливо, водія, технічне обслуговування тощо. Допускається також використання авто в оренду, або в лізинг.

Медична реформа передбачає мотиваційний пакет для лікаря, що працюватиме у селі:

- Забезпечення місцем роботи у лабораторії, що має відповідне оснащення;
- Гідна зарплата (за розрахунками зарплата сільського лікаря становитиме 15-30 тисяч гривень, зарплата медсестри — 4-8 тисяч гривень);
- Забезпечення житлом (типовий проект сільської амбулаторії передбачає окрім медичних приміщень комфортне службове житло для лікаря. Також житло для медичного персоналу можуть надавати органи місцевого самоврядування. Багато громад вже готові надавати свої будинки лікарям за 1 грн — тобто лікар не буде витрачатися на оренду);
- Забезпечення транспортом (оскільки є села, що значно віддалені одне від од-

ного, лікар може укладати декларації із мешканцями із різних сіл. Таким чином забезпечення автотранспортом буде додатковою мотивацією).

Реконструкція та будівництво доріг сполучення, що з'єднують сільські амбулаторії з районними та обласними лікарнями закладена у держбюджет та місцеві бюджети. Додатково кошти на відновлення доріг залучаються від «митного експерименту», ДФРР, субвенції на розбудову інфраструктури ОТГ, а також Дорожнього фонду.

Таким чином, у селах сімейного лікаря обирає місцева громада. Тарифні ставки заробітної плати для сімейного лікаря будуть скасовані. Сільські громади, нарешті, зможуть суттєво покращити первинну допомогу. Створивши для лікаря гарні умови життя і праці, села зможуть запросити перспективних спеціалістів. Гідну заробітну плату забезпечить держава.

Телемедицина

Досвідчений лікар на основі всіх правильно зібраних даних може поставити точний діагноз, навіть без огляду пацієнта. Для цього існує телемедицина — це надання або використання послуг охорони здоров'я без обмеження у відстані за допомогою телекомунікаційних засобів.

МІФ 8. Телемедицина — пацієнтів у селах лікуватимуть через телевізор в стилі Кашпіровського

Правда: Телемедицина немає нічого спільного із телебаченням. Телеметрична медицина передбачає, що лікар сільської амбулаторії зможе в режимі онлайн отримати консультацію в медичному закладі вторинного та третинного рівня, передати аналізи та результати досліджень пацієнта.

Для функціонування телемедицини потрібен лише комп'ютер, доступ до інтернету і мінімальний набір приладів (термометр, тонометр тощо). В основі телемедицини лежить не консультування по відеозв'язку, а надання консультацій відповідно до наданої інформації — опис стану, результати аналізів, та обстежень, попередніх захворювань тощо. Лікар у будь-який момент може отримати консультацію колег і пришвидшити процес обрання необхідного лікування. Фактично, це допомагає оперативно поставити діагноз та призначити відповідне лікування.

У 2016 році пілотний проект телемедицини розпочався у Гадяцькому районі Полтавської області: це система «Електронний пацієнт». Всі села району та центральна районна лікарня об'єднані в електронну мережу. Телемедицина дозволяє створювати тимчасові команди спеціалістів, для взаємодії необхідних фахівців при прийнятті рішень, незалежно від їх територіального розташування. Це не лише покращує якість прийнятих рішень, а й сприяє підвищенню рівня освіти медичних працівників.

МІФ 9. Телемедицина в селі не запрацює, бо немає інтернету і техніки

Правда: Комп'ютерами заклади первинки має забезпечити місцева влада. На ці потреби в тому числі виділено субвенцію із бюджету у розмірі 4 млрд грн. За даними

одного з національних мобільних операторів майже усі населенні пункти України мають 2G покриття — цього достатньо для обміну інформацією.

Госпітальні округи

Поділ на госпітальні округи має на меті впорядкувати медичну інфраструктуру України. Госпітальний округ — це територія, розмір та кількість населення якої дає можливість сформувати ефективну і сучасну медичну мережу повного циклу.

Тобто, кожен госпільтальний округ повинен мати мінімум одну багатопрофільну лікарню інтенсивного лікування та розвинену мережу надання первинної медичної допомоги. Відстань до цієї багатопрофільної лікарні має бути такою, щоб людина змогла доїхати туди максимум за годину. Також госпітальний округ має охоплювати принаймні 120 тисяч населення. І це єдині вимоги, які висуває МОЗ до формування госпітальних округів.

Планують та створюють госпітальні округи громади на регіональному рівні. Саме вони є власниками закладів, вони краще знають ситуацію на місці. Учасниками госпітального округу є міські (міст обласного значення), районні ради та ради об'єднаних територіальних громад, що здійснюють співробітництво у сфері охорони здоров'я.

Госпітальний округ не є рівнем влади, він не є юридичною особою чи суб'єктом господарювання.

Госпітальний округ — це інструмент співробітництва громад, щоб ухвалювати рішення стосовно закладів вторинної медичної допомоги серед міст обласного значення, районів та ОТГ. Тобто, це інструмент співпраці. Планувати мережу з позицій однієї лікарні, коли в Україні вони розділені між дрібними адмінодиницями, не можна. Треба планувати на більшу кількість населення, де мають важливість епідеміологічні та демографічні показники. Відповідно до Положення про госпітальні округи, закладені цифри — які нижчі за європейські показники. Загалом заплановано 200 тис населення на лікарню інтенсивного лікування ІІ рівня, і 120 тис. пацієнтів на лікарню І рівня. У Європі ці цифри набагато більші.

Станом на 21 квітня 2018 року створено 82 госпітальні округи у всіх областях за винятком Львівської, Закарпатської, Сумської, Харківської та Миколаївської. Також розроблено 15 планів розвитку госпітальних округів у 7 областях. Межі та склад госпітального округу формує обласна державна адміністрація, а затверджує Кабінет міністрів України.

Регіонам, в яких затверджені межі госпітальних округів потрібно:

- Проаналізувати діяльність лікарень всередині госпітального округу;
- Проаналізувати обсяг медичних послуг та потоків пацієнтів;
- Проаналізувати фінансову стійкість округу;
- Розробити рекомендації щодо перепрофілювання лікарень та розвитку перспективних прямків діяльності.

МІФ 10. В межах госпітальних округів позакривають лікарні і пацієнти не зможуть отримати медичну допомогу

Правда: Жоден медичний заклад не закриється. Частина медзакладів буде визначена пріоритетною та додатково підсилена технічно та кадрово, щоб кожен мешканець округу мав можливість отримати якісну медичну допомогу. Інша частина закладів буде перепрофільована. Тобто замість малопотужних, мало завантажених, погано оснащених лікарень будуть створені інші медичні заклади (центри реабілітації для тисяч учасників АТО, діагностичні центри, хосписи тощо). Які заклади перепрофілювати, а які забезпечити усім необхідним вирішуватиме місцева громада.

МІФ 11. Пацієнти не отримуватимуть медичної допомоги через те, що лікарня буде далеко і доїхати до неї неможливо

Правда: Завдяки впорядкуванню мережі медичних закладів в кожному госпітальному окрузі буде принаймні одна потужна лікарня інтенсивного лікування, яка працюватиме 24 години на добу 7 днів на тиждень. Вона буде забезпечена сучасним обладнанням, там працюватимуть висококваліфіковані лікарі, які матимуть належну практику. Доїхати до цієї лікарні можна буде максимум за годину. До цього часу усю необхідну допомогу надаватимуть лікарі первинної та екстренної допомоги.

Госпітальна рада

Для визначення проблемних питань, координації дій, розробки пропозицій щодо реалізації на рівні госпітального округу державної політики у сфері охорони здоров'я, а також щодо організації та функціонування медичної допомоги в госпітальному окрузі створюється Госпітальна рада.

Госпітальна рада — це дорадчий орган, який складається з представників власників кожного стаціонарного закладу. Всіма лікарнями володіють відповідні громади, це їх власність. Тож, госпітальна рада — це орган, який складається з представників цих громад. Представників делегують місцеві ради. Вони мають вибрати тих, хто найкраще розуміє потребу мешканців громади в медичних послугах і найкраще представить їхні інтереси в переговорах з іншими містами та районами.

Госпітальна рада — це майданчик для переговорів. Вона не ухвалює жодних рішень, а лише дозволяє напрацювати варіанти рішень, розробити спільне бачення — яким повинно бути майбутнє мережі лікарень цього округу в цілому.

Завдання госпітальної ради — розробити проект 5-річного плану розвитку госпітального округу, а також визначити, які інвестиції потрібні для того, щоб вивести лікарні на сучасний рівень.

Госпітальна рада затверджує:

- багаторічний план розвитку госпітального округу;
- реорганізацію і перепрофілювання закладів, що надають вторинну (спеціалізовану) медичну допомогу в межах госпітального округу;

- визначення перспективних закладів охорони здоров'я;
- призначення та звільнення керівників закладів охорони здоров'я комунальної власності, що знаходяться в межах госпітального округу та ін;
- трансферти між бюджетами учасників госпітального округу для фінансування програм вторинної (спеціалізованої) медичної допомоги.

Склад госпітальної ради: представники громад, делеговані відповідними радами (міські, сільські, ОТГ) пропорційно до кількості населення. Окрім того, рада може залучати різних фахівців до своєї роботи. Також представники ОДА можуть відвідувати засідання госпітальної ради із правом голосу.

Важлива роль належатиме облдержамініструціям. Їх роль методологічна, і всі рішення на Кабмін йтимуть через ОДА. Тому ОДА організовує роботу, вона має дорадчий голос на нарадах, вона може збирати госпітальні ради тощо.

Зараз до госпітальних рад входять переважно очільники районних рад та адміністрацій, головні лікарі. Склад госпітальної ради затверджується під час голосування депутатів місцевої ради, тому представникам громадськості необхідно через делегованих депутатів або самостійно вносити відповідні кандидатури під час голосування на участь у госпітальній раді. Збори та засідання госпітальної ради повинні бути відкритими, тому зацікавлені представники громадськості та журналісти зможуть бути на них присутніми та оперативно реагувати на те, що відбувається.

Госпітальна рада формує план розвитку на 5 років та визначає:

- Які медичні заклади будуть додатково нащені та посилені кадрами, а які перепрофільовані;
- Інвестиційні потреби для втілення багаторічного плану, необхідний обсяг коштів;
- Скільки і яких закладів буде в окрузі;
- Маршрути доїзду пацієнтів до медичних закладів.

План розвитку описує цілі та завдання, принципи та етапи реорганізації мережі закладів охорони здоров'я госпітального округу з метою приведення їх функціональних потужностей (кадрового потенціалу, технічного оснащення) до рівня визначених вимог.

Госпітальна рада не має ніякого юридичного статусу, це дорадчий орган. Якщо госпітальна рада ухвалила рішення, то місцеві ради отримують цей документ для затвердження. Лише у разі, коли пропозиції госпітальної ради затверджуються місцевими радами, вони стають обов'язковими. Але рада може і відмовити, це їх право по закону.

Якщо багаторічні плани розвитку округів будуть реалістичними і будуть підтримані всіма громадами, можливості пошуку фінансування для цих планів значно розширяться.

Джерела фінансування багаторічного плану розвитку госпітального округу:

- Державний бюджет;

- Місцеві бюджети територіальних громад;
- Недержавні інвестиції;
- Спонсорські та благодійні внески;
- Кошти міжнародної допомоги;
- Інші джерела.

2.3. Таймлайн реформи

2018 рік, перше півріччя:

- початок підготовчого періоду: автономізація закладів первинної медичної допомоги;
- старт приписної кампанії.

2018 рік, третій квартал:

- запуск Національної служби здоров'я України;
- початок укладання договорів автономних закладів первинної медичної допомоги з НСЗУ;
- початок фінансування закладів «первинки» за новою моделлю.

Початок і кінець четвертого кварталу 2018 року:

- друге і третє «вікно можливостей» для закладів «первинки» укласти контракт з НСЗУ;
- підготовка реформи на вторинному рівні.

Головні завдання на 2018 рік

Комунальному закладу первинної допомоги:

- Реорганізуватися у некомерційне комунальне підприємство;
- Забезпечити комп'ютеризацію, обрати МІС та підключитися до електронної системи; охорони здоров'я, отримати електронні цифрові підписи для закладу та лікарів;
- Привести матеріально-технічне забезпечення закладу у відповідність до Табелю технічного оснащення;
- Почати активне інформування та підписання з пацієнтами Декларацій про вибір лікаря первинної допомоги;
- Укласти договір з Національною службою здоров'я України.

Місцевій владі:

- Ухвалити рішення, необхідні для адміністративної та господарської автономії закладів охорони здоров'я. Статути новостворених комунальних некомерційних підприємств мають дозволяти цим закладам самостійно вирішувати питання штатного розпису та розмірів заробітних плат. Це дозволить підвищити заробітну плату медикам на первинній ланці після входження в реформу
- Комп'ютеризувати та обладнати медичні заклади, які є майном громади.
- На рівні місцевого бюджету запускати місцеві програми з охорони здоров'я для населення. Адже реформа створює в регіонах прошарок підприємств, яким можна дати конкретне замовлення, і його виконають.

2019 рік: Початок реформи на вторинному рівні (спеціалізована допомога)

2020 рік: Початок реформи на третинному рівні (високоспеціалізована допомога)

2.4 Урядова програма «Доступні ліки»

«**Доступні ліки**» — урядова програма, завдяки якій пацієнти із серцево-судинними захворюваннями, бронхіальною астмою чи діабетом II типу можуть отримати ліки безоплатно або з незначною доплатою. У програмі беруть участь ліки, які мають лише одну діючу речовину.

Для того, щоб отримати ліки пацієнт повинен звернутися в лікарню до свого лікаря, отримати рецепт та обміняти його на необхідний препарат безкоштовно або з незначною доплатою.

Пацієнт може обміняти рецепт на ліки у будь-якій аптеці, що підписала договір з місцевим органом влади (закладом охорони здоров'я), долучилася до програми і має наліпку «Доступні ліки».

Станом на 4 травня до програми долучилися 6179 аптек.

До реєстру ліків, які пацієнти можуть отримати безкоштовно або з незначною до-

платою, увійшло 239 препаратів 48 виробників, з яких 18 виробників українських і 30 — іноземних. 47 препаратів відшкодовуються державою на 100% завдяки новому механізму ціноутворення.

Що робити, якщо в аптеці немає необхідних ліків?

- Звернутися в іншу аптеку
- Зачекати, поки ліки з'являються
- Обрати іншу торгову марку та доплатити різницю

Як визначаються ціни на ліки у програмі «Доступні ліки»

Міністерство охорони здоров'я затверджує Реєстр оптово-відпускних цін. Цей Реєстр визначає максимальну ціну препарату, який може взяти участь в урядовій програмі «Доступні ліки».

Держава компенсує вартість найдешевшого лікарського засобу, який подав заявку на участь в програмі «Доступні ліки». Тобто такий препарат пацієнт матиме змогу отримати безоплатно.

Дорожчий препарат пацієнт може отримати, доплативши різницю між мінімальною ціною та роздрібною ціною обраного препарату.

Ліки, ціна на які перевищує референтну ціну в 5 сусідніх країнах, не підпадають під програму відшкодування. Також наявність препарату у програмі залежить від рішення про його участь від виробника — він має подати заявку для включення свого препарату до реєстру.

2.5 Джерела інформації та корисні посилання

- Сайт Міністерства охорони здоров'я України *moz.gov.ua/*
- Сайт Міністерства регіонального розвитку будівництва та житлово-комунального господарства *www.minregion.gov.ua/*
- Сторінка *https://www.facebook.com/moz.ukr*
- Статистика тут *https://portal.ehealth-ukraine.org/#statistic*
- Як головному лікарю зареєструвати свій заклад в e-Health *http://bit.ly/proehealth*
- Госпітальні округи - *http://bit.ly/hospitok*
- Про лікаря - *http://moz.gov.ua/plan-reform*
- Сайт, де пацієнти реєструються до лікарів - *https://portal.ehealth-ukraine.org/*

Головні закони реформи

- Закон №2002 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства з питань діяльності закладів охорони здоров'я» від 06.04.2017.

- Закон №2168 «Про державні фінансові гарантії надання медичних послуг та лікарських засобів» від 19.10.2017
- Закон №2233 «Про внесення змін до Бюджетного Кодексу України» від 07.12.2017
- Закон №2206 «Про підвищення доступності та якості медичного обслуговування у сільській місцевості» від 14.11.2017

Головні підзаконні акти реформи:

- Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення концепції реформи фінансування системи охорони здоров'я» від 30.11.2016 №1013-Р
- Розпорядження Кабінету міністрів України «Про затвердження порядку створення госпітальних округів від 30.11.2016 №932
- Наказ МОЗ «Про затвердження примірного положення про госпітальний округ» від 20.02.2017 №165 (зі змінами - №1621)
- Наказ МОЗ «Про затвердження порядку формування спроможних мереж надання первинної медичної допомоги» від 06.02.2018 №178/24
- Наказ МОЗ «Про затвердження порядку вибору лікаря, який надає первинну медичну допомогу, та форми декларації про вибір лікаря, який надає первинну медичну допомогу» від 19.03.2018 №503
- Наказ МОЗ «Про затвердження порядку надання первинної медичної допомоги» від 19.03.2018 №504
- Наказ МОЗ «Про затвердження примірного табеля матеріально-технічного оснащення закладів охорони здоров'я та фізичних осіб-підприємців, які надають первинну медичну допомогу» від 26.01.2018 №148
- Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження порядку проведення конкурсу на зайняття посади керівника державного комунального закладу охорони здоров'я» від 27.12.2017 №1094
- Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження методики розрахунку вартості послуги з медичного обслуговування» від 27.12.2017 №1075
- Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання первинної медичної допомоги населенню» від 28 березня 2018 року №283.

Розділ 3.

ТЕХНОЛОГІЇ НАПИСАННЯ ПУБЛІКАЦІЙ

Зображення з ресурсу www.pexels.com за ліцензією CC0

Підготував Олексій ПОГОРЕЛОВ

3.1. Що робити журналісту місцевого медіа, щоб його читали?

Перед аналізом «як це зробити?», маємо знайти відповідь на інше питання — «що саме треба робити?». Те, що якість контенту сьогодні є вирішальною, ви, напевно, вже втомилися слухати. Але насправді найважливіше завдання кожного журналіста та редактора сьогодні — робити контент не лише цікавим, але й корисним для аудиторії.

Перш за все, основні доходи місцевим медіа сьогодні приносить саме продаж контенту — а не реклами. по-друге, у сьогоднішньому неосяжному океані інформації кожен обирає тільки те, що пасує його потребам. Це називається сегментацією аудиторії, і тому кожен журналіст і кожен редактор має:

1. Знати свою аудиторію
2. Робити контент потрібним саме цій аудиторії.

Подивіться на просту і одночасно дуже показову ілюстрацію. Малюнок «Чому професіоналізм важливий?» показує те, що відбулося за останні 20 років на ринку видань для дітей. Ви бачите, що кількість видань зросла у більш, ніж 17 разів. У той час як загальний тираж зменшився усього на 14,5%. Це означає, що кожне з тих 8 видань, які видавалися у 1997 році — якщо вижило, звісно — має набагато меншу аудиторію, аніж раніше. А вимоги до контенту стали набагато більшими. Бо читачам є з чого обирати!

Наступна важлива річ — це чесність та грамотність журналіста. Якщо ви добре розбираєтеся у предметі, про який пишете, та якщо показуєте ситуацію такою, якою вона є у всіх деталях, якщо не приховуєте інформацію — вам довірятимуть! Люди ж мають якусь інформацію і без вас — як власний досвід у питанні, так і чутки, думки знайомих, поради експертів.

Журналісти ж завжди були — та ще й досі є — тими, кому аудиторія хоче довіряти. Бо журналіст «крутиться у різних колах, має багато інформації, отже, завжди знає більше». Падіння довіри до медіа, яке ми спостерігаємо останні декілька років — це наслідок невідповідності якості контенту очікуванням аудиторії.

Дві найбільші складові, які й є ключовими причинами зростанні недовіри:

- Недостатня глибина аналізу ситуації, неповна чи неточна інформація, відсутність обговорення «гарячих» для вашої аудиторії тем;
- Завелика кількість неякісних матеріалів, які або просто погано підготовлені або є рекламними, проте не позначеними як реклама.

Читачу байдуже, чи отримало видання гроші за матеріал, чи журналіст просто не розібрався. Адже якщо текст виглядає маніпулятивним — йому не довірятимуть. Читач швидко відчуває — кажуть йому правду чи намагаються схилити до якоїсь думки. І щойно він відчуває цю маніпуляцію — одразу припиняє читати. Бо це — найпростіша форма самозахисту у такій ситуації.

Кожне медіа, яке дбає про свою аудиторію, має:

- Бути чесним із читачем
- Маркувати матеріали, які розміщені зовнішніми замовниками
- Дбати про високу професійну якість усіх без винятку редакційних матеріалів.

Отже, **перші три висновки:**

- Маєте знати свою аудиторію,
- Мусите робити контент потрібним саме цій аудиторії,
- Чесність та грамотність конче необхідні для того, щоб вам довіряли.

3.2 Де шукати теми, цікаві аудиторії?

Перейдімо тепер до пошуку тем: **про що хоче дізнаватися місцева аудиторія, яку інформацію люди шукають у місцевих медіа**?

Почнемо із загальних речей. Як показало дослідження, виконане компанією InMind влітку 2017 року на замовлення проекту U-Media, що фінансується Американською агенцією з міжнародного розвитку (USAID), місцеві аудиторії шукають важливу для них місцеву інформацію у своїх, локальних, медіа.

Ця дуже важлива інформація вказує, що саме чекають від вас читачі.

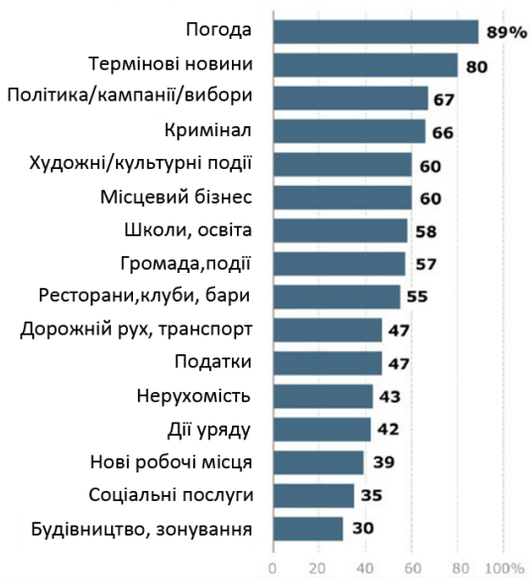
Але не всі тематики є однаково цікавими для аудиторії. Тому й структура рубрик у вашому виданні не має бути «типовою». На жаль, дуже велика кількість місцевих видань сьогодні мають багато типових рубрик і недостатньо — рубрик із високою практичною цінністю.

Особливо одноманітною ця ситуація є у комунальних газет, які, переважно, розповсюджуються у районах. І такими «типовими» рубриками є, як правило, «Офіційно», «Привітання», «Рецепти», «Телепрограма», тощо. Проте нечасто можна побачити рубрики на кшталт «Шкільна освіта», «Робота», «Податки», «Події у громаді» та інші.

Подивіться на діаграму «Популярність різних місцевих тематик». Там є тематичні напрямки, які точно будуть цікавими вашій аудиторії. Але раптово змінити тематику публікацій навіть у одній рубриці — ризиковано. Аудиторія звикає отримувати певну інформацію. І може не сприйняти ваші новації. Тому такі зміни варто робити поступово — анонсуючи зміни, додаючи новий зміст і опитуючи читачів, як вони оцінюють вашу новацію.

Популярність різних місцевих тематик

Відсоток дорослих, які шукають новини або інформацію за кожною з тематик



Джерело: *Pew Researcher Center, січень 2011*

Моя головна теза все ж таки така: Експериментуйте! Додайте 1-2 тематики до ваших сьогоднішніх та наповнюйте їх якісною інформацією. А через 3-4 місяці постійного наповнення нових рубрик якісним контентом спитайте своїх читачів: чи подобається їм новий контент і чи хотіли б вони, щоб ви продовжували його давати? Можливо, якісь зі старих рубрик ви вирішите переробити чи читачі скажуть вам, що ті рубрики стали для них менш цікавими. І так постійно — запроваджуйте щось нове кожні півроку. А потім опитуйте аудиторію. І слідкуйте за цифрами: найважливішою є динаміка тиражу і показників щодо аудиторії (як кількісні, так і якісні).

Для того, щоб шукати нові теми та тематичні напрямки було легше — зверніть увагу на те, як BBC класифікує 6 ключових потреб аудиторії (позначені на відповідній діаграмі). Це, власне, те, за що люди цінують медіа та витрачають свій час на читання.

Слідкуйте за тим, щоб ваші матеріали не були зосереджені лише на 1-2 потребах, адже ваша аудиторія не лише хоче «бути в курсі» (мова про новини), але й прагне «бачити перспективу». А це вже аналітика, яка допомагає вбудувати інформацію про те, що відбулося (новина), у тенденцію та спрогнозувати розвиток подій. Це й інший жанр, й інший кут подання інформації, й інший обсяг матеріалу.

Отже, використовуйте інформацію з діаграм «Популярність різних місцевих тематик» та «6 ключових потреб аудиторії» і для пошуку нових напрямків, і для структурування матеріалів у вашій газеті по-новому.

Розглянемо приклад. Ви регулярно висвітлюєте місцеві новини, та ще й влада постійно просить надрукувати певні офіційні матеріали (і я можу вас похвалити, якщо ви це робите в рамках так званого Договору про висвітлення). Імовірно, переважна кількість таких матеріалів та новин йде в рубрику «Офіційно» чи подібну.

Спробуйте навіть в рамках тієї ж самої сторінки, де ви зазвичай таку інформацію друкуєте, зробити новацію. Поділіть сторінку на розділи — подібно до того, як колишні «товсті» газети безкоштовних оголошень ділили оголошення за напрямками (ремонт, куплю, продам, тощо).

Створіть перелік усіх можливих тематичних напрямків та обирайте з нього лише ті теми, матеріали на які є в поточному номері. Тоді в одному номері може бути, наприклад, «Місцевий бізнес: новинки», «Шкільна освіта: батькам» та «Дороги», а в іншому — «День села Дмитрівка», «Нові робочі місця» та «Лікарі нашої ОТГ». Намагайтеся, щоб такі рубрики були максимально практичними, але не робіть кожного разу щось зовсім нове. Перелік рубрик має бути вичерпним. Наприклад, кількість рубрик «День села ХХХ» не може перевищувати кількості населених пунктів у вашій ОТГ, адже ви — місцеве видання.

Тоді, з одного боку, рубрики будуть привертати увагу читача, допомагатимуть йому одразу визначитися — цікава йому теми чи ні. А з іншого — будуть створювати очікування від газети в цілому, показуючи набір кутів подачі інформації. Якщо ж рубрики будуть постійно змінюватися — вони будуть заголовками, а не рубриками. А якщо їх буде мало — вони будуть надто широкими, не будуть дозволяти сформувати очікування: про що саме матеріали у цьому розділі. До речі, час від часу (наприклад, раз на рік) назви рубрик можна змінювати — так видання буде виглядати постійно живим, сучасним.

За даними Олексія Погорєлова

3.3. Канали доставки інформації до читача

Де саме публікувати той чи інший контент? Що — у традиційній паперовій газеті, а що в інтернеті? І якщо спочатку в інтернет, то як доопрацьовувати матеріал для газети так, щоб він не був простою копією матеріалу на сайті? Адже це не лише не має сенсу — це навіть шкідливо. І ось чому.

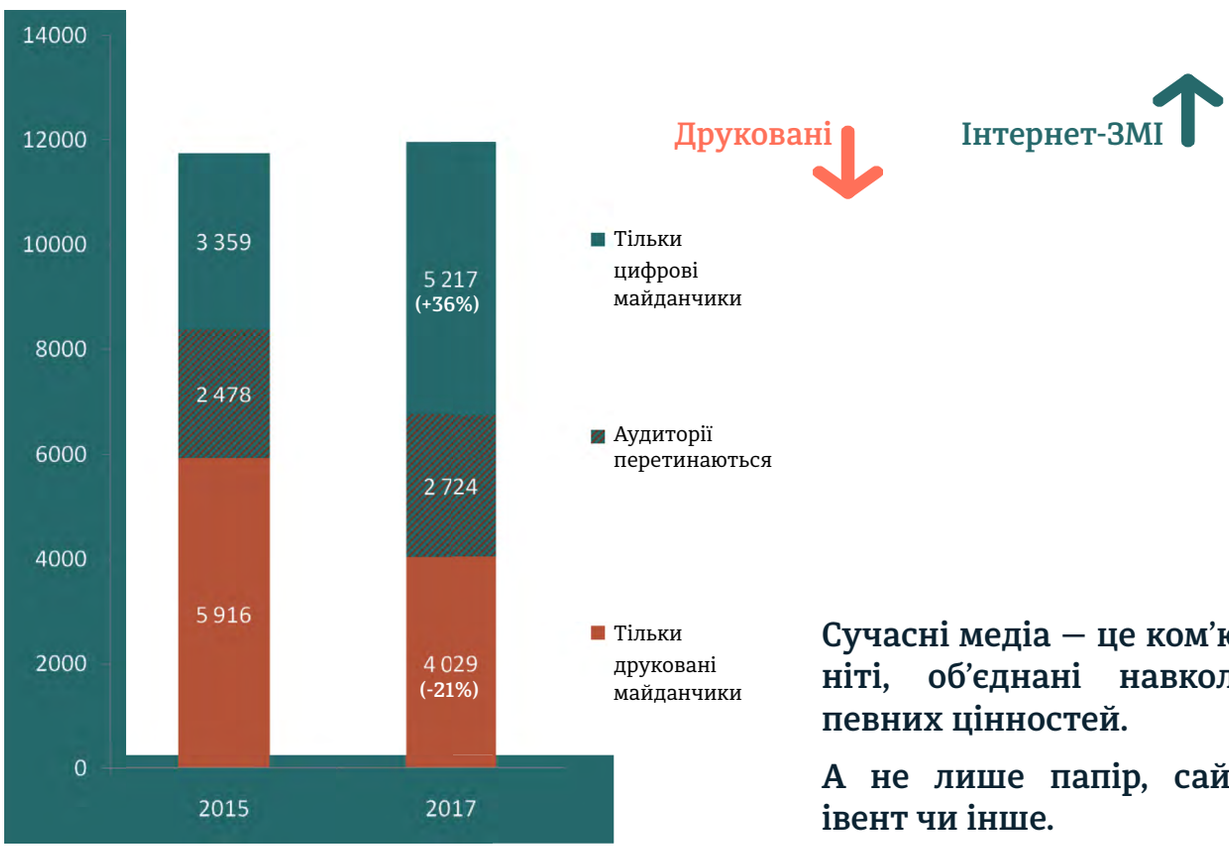
З діаграми «Аудиторії видавців» ви бачите, що аудиторії друкованих видань скорочуються, але одночасно аудиторія ваших цифрових медіа — сайту, групи у соцмережах — зростає. При цьому зростання перевищує скорочення, і загальна сукупна аудиторія «газета плюс сайт» є сьогодні більшою, ніж була ще два роки тому.

Саме тому потрібно надавати контент як аудиторії традиційного (паперового) медіа, так і цифрового. І це дві різні аудиторії — їх перетин навряд чи перевищує 15%.

Цифрова аудиторія — молодша, активніша, більше орієнтована на розвиток та зміни, готова більше робити особисто та включатися в різноманітні ініціативи. Ау-

диторія друкованого видання — дорослiша, більш консервативна, не так швидко «втягується» в різноманітні новації та проекти, проте, на відміну від більш молодої аудиторії цифрових платформ, готова ділитися досвідом, знаннями. Іншими словами — віддавати те, що накопичено за першу половину життя. І цим варто користуватися!

Аудиторії 2015-2017



Сучасні медіа — це ком'юніті, об'єднані навколо певних цінностей.

А не лише папір, сайт, івент чи інше.

За даними Олексія Погорєлова

Залучайте таких людей до створення матеріалів, до обговорення непростих питань, запрошуйте їх бути редакторами окремих рубрик (хоча б дистанційно чи час від часу) — і ви відкриєте масу нових можливостей! Та й аудиторія збільшиться, бо матеріали стануть для читачів ціннішими, професійнішими, ближчими, зрозумілішими, наповненими цінностями, які для них важливі.

Це, до речі, стосується усіх аудиторій! Залучайте представників кожної важливої для вас аудиторії до створення контенту — від обговорень тем до коментування і навіть написання матеріалів. І ви отримаєте контент, набагато більш цікавий аудиторії, аніж вам вдається робити самостійно!

Наприклад, ви дізналися, що відбудеться засідання районної ради, де будуть обговорюватися питання фінансування проектів на поточний рік. Залучіть до обговорення питання аудиторію вашого видання!

Запропонуйте людям надіслати до редакції їхнє бачення пріоритетних задач, просіть аргументувати — що саме вирішення цих задач дасть вашій громаді, чому ці питання є пріоритетними. А у аудиторії фейсбук сторінки спитайте — хто готовий особисто долучитися до виконання тих чи інших робіт, хто готовий взятися за підготовку проекту для подання до фінансування через механізм бюджету участі.

Попросіть також людей висловитися — які саме проекти вони вважають найбільш важливими для розвитку вашої території. І всіляко заохочуйте дискусію, запросіть до участі у ній депутатів районної ради. Якщо все це відбудеться до засідання ради — якість рішення,яке буде ухвалено, буде найвищою. А люди набагато охочіше будуть долучатися до реалізації ухвалених проектів. Таким чином, і медіа виконає свою головну функцію, і аудиторія зросте, і довіра до вас збільшиться, і розвиток території буде і швидшим, і кращим.

Тепер, коли основну теоретичну частину викладено, підведемо підсумки.

Група питань 1. Як визначити власну аудиторію та її потреби:

- Перевірте себе: наскільки точно й повно ви можете описати свою цільову аудиторію? До речі, термін «цільова аудиторія» означає ту групу людей, яких ви бачите своїми лояльними читачами. Опис цієї групи має бути настільки точним, наскільки це можливо. Недостатньо описати їх як «людей від 35 до 50 з доходом, вищим за середній». Це можуть бути дуже різні люди, і ви ніколи не зробите цікавий матеріал для них. Натомість це можуть бути, наприклад, «батьки школярів, які навчаються у середній школі. Батьки працюють як наймані працівники, мають заробітну платню не меншу за 7 тис грн., цікавляться подорожами і надають перевагу цікавому фільму у кінотеатрі замість перегляду серіалу на дивані». Коли ви маєте таку уяву про вашу аудиторію — можете готувати набагато більш корисні та інформативні статті саме для цих людей.
- Як ви описали б аудиторію газети, розділивши її на аудиторію окремих рубрик? Подумайте, якою є аудиторія кожної з рубрик вашого видання? Які б ще аудиторії ви хотіли мати і які рубрики для цього потрібно додати?
- Пригадайте класифікацію різних потреб аудиторії за діаграмою BBC (6 ключових потреб)
- Якою є ваша аудиторія? Напишіть на листочку паперу максимально детальний опис. А під цим описом у дві колонки: (і) що ви надаєте вашій аудиторії? (іі) що ще варто надавати вашій аудиторії?
- Пригадайте слайд про дитячі видання за 20 років. Маючи на увазі сегментацію, запишіть, які групи людей можна «намалювати», описуючи усі сегменти аудиторії вашого видання? Ці сегменти — це якраз групи людей за інтересами, про які говорили на початку (батьки школярів, приватні підприємці та фермери, студенти та молоді працівники, тощо)
- Подумайте: які аудиторії ви поки що не бачите — а відтак не пишете для них майже нічого цінного та практично корисного? Думайте, маючи на увазі, що все, що далі — різні групи за інтересами щодо інформації. І про цьому усі вони

можуть читати ваше видання — якщо, звісно, ви надасте їм цікаву та корисну інформацію. Батьки школярів, бабусі та дідусі (по відношенню до онуків), молоді люди, які шукають першу роботу та підробіток, фермери, дрібні підприємці, вчителі шкіл, активісти ОТГ...

Група питань 2. Де знайти теми

Подумайте: які джерела інформації ви використовуєте сьогодні для того, щоб шукати теми для статей? І як кожне з різних джерел може бути використане саме для пошуку тем для статей?

- **джерела новин.** Відслідковуючи певну тематику, важливу для вашої цільової аудиторії (наприклад, батьки школярів середньої школи), ви можете бачити певні тенденції чи відповіді на питання, які їх хвилюють. Це вже й є темою для статті (наприклад, приклади ефективної співпраці з вчителями та підвищення рівня знань у школярів завдяки запровадженню у школі практики проведення олімпіад)
- **джерела аналітики** — зокрема, чи ви шукаєте аналітичну інформацію цілеспрямовано? Чи ви використовуєте аналітичні статті, створені спеціальними аналітичними центрами (наприклад, Економічна правда чи VoxUkraine) для того, щоб надавати своєму читачеві якісний аналіз — на який у вас просто не вистачає власних ресурсів?
- **джерела ідей, тем, дискусійних питань** — де ви це берете сьогодні і як цей перелік можна розширити? Що ви робите, коли знаходите цікаву дискусію — яку інформацію надаєте своїй аудиторії, і чи практикуєте продовження обговорення теми у своєму виданні?
- **листи в редакцію:** чи ви не відмовилися бути корисними для вашої аудиторії? Адже саме через листи ви бачите проблеми людей та можете бути дуже адресними та дуже потрібними для них
- **залучення людей до обговорення і зокрема — використання соцмереж.** Як ви це робите сьогодні? Чий досвід у використанні соцмереж вважаєте корисним та як плануєте використати у своїй роботі з аудиторією?
- **запрошені (гостьові) редактори.** Дуже гарна практика — запрошувати вести окремі рубрики чи окремі номери чи долучатися до роботи над номером чи певною тематичною підбіркою людей, з-поза меж редакції, але фахівців у певному питанні. Кожна така практика, по-перше, дозволяє зробити тему дуже професійною, по-друге дозволяє розширити коло експертів, а по-третє привертає увагу нових аудиторій до видання. Спробуйте — і відкриєте для себе новий світ можливостей
- **молодіжні аудиторії та молодіжна сторінка.** Робити її дуже якісною та живою можуть ті, хто сам молодий. Подумайте над цим! Молодіжна сторінка газети у одній з соцмереж — це не тільки новий світ, але й новий драйв, нові аудиторії, а з ними і нові можливості для зростання
- **громадські обговорення** — як збори, так і обговорення документів, проектів рішень. Участь у таких обговореннях — це щонайменше нові теми, жива ін-

формація, глибоке розуміння того, що відбувається у громаді і що важливо для мешканців. Але це також і залучення громади до вирішення нагальних питань, це об'єднання людей навколо спільної мети, для розвитку території

- **наради та звіти:** що ви продукуєте після участі у таких нарадах чи після вивчення звітів? А що цікавить вашу аудиторію? Як ви можете знаходити у звітах саме те, що важливо вашій аудиторії? Який цінний сервіс, послугу з вашого боку, найбільше очікує ваша аудиторія саме від професійної роботи журналіста? Що ви можете давати своїм читачам цінного саме завдяки уважному вивченню звітів та участі у нарадах?

Група питань 3. Як структурувати матеріал — планування газети?

Типова структура місцевого видання не виглядає чимось інноваційним та дуже точно налаштованим на потреби аудиторії. Вище ми попрацювали із описом аудиторії. Тепер час перекласти потреби аудиторії на рубрики вашого видання. Які вони сьогодні? Зробіть табличку: навпроти кожної сьогоднішньої рубрики напишіть, які саме потреби цільової аудиторії ця рубрика задовольняє. А потім подивіться, які ще потреби залишилися, і подумайте, як треба змінити рубрики, щоб (а) не втратити сьогоднішніх читачів та (б) додати нових. Подбайте про те, щоб не пропустити найбільш важливі розділи:

- новини
- аналітика
- найбільш популярні тематики (згадайте про слайд «Популярність різних місцевих тематик» та перевірте, яких саме тематик у вас сьогодні обмаль або немає зовсім)
- тема номеру та тематичні підбірки. Чи ви їх робите? Чи маєте план на 2-3 місяці наперед щодо тематичних підборок?

3.3. Жанри. Або як подавати різну інформацію у різний спосіб?

Наступний важливий аспект — обрати правильний жанр для матеріалу. Навіть коли назва є влучною, і тема та кут подання інформації точно підібрані під потреби вашої цільової аудиторії, неправильно підібраний жанр може суттєво знизити якість сприйняття вашої роботи читачем. Адже, інтерв'ю ніколи не надасть читачеві можливості так глибоко і легко зрозуміти складне питання, як це може зробити аналітичний звіт.

Як правильно обрати жанр?

Жанри відіграють дуже важливу роль у журналістиці — вони задають шаблон, форму, у якій журналіст подає інформацію читачеві. А той, знаючи правила, швидше сприймає матеріал. Наприклад, якщо ви подаєте новину — інформація про те, що відбулося, буде на початку, потім підуть подробиці, а на завершення ви дасте думки експертів та обох сторін, якщо ця новина — про конфліктну ситуацію.

Якщо ж подивитися на репортаж, то як свідок подій журналіст надасть читачеві можливість пережити ситуацію, уявивши не тільки деталі, але й емоції. Якщо ви даєте комен-

тар — там не буде нових фактів, але будуть роз'яснення та оцінка того, що вже відомо.

Різні жанри мають різні завдання.

Загальноприйнятної єдиної класифікації журналістських жанрів не існує. У країнах Європи, де правила та традиції медіа ринку розвивалися довше, ніж у нас, і досвід яких вартий вивчення та використання, жанри поділяють на «подієві» та «коментарійні». Має сенс спиратися на класифікацію, яку наводить Тетяна Рєпкова, добре відома багатьом редакторам та журналістам як авторка книги *«Новое время: как создать профессиональную газету в демократическом обществе»*. Вона розрізняє три групи жанрів — новинні, раціональна публіцистика, емоційна публіцистика.

Тут важливо пригадати, що є три головні ознаки жанру: предмет, метод та функція. Предмет визначається відповіддю на питання «Що зображується у матеріали?». Метод — «Як?», а функція — «З якою метою?» Тоді для новини предметом буде подія, методом — пошук відповідей на основні 6 питань, на які має відповідати кожна новина (Хто?, Що?, Де?, Коли?, Чому?, У який спосіб?), а функцією — об'єктивна розповідь про подію. При цьому під терміном «об'єктивна» мається на увазі, що дві різні людини, якщо писатимуть про одну й ту саму подію, мають отримати однаковий результат, оскільки технологія їхньої роботи передбачає пошук відповідей на ті самі питання. А різниця між цими матеріалами буде визначатися різницею у часі, який мав кожен з них на підготовку, та у доступі до джерел інформації.А також, звісно, різницею у позиціонуванні цих двох видань, яка відповідає потребам їх цільових аудиторій.

Основні характеристики журналістських жанрів за класифікацією Тетяни Рєпкової

Група жанрів	Предмет	Метод	Функція
Новинні жанри	Подія	Пошук відповідей на 6 основних питань (Хто? Що? Де? Коли? Чому? У який спосіб?)	Об'єктивно розповісти про подію
Жанри раціональної публіцистики	Зв'язок події з іншими подіями	Логічний аналіз	Вписати відому подію у події в контексті
Жанри емоційної публіцистики	Людина за подією	Опис людей у драматичних ситуаціях	Викликати емоційну реакцію у читачів

Ви можете знайти опис основних жанрів у багатьох джерелах. У цьому посібнику ми обмежимося чотирма найбільш важливими, на наш суб'єктивний погляд: новина, інтерв'ю, репортаж та розслідування.

Одразу наголошуємо: репортаж — надзвичайно потрібний читачеві жанр, ігнорування якого журналістами позбавляє читача можливості «побачити» та «пережити» те, що побачив та пережив сам журналіст. Цей жанр має бути відроджений, і ті, хто першим почне давати більше репортажів — першими ж відчують вдячність аудиторі. А ще ми розкажемо про те, як легко визначати, яку інформацію не можна давати в текстовому вигляді, а потрібно обов'язково подавати у вигляді інфографіки.

Отже, стисло ці чотири найважливіші жанри можна представити так:

- **Новина — інформованість читача.**
- **Інтерв'ю — емоції читача.**
- **Репортаж — очі та вуха читача.**
- **Розслідування — мозок читача, його «раціо».**

Новина

Як писати новини, здається, знає кожен. Проте самі новини, які публікуються у багатьох виданнях, чомусь часто не виглядають як професійно підготовлені. Тому тут ми з вами згадаємо — дуже стисло — основні правила створення новинного матеріалу. А якщо хочете детальніше — прочитайте «Как писать новости: чек лист главных правил», підготовлений MyMedia за матеріалами німецького видання Medium Magazin:

- У вашій новині читач має отримати відповіді на питання: **хто, що, коли, де, чому, у який спосіб? Перш ніж публікувати новину, перечитайте її. Чи знайде читач для себе відпо**віді на ці шість простих питань? Або він побачить лише ваші особисті погляди на подію?
- Важливо! Слідкуйте правилу «Одне повідомлення — одна новина». Якщо ви маєте два повідомлення — це завжди дві новини.
- Новина має бути побудована за дуже чіткою конструкцією: заголовок-лід-подробиці-коментарі-додаткова інформація.
- Тема, винесена у заголовок, має «чіпляти» читача. Такий заголовок має підмет і присудок. Проте не можна зловживати. Заголовки на кшталт «шок!», «сенсація!» вбивають довіру.
- Лід (а) містить найважливішу інформацію та (б) продовжує думку, яка винесена у заголовок. Його завдання — остаточно переконати читача, що ця інформація йому цікава (чи не цікава, якщо не відповідає його потребам). Проте заголовок та лід не мають повідомити 100% інформації.
- Тіло новини має містити подробиці — більш детальну інформацію про те, що сталося. Зокрема, у якому контексті чи у якій послідовності подій знаходиться та подія, про яку ви повідомляєте. Цей контекст дозволяє читачу зрозуміти та оцінити значимість події та її можливі наслідки.
- Думки та коментарі експертів та учасників події. Вони допомагають зрозуміти контекст.
- Довідкова інформація. Якщо є інформація, яка може пояснити події, які передували тій, що описана у новині, чи є важливою для розуміння контексту — дайте її тут. Ті читачі, які «не в контексті», матимуть можливість отримати краще розуміння того, що сталося.

Інтерв'ю

Один з дуже поширених жанрів, але дуже велика кількість інтерв'ю має посередню якість. Навчитися майстерності цього жанру можна так само, як навчитися катати-

ся на велосипеді. Іншими словами, це — навичка. Тому наводжу тут **рекомендації фахівців Міжнародної Мережі Журналістики (International Journalism Network).**

Десять підказок для успішного інтерв'ю:

1. Будьте підготовлені! Неодмінно зберіть матеріали про предмет чи тему, про яку пишете, а також про людину, з якою збираєтеся розмовляти. Ваш співрозмовник (чи співрозмовниця) оцінить вашу підготовленість як належить, а ви не будете ставити йому питання, відповіді на які можна знайти у відкритих джерелах, у книгах чи документах. Коли будете домовлятися про зустріч зі співрозмовником — попросіть його (чи її) назвати документи чи інші джерела інформації по темі, яку плануєте обговорювати. Експерти позитивно оцінюють таку зацікавленість і часто готові поділитися цінним документами ще до інтерв'ю. Перевірте, чи заряджені акумулятори вашого диктофона та візьміть запасні. Окрім того, візьміть ручку та блокнот.
2. Домовтеся про правила проведення інтерв'ю до його початку. Переконайтеся, що ваш співрозмовник розуміє, над якою темою ви працюєте — це допоможе не відхилятися від теми.
3. Ваш співрозмовник з самого початку має знати, що все, що він (вона) скаже — буде «для преси». Нагадайте це правило про всяк випадок до початку розмови. Звісно, багато офіційних осіб достатньо досвідчені для того, щоб спеціально наголошувати, що та чи інша фраза — «не для друку». Але ж є й такі, хто не розуміє цієї різниці. Пам'ятайте, що попередні уточнення можуть бути дуже важливими, особливо якщо робота чи життя вашого джерела інформації можуть опинитися під загрозою в результаті публікації.
4. Будьте пунктуальні! Немає нічого гіршого, аніж запізнитися на інтерв'ю.
5. Будьте уважні! Спостерігайте за деталями — їх опис може оживити і розмову, і матеріал. Якщо інтерв'ю відбувається вдома чи в офісі — подивіться навколо та запам'ятайте те, що ви побачите. Наприклад, ви можете побачити старі фотографії, на яких зображене особисте життя вашого героя чи героїні. Ви можете змінити думки про людину у процесі інтерв'ю, але це може статися виключно тому, що ваш співрозмовник сам того забажав. Сприйняття — складна річ! Спробуйте поговорити ще з кимось — наприклад, з колегами чи з приятелями вашого джерела, щоб ваше уявлення про нього було повноцінним.
6. Будьте ввічливі. Не підганяйте вашого співрозмовника! Важливо встановити ввічливу атмосферу, щоб тому, з ким ви говорите, було комфортно. Деяким людям потрібно декілька хвилин, щоб увійти у стан, який підходить до результативної бесіди. Навіть якщо у вас усього 30 хвилин для інтерв'ю — не підганяйте вашого співрозмовника. Якщо ви відчули, що співрозмовник поспішає — підлаштуйтеся. Пам'ятайте, що люди — різні! Час, який ви витратили на вивчення співрозмовника, не пропаде дарма. Ви це відчуєте, коли буде потрібно додатково звернутися до нього по роз'яснення чи використати його слова для інших статей. Якщо інтерв'ю проходить добре — воно може тривати довше, ніж заплановано. Тому не призначайте наступні зустрічі впритул до інтерв'ю, щоб не поспішати.
7. Слухайте уважно, але не бійтеся перервати співрозмовника, якщо вам щось

незрозуміло. Пам'ятайте про ваших читачів! Адже ви ведете інтерв'ю щоб пояснити тему вашим читачам. Якщо ваш співрозмовник використовує наукові терміни чи пояснює так, що його можуть зрозуміти лише колеги — ввічливо перервіть його та попросіть пояснити. Ніколи не соромтеся, що ви щось не знаєте чи не розумієте.

8. Мовчання — золото! Рано чи пізно вам доведеться поставити «важке» запитання, яке ваш співрозмовник не хотів би обговорювати. Коли ви розпочнете ставити ці провокаційні запитання — відповіді, скоріш за все, будуть короткими, «прісними», а співрозмовник буде ретельно підбирати слова. Можливо, ви взагалі не отримаєте відповіді. Якщо так станеться — дивіться вашому співрозмовнику прямо в очі та мовчіть. У більшості випадків ваш візаві відчує дискомфорт і почне ділитися із вами інформацією. Якщо це не спрацює — спитайте про тих, хто міг би відповісти на ваші запитання.
9. Встановіть зоровий контакт! Репортер, який під час інтерв'ю сидить, схилившись над блокнотом, може так само збивати з пантелику як якби у нього замість обличчя був би диктофон. Намагайтеся підтримувати зоровий контакт, навіть коли записуєте. Навчіться робити скорочені записи, дивлячись у блокнот якомога менше та рідше, щоб тримати співрозмовника у центрі уваги. Це робить інтерв'ю більш схожим на бесіду, а атмосферу — невимушеною.
10. Перед тим, як піти ... Спитайте у джерела: можливо, є щось, про що ви забули спитати? Можливо, він бажає повідомити вам корисну інформацію, але ви не здогадалися спитати? Не йдіть, не отримавши номер телефону чи адресу електронної пошти і не обумовивши час, коли зможете звернутися із уточнюючими чи додатковими запитаннями. Завжди питайте про інші джерела. Колеги чи друзі співрозмовника можуть знати більше або бажати поговорити з вами. Подякуйте співрозмовнику за час, витрачений на розмову із вами.

Важливий момент: перегляньте свої записи одразу після інтерв'ю! Не відкладайте розшифровку до вечора чи кінця тижня. Прогляньте їх одразу, поки ваші враження є свіжими. Відкладіть зустріч з друзями аж поки повністю не завершите роботу над вашими записами.

Репортаж

Візьмемо найважливіше з теоретичних знань про репортаж. Отже, репортаж — найемоційніший журналістський жанр. Висвітлюючи події, репортер створює «ефект присутності» і дає читачеві змогу зазирнути за межі сухих фактів. Автором репортажу може бути тільки та людина, яка сама спостерігала за подією чи була її учасником. Звідси — можливість та необхідність авторської оцінки того, що відбувається, особистого ставлення до подій, які описує журналіст.

Композиція газетного репортажу подібна до швидкої і контрастної зміни кадрів у кінохроніці. Це підсилює динамізм викладу, відчуття нестатичної і розмаїтої картини дійсності. Газетний репортаж формує враження читача про подію або явище лише на основі того, що і як написав журналіст.

На характер репортажу певною мірою впливає тип періодичного видання, для якого він призначений. Від цього багато в чому залежить обсяг матеріалу: зазвичай, газетний репортаж — невеликий журналістський твір від кількох десятків до 200—300 рядків.

І до цієї «сухої теорії» додамо рекомендації Валерія Калниша, колишнього головного редактора «Коммерсант-Україна», а нині головного редактора «Радіо НВ» щодо створення якісного репортажу. Повний матеріал читайте тут: *http://bit.ly/pravrep*

- **Основи.** Головними складовими репортажу є оперативність і присутність на місці подій. У тексті повинна бути картинка: місце, час і учасники. Ще одна важлива річ — включеність журналіста. Йдеться про включеність на емоційному рівні, а не демонстрацію своїх політичних поглядів. Потрібно вміти спокійно, чітко, без надриву розповісти про події.
- **Факт.** Немає факту, який не міг би стати частиною репортажу. Все залежить від вас — від того, як ви бачите картинку. Репортаж, попри те, що є об'єктивним, доволі суб'єктивний витвір. Його автор вирішує, який факт вартий уваги, а який ні.
- **Лаконічність.** Небагато видань можуть сьогодні похвалитися вільним місцем для розлогих публікацій. Отже, у невелику кількість тексту треба вміти втиснути колосальний обсяг інформації. Тому важливо добирати факти, які найкраще відображають те, що відбувається.
- **Користь сухих цифр.** В замітці про святкування Дня Незалежності у 2001 році було написано, що в демонстрації брало участь близько десяти тисяч людей, навпроти яких стояло від 500 до 1000 співробітників правоохоронних органів. Здавалося б, суха інформація, але вона дає людям, які не були присутні на місці, змогу побачити чіткішу картину. Це нудно, але без цієї інформації читачі не зрозуміють, що насправді сталося.
- **Причини.** У репортажі треба не лише дати картинку, але й пояснити, чому сталося саме так. Особливо це стосується репортажів із залу суду — читач повинен розуміти, в чому людину звинувачують. Бо якщо ти пишеш, що людину звинуватили в хуліганстві, для читача це нічого не означає. Натомість якщо зазначаєш, що за хуліганство людині світить п'ять років позбавлення волі, це додає певний емоційний чинник.
- **Замашні фрази.** Крім картинки та пояснення причин, у репортажі є частина, яка змальовує емоційний фон події. Вона найцікавіша, й найкраще настрій передають такі замашні фрази. Не обов'язково це має бути гумор «нижче поясу», звісно ж. Якщо фраза є, логічним буде винести її в заголовок. Але людей, здатних умістити в одне речення весь сенс того, що відбувається, мало.
- **Право на думку.** Присутність журналіста в репортажі — це, мабуть, показник високого класу.
- **Прості люди.** Історії про простих людей набагато цікавіші за історії про депутатів і прем'єр-міністрів. Із них ми дізнаємося більше про країну. Бо прості люди — це і є Україна. І вони — саме ті, від кого залежить майбутнє країни.
- **Користь простих розмов.** Краще не говорити простим людям, із якими ви розмовляєте, збираючи матеріал для репортажу, що ви — журналіст. Нас побоюються, перед нами намагаються створити якийсь образ, люди починають грати і видавати штампи. Якщо маєте змогу просто поговорити, так і зробіть.

Інфографіка чи текст?

Для того, щоб ваш читач міг швидко зрозуміти найважливіше, що ховається за масивом даних чи великими таблицями чи різними наборами цифр — ви маєте йому допомогти. І не лише цифри вимагатимуть таких додаткових зусиль. Логічні схеми чи опис принципів роботи — все це вимагає великої кількості слів для описання. Але у той самий час може бути передано візуальними засобами — і стане дуже легким для розуміння. У цій главі ми неодноразово використовували діаграми, а тепер ви можете бачити інший вид інфографіки — справа. Він пояснює логіку дій, коли будете створювати власну інфографіку. Отже, саме для того, щоб передати цифри, закономірності, логічні послідовності чи інші знання мовою графіки та графічних образів і існує інфографіка.

Відтепер припиніть публікувати тексти з великою кількістю цифр. Використовуйте натомість візуалізацію. Як це робити показує малюнок справа. А безкоштовні сервіси, які вам допоможуть будувати яскраві та зрозумілі діаграми та малюнки наведені нижче, у частині 3.4 «Корисні посилання».

Наприкінці розділу — знову контрольні запитання. На відміну від попереднього розділу, спробуйте найти короткі відповіді самостійно. Уся необхідна для цього інформація є вище.

- Як обрати форму подання матеріалу?
- Якими є завдання кожного з чотирьох описаних вище жанрів?
- Цифри та інфографіка — як з ними працювати?
- Структурування матеріалу: навіщо про це дбати?
- Як визначитися із жанром: розслідування чи аналіз?
- У якому випадку який жанр підійде краще: історія чи репортаж?

4.4. Корисні посилання

Технології якісних матеріалів

- 35 Правил хорошего репортажа: *http://bit.ly/35report*
- Жанры прикладной журналистики: *http://bit.ly/ganjurn*
- Правила репортажу Валерія Калниша, *http://bit.ly/pravrep*
- Как писать новости: чек лист главных правил, *http://bit.ly/kaknovosti*
- Інфографіка онлайн — *https://www.canva.com*/

- 10 безкоштовних сервісів зі створення інфографіки: *http://bit.ly/10infogr*
- Посібник з верифікації: *http://bit.ly/verbook*
- 10 секретів успішного написання заголовків: *http://bit.ly/10zagov*
- На які фрази клікають? — дослідження 100 мільйонів заголовків: *http://bit.ly/klikzag*

Передова думка, ідеї, досвід колег

- Інститут Пойнтера (The Poynter Institute) *https://www.poynter.org*/
- Лабораторія журналістики Німана (The Nieman Journalism Lab) *http://www.niemanlab.org/*
- Фонд Найта (Knight Foundation), *https://knightfoundation.org/*
- Міжнародна асоціація новинних медіа (INMA) — *https://www.inma.org/*
- Всесвітня асоціація видавців газет та новин (WAN-IFRA) — *http://www.wan-ifra.org/*
- Альянс новинних медіа (раніше — Асоціація газет Америки або NAA) — *https://www.newsmediaalliance.org/*

Дослідження, аналітика, місцевий досвід

- Центр Разумкова, *http://razumkov.org.ua/*
- Kantar-TNS Україна, *https://tns-ua.com/*
- Геміус Україна, *http://www.gemius.com.ua/domashnjaja-stranica.html*
- Інтернет Асоціація України (ІнАУ) — *http://inau.ua/*
- Незалежна асоціація телерадіомовників (НАМ) — *http://www.nam.org.ua/*
- Українська асоціація медіа бізнесу (УАМБ, попередня назва — Українська асоціація видавців періодичної преси або УАВПП) — *www.uapp.org*
- Академія української преси (АУП) — *http://www.aup.com.ua/*
- Інститут масової інформації (ІМІ) — *http://imi.org.ua/*

Мережа експертів

- Всеукраїнська мережа фахівців і практиків з регіонального та місцевого розвитку РЕГІОНЕТ — *www.regionet.org.ua*

ЦНАП

- *http://decentralization.gov.ua/cnap#main-info* (відкриття)
- Мережа ЦНАПів в Україні на порталі адмінреформи: *http://map.cnap.in.ua*/
- ЦНАП, Херсонська обл. *http://cnap.kherson.ua*/
- Які послуги можна отримати: *http://cnap.kherson.ua/perelik-administrativnikh-organiv*
- Держгеокадастр *http://cnap.kherson.ua/oblgeokadastr-admin1*

Земля

- Головні питання передачі земель об'єднаним громадам, — роз'яснення Мінагрополітики, — *http://decentralization.gov.ua/news/8184*
- Цікава стаття Юрія Ганущака, вересень 2017 р. «Реформа територіальної організації влади може зрушити з місця реформування країни в цілому» — *http://decentralization.gov.ua/news/6822*

Зображення з ресурсу www.pexels.com за ліцензією CC0

Розділ 4.

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА

Підготував Олександр КУЛЬЧИЦЬКИЙ

За даними Інтернет-асоціації України, у 2018 році в Україні нараховується 21 мільйон постійних користувачів інтернету. Проникнення інтернету — всеохопне. Навіть у селах інтернетом регулярно користуються 52% жителів.

За рівнем довіри читачів новинні інтернет-сайти займають друге місце після телебачення, випереджаючи друковану пресу та радіо. При цьому українці віком від 18 до 50 років найбільше довіряють саме онлайн-ЗМІ, а не телебаченню.

Росте роль соціальних медіа. 24% українців дізнаються новини з соціальних мереж. Більше лише у телебачення та інтернет-сайтів. 68% усіх українських користувачів інтернету заходили у Facebook у березні 2018 року. Жоден телеканал не має настільки ж великої аудиторії в Україні, як найпопулярніша соціальна мережа.

Дані показують однозначну тенденцію — з року в рік збільшується частка людей, для яких онлайн-ЗМІ та соціальні мережі стають основним джерелом інформації.

Відтак, вміння якісно наповнювати сайт і поширювати інформацію через соціальні мережі — це вже давно не забавка, а необхідність. У 2018 онлайн-читач не готовий довго чекати на завантаження сторінки, читати довгі полотна текстів без фото та відео чи поширювати в Facebook сухі прес-релізи. Системна робота з просування сайту та сторінок вашого ЗМІ у соціальних мережах — це питання виживання.

У цьому розділі ми коротко охопимо базові принципи та інструменти роботи в мережі. Коротко, ми зачепимо найважливіші питання у роботі ЗМІ в мережі Інтернет:

- Як зрозуміти, що цікавить ваших читачів?
- Якими мають бути тексти на вашому сайті?
- Як потрібно вести ваші сторінки у соціальних мережах?
- Де і як поширювати матеріали вашого ЗМІ, щоб читачі його прочитали?
- Які інструменти можуть полегшити роботу з сайтом і соціальними мережами?

В кінці вас чекає коротка підбірка книг та блогів, на яких ви зможете детальніше ознайомитися з темами, які ми піднімаємо у цьому посібнику.

4.1. Як зрозуміти, що цікавить ваших читачів?

Інструменти нових медіа дозволяють не лише вдало «запакувати» та поширити свої матеріали в інтернеті, але й дослідити, що найбільше цікавить вашу аудиторію. Адже навіть найкраще написана стаття, яка насправді не цікавить людей, приречена на провал.

Існує кілька базових способів збору такої інформації.

Аналітика вашого сайту

Сьогодні більшість інтернет-ЗМІ користуються системою аналізу поведінки користувачів Google Analytics. Система повністю безкоштовна і допомагає дізнатися найповнішу інформацію про поведінку читачів на вашому сайті.

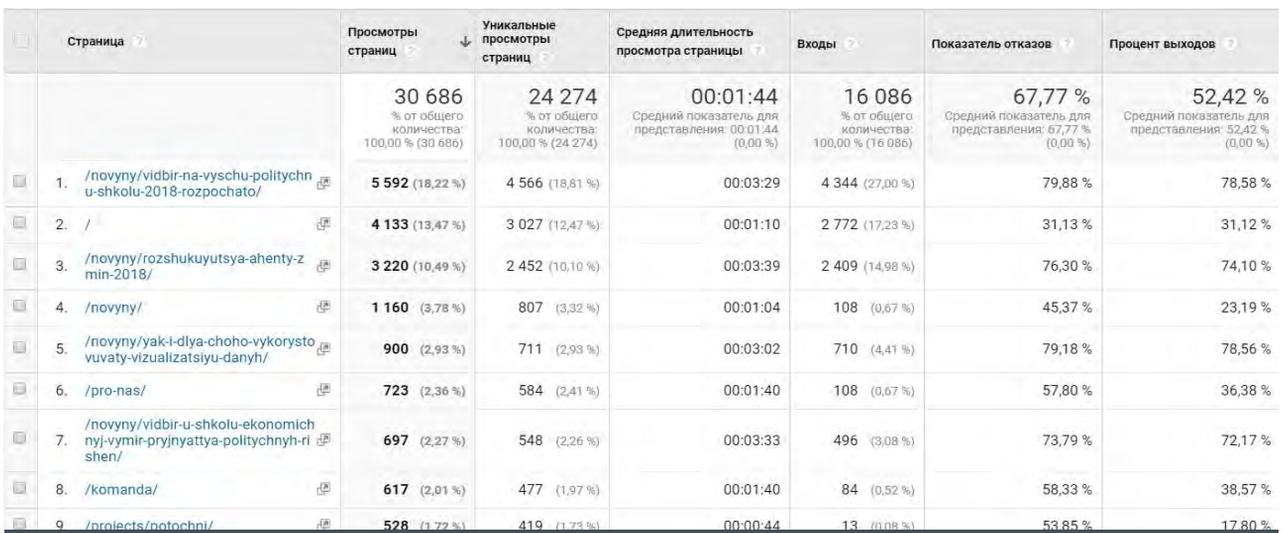
Для увімкнення системи достатньо зареєструватися на сайті *www.google.com/analytics/* і вставити в код головної сторінки вашого сайту спеціальний текст-ідентифікатор, невидимий для читачів.

Запитайте адміністратора вашого сайту — з великою ймовірністю ця система вже підключена до сайту вашого ЗМІ. В іншому разі, попросіть його зареєструвати ваш сайт в *Google analytics*, це не забере багато часу.

Найцікавіша інформація в Google analytics, яка може підказати нам інтереси аудиторії — це:

а) Які статті найпопулярніші на вашому сайті? Які, навпаки, не користуються популярністю?

Перейдіть в меню зліва: Звіти -> Поведінка -> Контент сайту -> Всі сторінки. Ви побачите перелік сторінок, на які найчастіше заходили ваші читачі та скільки часу вони в середньому проводили на кожній з них. Це допоможе зрозуміти, які теми найбільше цікавлять людей, а які не зачіпають їх.



	Страница	Просмотры страниц	Уникальные просмотры страниц	Средняя длительность просмотра страницы	Входы	Показатель отказов	Процент выходов
		30 686 % от общего количества: 100,00 % (30 686)	24 274 % от общего количества: 100,00 % (24 274)	00:01:44 Средний показатель для представления: 00:01:44 (0,00 %)	16 086 % от общего количества: 100,00 % (16 086)	67,77 % Средний показатель для представления: 67,77 % (0,00 %)	52,42 % Средний показатель для представления: 52,42 % (0,00 %)
1.	/novyny/vidbir-na-vyschu-politychnu-shkolu-2018-rozpochato/	5 592 (18,22 %)	4 566 (18,81 %)	00:03:29	4 344 (27,00 %)	79,88 %	78,58 %
2.	/	4 133 (13,47 %)	3 027 (12,47 %)	00:01:10	2 772 (17,23 %)	31,13 %	31,12 %
3.	/novyny/rozshukuyutsya-ahenty-zmin-2018/	3 220 (10,49 %)	2 452 (10,10 %)	00:03:39	2 409 (14,98 %)	76,30 %	74,10 %
4.	/novyny/	1 160 (3,78 %)	807 (3,32 %)	00:01:04	108 (0,67 %)	45,37 %	23,19 %
5.	/novyny/yak-i-dlya-choho-vykorystovuvaty-vizualizatsiyu-danyh/	900 (2,93 %)	711 (2,93 %)	00:03:02	710 (4,41 %)	79,18 %	78,56 %
6.	/pro-nas/	723 (2,36 %)	584 (2,41 %)	00:01:40	108 (0,67 %)	57,80 %	36,38 %
7.	/novyny/vidbir-u-shkolu-ekonomichnyj-vymir-pryjnyattya-politychnyh-rishen/	697 (2,27 %)	548 (2,26 %)	00:03:33	496 (3,08 %)	73,79 %	72,17 %
8.	/komanda/	617 (2,01 %)	477 (1,97 %)	00:01:40	84 (0,52 %)	58,33 %	38,57 %
9.	/projects/potochni/	528 (1,72 %)	419 (1,73 %)	00:00:44	13 (0,08 %)	53,85 %	17,80 %

Скріншот з сайту *google.com/analytics/*

б) За якими пошуковими запитами люди приходять до вас на сайт?

Перейдіть в меню зліва: Звіти -> Джерела трафіку -> Весь трафік -> Канали -> Organic Search. Ви побачите, що найчастіше шукали у пошуковиках ваші читачі перед тим, як потрапити до вас на сайт. Це допоможе зрозуміти, що цікавить ваших читачів.

		44 987 % от общего количества: 35,30 % (127 435)	20,47 % Средний показатель для представления: 20,86 % (-1,85 %)	9 210 % от общего количества: 34,65 % (26 582)	22,25 % Средний показатель для представления: 24,78 % (-10,21 %)	12,65 Средний показатель для представления: 10,74 (17,80 %)	00:24:06 Средний показатель для представления: 00:22:04 (9,22 %)
1.	(not provided)	42 175 (93,75 %)	20,50 %	8 645 (93,87 %)	22,04 %	12,88	00:24:26
2.	(not set)	1 299 (2,89 %)	18,86 %	245 (2,66 %)	23,48 %	10,84	00:19:41
3.	євровікторина 2018	330 (0,73 %)	0,61 %	2 (0,02 %)	12,73 %	10,64	00:31:04
4.	евровикторина	321 (0,71 %)	0,31 %	1 (0,01 %)	18,69 %	8,17	00:29:49
5.	euroquiz	172 (0,38 %)	3,49 %	6 (0,07 %)	16,28 %	4,35	00:07:11
6.	http://euroquiz.org.ua/signin	117 (0,26 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	7,69 %	21,79	00:28:00
7.	amazon	59 (0,13 %)	100,00 %	59 (0,64 %)	100,00 %	1,00	00:00:00

Скріншот з сайту *google.com/analytics/*

На жаль, через нові правила з захисту персональних даних більшість пошуків є прихованими і потрапляють в категорію not provided, проте деяку інформацію все таки вдається отримати.

в) Які сторінки вашого сайту користуються найбільшою популярністю в соціальних мережах?

Перейдіть в меню зліва: Звіти -> Джерела трафіку -> Соціальні мережі -> Сторінки входу. Ви побачите перелік матеріалів, на які найчастіше переходили з соціальних мереж.

Це допоможе зрозуміти, які матеріали і теми стають найбільш вірусними у соціальних мережах.

	Общий URL	Сеансы	Просмотры страниц	Сред. длительность сеанса
1.	eidos.org.ua/novyny/vidbir-na-vyschu-politychnu-shkolu-2018-rozpochato/	3 508 (47,43 %)	4 570 (41,08 %)	00:00:54
2.	eidos.org.ua/novyny/rozshukuyutsya-ahenty-zmin-2018/	1 208 (16,33 %)	1 664 (14,96 %)	00:01:11
3.	eidos.org.ua/novyny/vidbir-u-shkolu-ekonomichnyj-vymir-pryjnyattya-politychnyh-rishen/	377 (5,10 %)	553 (4,97 %)	00:01:18
4.	eidos.org.ua/novyny/7-mifiv-pro-finansuvannya-politychnyh-partij/	322 (4,35 %)	378 (3,40 %)	00:00:34
5.	eidos.org.ua/	310 (4,19 %)	1 379 (12,40 %)	00:04:56
6.	eidos.org.ua/novyny/vakansiya-shukajemo-eksperta-z-protydiji-koruptsiji/	309 (4,18 %)	437 (3,93 %)	00:00:34
7.	eidos.org.ua/novyny/shukajemo-stazhera-analityka/	154 (2,08 %)	199 (1,79 %)	00:01:05

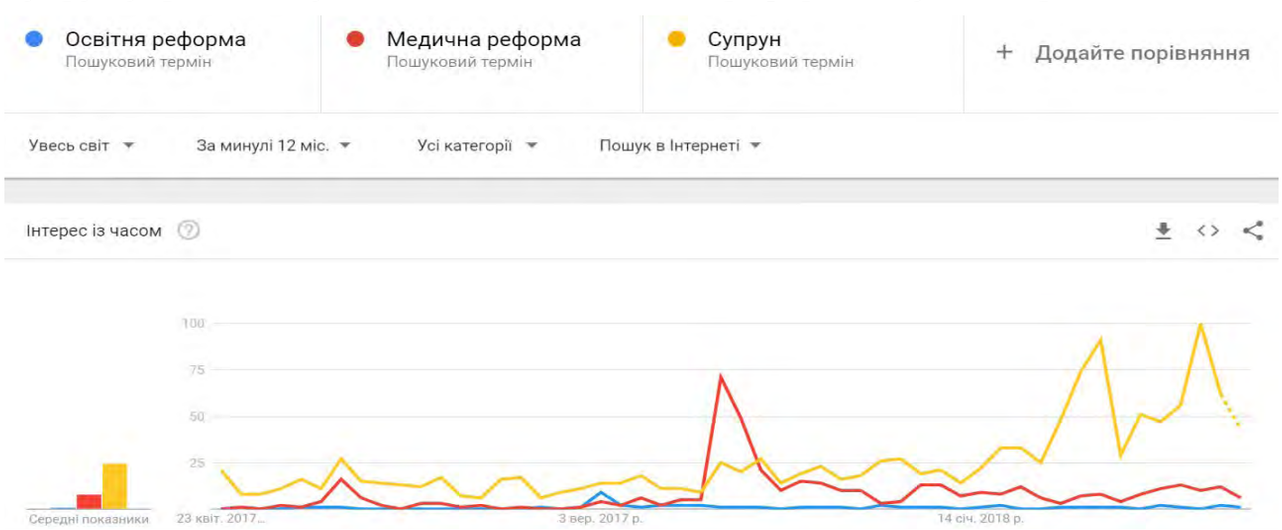
Скріншот з сайту *google.com/analytics/*

Google Trends

Надзвичайно простий сервіс від google, який допомагає зрозуміти, наскільки популярною в даний час є певна тема, а також порівняти популярність тем між собою.

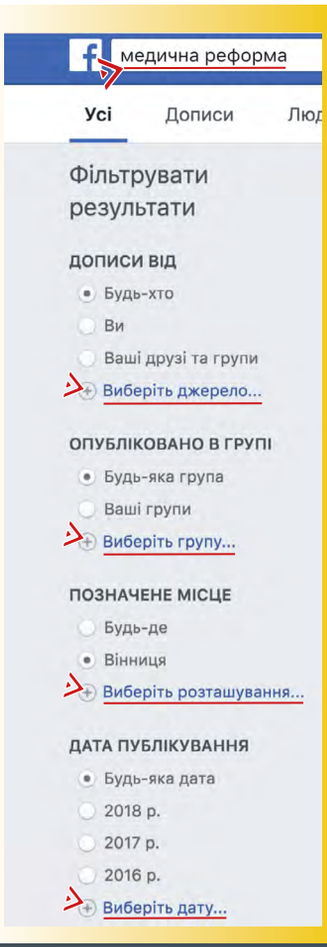
Перейдіть за адресою *www.trends.google.com* і вгорі в пошуку введіть певну тему. На графіку ви побачити, як часто інтернет-користувачі шукали інформацію на цю тему через пошук google. Ви можете побачити, чи залишається тема досі актуальною, чи пік її популярності давно минув.

Інструмент дозволяє також порівняти популярність кількох тематик. Наприклад, на графіку внизу ви можете побачити, що медична реформа хвилює українців значно більше, ніж освітня. Проте особистість міністерки охорони здоров'я Уляни Супрун українцям суттєво цікавіша, ніж зміст реформи, яку вона проводить.



Скріншот з сайту *trends.google.com*

Пошук в соціальних мережах



Скріншот з сайту *facebook.com*

Оновлений пошук в Facebook дозволяє ввести пошуковий запис і побачити публічні записи користувачів мережі. Додатково у меню зліва «Фільтрувати результати» можна обрати відображення записів лише з певного регіону або міста, а також відфільтрувати інформацію по даті. Це дозволяє побачити, що люди пишуть і думають на ту чи іншу тему.

Аналогічно працює пошук у соціальній мережі twitter, щоправда без фільтрування за датою чи за місцем.

4.2. Якими мають бути тексти онлайн-ЗМІ?

Процес читання ЗМІ онлайн відрізняється від процесу читання газети або перегляду телевізору. Дослідження показують, що найчастіше читачі онлайн-ЗМІ сканують очима тексти новин та статей, а не читають матеріали від початку до кінця. Часто, коротко переглядаючи матеріал, читач визначає, чи продовжувати читати текст, чи закрити вкладку.

Процес збору відвідувань можна уявити у вигляді перевернутого конусу (так звана, воронка продажів), де нагорі, в її найширшій частині, будуть усі, хто зайшов на сайт вашого ЗМІ, а внизу, у вузькій — тільки ті, хто дочитали ваш текст.

Олександр Кульчицький
Схематична візуалізація процесу збору відвідувань

На кожному з етапів, частина потенційних читачів випадає з певних причин, наприклад, їм не подобається заголовок, не зацікавлює оформлення, втомлює текст. Ваша задача — зробити так, щоб на кожному з цих етапів якомога більше потенційних читачів переходили далі.

Задача журналіста — підготувати і оформити матеріал таким чином, щоб якомога більше читачів захотіли клікнути на заголовок, прочитати матеріал, поширити його в соціальних мережах. При цьому важливо також, щоб навіть ті, хто не читатиме текст повністю, змогли винести ключові ідеї та факти.

Існує кілька секретів, які допомагають в цьому.

1. Заголовки

У онлайн-ЗМІ, перед тим як перейти на сторінку з новиною або статтею, читач бачить лише заголовок або заголовок і лідер-абзац. Це означає, що обираючи заголовок є найважливішим елементом тексту. Він має одночасно інтригувати, інформувати і спонукати читача відкрити повний матеріал.

Зважаючи на різницю способу споживання інформації у друкованих ЗМІ та онлайн-ЗМІ, ми радимо не просто копіювати заголовки зі статей газети, а оптимізовувати їх для використання на сайті.

Дослідження компанії KISSmetrics показують, що всередньому найбільшою популярністю користуються заголовки з 6-7 слів. Звісно, це узагальненіі дані і бувають винятки, коли матеріали з довгими заголовками стають популярними. Проте орієнтуйтесь на цю цифру, якщо ідей для довгих геніальних заголовків у вас немає.

Заголовки мають бути цікавими, привертати увагу. Подумайте, який загловок схилив би вас самих відкрити новину на сайті.

Популярними в мережі є заголовки з питальним звучанням: «Які школи закриються на Вінниччині у 2018 році» буде кращим варіантом, ніж «Закриття шкіл на Вінниччині у 2018 році».

Привертають увагу і цифри. Це можуть бути як нумеровані підбірки, на зразок «Топ-10 фактів про медичну реформу на Вінниччині», так і винесення фактів з цифрами у заголовки «На що вінницькі школи витратять 3 000 000 000 гривень?».

Інколи доцільно використовувати недосказаність або невелике перебільшення. Проте остерігайтесь поширеного в інтернеті клікбейту — заголовків, які не відповідають змісту статті, до якої ведуть. Це поганий тон у онлайн-журналістиці.

Якщо це дозволяє функціонал вашої системи управління сайтом, додайте для відображення зображення — це збільшує ймовірність, що читач вашого сайту клікне для переходу на повну версію тексту.

Зважайте, зображення має бути якісним, у хорошому розширенні, відповідати тематиці запису.

2. Оформлення тексту

Оформлення тексту для онлайн-аудиторії теж має певні особливості. Вчені дослідили, що погляд людини, яка читає онлайн-медіа рухається немов повторюючи форму англійської літери F (так званий F-shape). Багато уваги читач приділяє заголовку та лідер-абзацу, а потім сканує поглядом текст, зупиняючись тільки в певних місцях, які привертають увагу: підзаголовках, ілюстраціях, списках, тощо.

Nielsen Norman Group, nngroup.com
Тепловий слід переміщення очей типового читача інтернет-ЗМІ

Ваша задача під час оформлення тексту — рівномірно розподілити в тексті елементи, які можуть допомогти затримати увагу читача. Ключові поради:

- Обов'язково виділяйте лідер-абзац **жирним**. Лідер-абзац для онлайн-ЗМІ не може бути більшим за два-три коротких речення;
- Розбивайте текст на частини і використовуйте підзаголовки, якщо текст більший ніж 1500-2000 знаків;
- Використовуйте ілюстрації та рівномірно розподіляйте їх по тексту. Найкраще працює інфографіка, але це можуть бути і звичайні фото;
- Підписуйте фотографії. Дослідження показують, що частіше, ніж підписи під фото, читають лише заголовки та підзаголовки;
- Використовуйте нумеровані та марковані списки. Але лише там, де це доречно;
- Намагайтеся робити речення і абзаци короткими. Інтернет-аудиторія не любить довгі складнопідрядні речення та полотна текстів;
- Якщо це дозволяє система управління сайтом, додавайте врізки з ключовими цитатами. Якщо ні — оформіть текст у вигляді картинок і вставте на сайт у такому вигляді;

Як умру, то поховайте мене на могилі серед степу широкого на Вкраїні милій, щоб лани широкополі, і Дніпро, і кручі, було видно, було чути

ОТАКЕННА ЗДОРОВЕННА ВРІЗКА, ЯКА РОЗПОВІДАЄ ПРО ЩОСЬ СУПЕР-ВАЖЛИВЕ, ОГО-ГО, НЕ ПРОПУСТІТЬ

як реве ревучий. Як понесе з України у синєє море кров ворожу... отойді я і лани і гори — все покину, і полину до самого Бога молитися... а до того я не знаю Бога.

Поховайте та вставайте, кайдани порвіте і вражою злою кров'ю волю окропіте. І мене в сім'ї великій, в сім'ї вольній, новій, не забудьте пом'янути незлим тихим словом.

Кінець довільного тексту, який був потрібен лише для того, щоб проілюструвати врізку.

Олександр Кульчицький
Схематична візуалізація процесу збору відвідувань

- Якщо ви пишете новину, додайте в кінці тексту кілька посилань на схожі матеріали або матеріали на цю тему. Це допоможе читачу краще зорієнтуватися в темі і принесе вам додаткові перегляди старих записів;

3. Мультимедіа

Інтренет-адиторія любить використання мультимедіа і очікує його. За можливості, намагайтесь, окрім тексту, використовувати:

- Фотографії, які стосуються теми (дійові особи, місця чи просто зображення на тему);
- Інфографіку, інфоплакати, інтрактивні візуалізації даних (цифрові дані, ключові ідеї, хронології тощо);
- Гіфки;
- Відео;
- Аудіозаписи;
- Комікси, меми.

Ми радимо використовувати для створення зображень один з двох надзвичайно простих у використанні онлайн-редакторів: *canva.com* або *crello.com*. Кожен з них повністю безкоштовний і надає сотні шаблонів для редагування та використання.

У підрозділі «Корисні інструменти» ви знайдете більше сервісів, за допомогою яких без спеціальної підготовки ви зможете оформити інфографіку, інфоплакати, відео тощо.

4. Оптимізація для пошукових машин

Звісно, в тексті головне — це інформативність, легкий стиль, цікаві дані. Проте зва-

жайте, що десятки мільйонів українців щодня шукають інформацію через пошукові системи. Злегка оптимізувавши свій текст під вимоги цих систем, ви можете збільшити свою авдиторію в рази.

Подумайте, за якими би ключовим словами ви б шукали інформацію, якої стосується ваша стаття. Важливо, щоб ці ключові слова принаймні кілька разів зустрічалися в тексті. Ще краще, якщо частина з них будуть винесені в заголовок, лідер-абзац, підзаголовки, підписи до фотографій.

Коли пошукова машина переглядає ваш сайт, вона в першу чергу шукає спеціальні мітки, які залишають розробники сайтів для пошуковиків: мітки title (заголовок), description (опис), keywords (ключові слова). Ці мітки не помітні читачу і видимі тільки для пошукових машин. Запитайте адміністратора свого сайту, чи є у вас можливість додавати такі мітки. Це може бути важливим фактором для вашого успіху перед конкурентами.

Сьогодні пошукові машини зважають також на такі фактори як швидкість роботи і завантаження вашого сайту, наявність мобільної версії, популярність видання в соціальних мережах і навіть якість текстів. Зважайте на ці фактори також.

4.3. Як писати для соціальних мереж?

У 2018 році Facebook є третім за популярністю українським сайтом після пошуковика Google та відеохотингу Youtube. Публічна сторінка ЗМІ у Facebook та особиста сторінка журналіста є програмою-мінімум для взаємодії з читачами.

Проте, як і у випадку з сайтом, не можна бездумно копіювати посилання на сайт у Facebook. Звісно, навіть в такому разі ви отримаєте переходи на сайт, проте справді успішною ваша сторінка не стане, а отже не принесе вам багато відвідувачів, переглядів, більших рекламних бюджетів, впливу.

Робота з Facebook — це завжди довга історія про розвиток сторінки та формування спільноти з її підписників. Саме робота з Facebook стала запорукою успіху для десятків популярних українських ЗМІ.

Як Facebook визначає, кому показувати ваш запис

Олександр Кульчицький
Алгоритм формування новинної стрічки в Facebook

Не усі записи в Facebook поширюютья на усіх підписників або усіх друзів. Наприклад, якщо у вашого ЗМІ 10 000 підписників у Facebook, то це не значає, що ваш запис у своїй стрічці побачать усі 10 000. Цифра залежатиме від реакції підписників і може бути як суттєво нижчою, так і суттєво вищою.

За словами Марка Цукерберга, розробника мережі, в середньому користувач Facebook отримує 1500 оновлень щодня, але встигає побачити — лише близько 100. Ваше ЗМІ має постаратися, щоб потрапити в цих 100, або заповітні 7%.

Facebook намагається показувати своїм користувачам лише найбільш релевантний, важливий та цікавий контент. Принципи формування стрічки новин кожного користувача індивідуальні і залежать від його попередніх дій у мережі. Проте є кілька важливих факторів, які збільшують ймовірність того, що ваш запис побачить більше людей:

- **Кількість поширень запису.** Це збільшує загальне ймовірне охоплення та свідчить для алгоритму про важливість запису;
- **Кількість коментарів.** Чим більше, тим краще;
- **Кількість лайків та реакцій.** Чим більше, тим краще для запису. При цьому реакції («у захваті», «оввa», «ха-ха») вважаються важливішими, ніж звичайні лайки;
- **Будь-який інший тип взаємодій**. Навіть якщо користувач просто клікнув по зображенню, розгорнув ваш довгий запис чи затримав ваш запис у полі зору на кілька секунд, — це збільшить ваші шанси, що його побачить більше людей;
- **Відсоток конверсії.** Чим більший відсоток ваших читачів роблять якусь дію під записом (лайкають, коментують, поширюють), тим більшим врешті буде охоплення. Тобто, Facebook вважає більш релевантним запис, який побачила 1000 чоловік і 200 з них відреагували, ніж запис, який побачили 3000 чоловік, але відреагували 300;
- **Тип публікації.** Запис з фото або гіфкою в середньому відображається ширше, ніж звичайний текст. Відео відображається частіше записів з фото, прямі трансляції — частіше ніж звичайні відео. Дані усереднені, пріоритетність типів записів може відрізнятися індивідуально;
- **Попередні взаємодії користувача з вашою сторінкою.** Чим частіше користувач лайкав, коментував і поширював вас раніше, тим ймовірнісше він знову побачить ваш запис;
- **Релевантність теми для конкретного користувача.** Визначається автоматично як на основі його попередніх дій, так і особистої інформації (місця проживання і роботи, список друзів тощо).

Сьогодні усі популярні соціальні мережі (в т.ч. Twitter, Instagram, російські соціальні мережі) також перейшли до алгоритмічного формування стрічки новин. Алгоритми різних мереж відрізняються, проте засновані на схожих принципах.

У зв'язку з цими особливостями, ми радимо вам дотримуватись наступних порад під час ведення своїх сторінок у соціальних мережах.

7 порад щодо ведення сторінок:

1. Створюйте унікальні записи для Facebook

Звісно, ми не просимо вас переписувати статті та новини спеціально для мережі. Проте якщо ви будете лише поширювати посилання на матеріал на сайті, ваш запис не зможе стати справді популярним. Додайте до запису короткий авторський коментар, фотографію, відео. Це забере кілька хвилин, але може окупитися сторицею, коли читачі будуть читати ваші записи.

2. Використовуйте дружній, неформальний стиль

Соціальні мережі не терплять формальності, сухості, мови прес-релізів. У соціальних мережах ваші записи конкурують не лише зі записами інших ЗМІ, але й фотографіями смішних котиків, рибалки, дітей, анекдотами і рецептами. В такому оточенні, сухо написаний запис приречений загубитися і розчинитися.

Намагайтесь не просто озвучувати інформацію, а розповідати історії. Як цю інформацію ви розповіли би другу або подрузі увечері за кухлем пива чи чашкою чаю? Що б ви написали, якби скидали це посилання старому знайомому?

Звісно ж, важливо зберігати певну дистанцію і не впадати в панібратство та фамільярність. Проте сухі та формальні записи не викликають реакцій читачів, а отже знижують ваші шанси потрапити в стрічку новин.

3. Робіть записи емоційно-насиченими

Емоційно-насичені записи викликають найбільше реакцій та збирають найбільше коментарів. Звертайтесь до базових людських почуттів: радості, страху, гордості, гніву, захвату, любові. В принципі постійного емоційного підживлення лежить сам принцип роботи соціальних мереж.

При цьому радимо бути обережними з такими емоціями як гнів та трах. Звісно, вони є найбільш вірусними і можуть принести вашій сторінці найбільше підписників. Проте зважайте також на довгострокові результати вашої роботи і відповідальність перед суспільством.

4. Взаємодійте з читачами

Чим більше коментарів — тим більше охоплення. Не соромтеся задавати читачам питання, просити їх про допомогу. Спілкуйтесь з читачами в коментарях від імені сторінки та особистого акаунту (в тих випадках, коли це доцільно). Все це буде не лише збільшувати охоплення вашого запису, але й зробить сторінку вашого ЗМІ більш «людяною» та симпатичною для читачів.

5. Використовуйте різні типи записів

У різних користувачів різні вподобання щодо типів записів, тому використовуйте різні варіанти постів. Пам'ятайте, що зображення з текстом працює краще, ніж сам лише довгий текст (проте якщо текст короткий і не містить посилань — можете використовувати вбудований інструмент розміщення записів на кольоровому фоні).

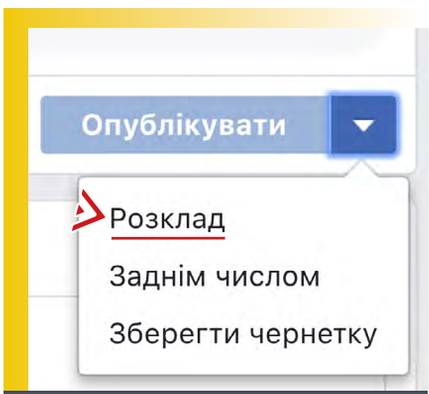
Використовуйте відео та прямі трансляції, для яких Facebook ставить високий пріоритет показу. Спробуйте розміщувати статті безпосередньо в соцмережі за допомогою типу записів Instant Articles. Інфографіка допомагає збільшити охоплення за рахунок того, що люди часто клікають на зображення, щоб подивитися його в деталях.

6. Будуйте спільноту навколо своєї сторінки

Слідкуйте за тим, які теми цікавлять вашу аудиторію найбільше і частіше пишіть про це. Спілкуйтесь в коментарях та відповідайте на повідомлення, які користувачі пишуть вашій сторінці. Влаштовуйте конкурси, проводьте опитування. Намагайтесь не просто поширювати інформацію, але будувати спільноту людей за інтересами, що будуть об'єднані навколо вашої сторінки.

7. Працюйте зі сторінкою системно

Соціальні мережі не терплять несистемної роботи. Найкращі успіхи з приваблення читачів можна зіпсувати, якщо на кілька тижнів закинути сторінку.



Скріншот з сайту *facebook.com*

Публікуйте оновлення з вищначеною циклічністю, наприклад, 3-5 разів на день протягом всього дня (3 записи за 10 хвилин до закінчення робочого дня не зроблять вашу сторінку популярною). Якщо у вас вистачає інформації, публікуйте записи також у вихідні. Це можна зробити за допомогою інструменту відкладеної публікації.

4.4. Де і як поширювати інформацію, щоб її прочитали?

За ідеальних обставин, після публікації статті на сайті та сторінці ЗМІ в Facebook, записи стають вірусними і поширюються самими читачами.

Проте часто для того, щоб матеріал став справді популярним і резонансним, потрібно зробити ще кілька невеликих кроків. Інтернет-маркетологи називають це «посівом». Адже щоб зібрати урожай переглядів, потрібно спершу розсіяти зерна інформації.

Використовуйте власні акаунти

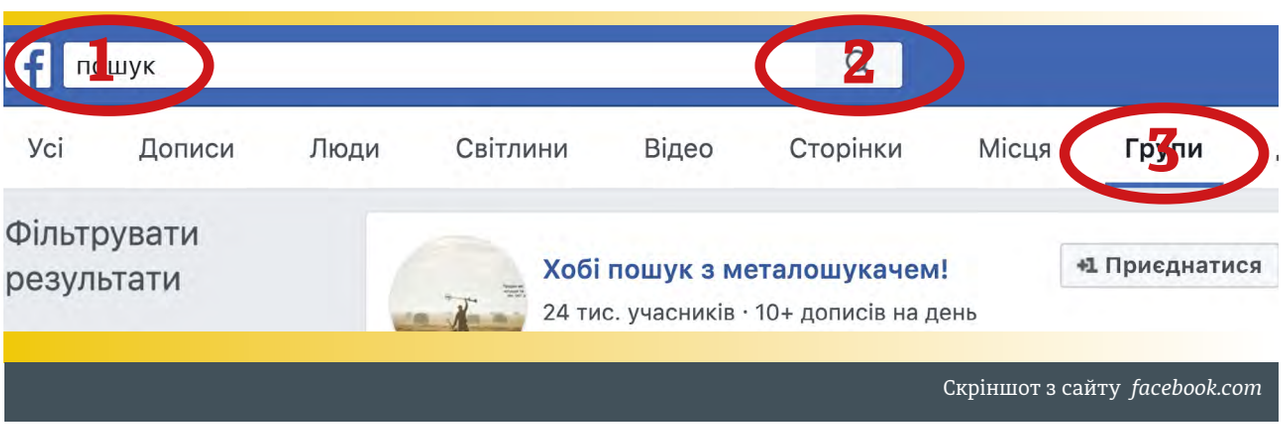
Перше місце, куди вам доцільно поширити результати вашої роботи — це власні акаунти у соціальних мережах. Там ця інформація буде 100% доречною, а ваші дру-

зі та підписники забезпечать початкові реакції.

Якщо ви орієнтуєтесь на розвиток сторінок вашого ЗМІ у Facebook, доцільно поширити вже опублікований там запис. Якщо ж для вас важливішим є охоплення власної сторінки, то створіть окремий запис з посиланням на сайт. Окремий запис матиме більше охоплення і пріоритетність для відображення у стрічках новин ваших друзів, ніж перепост.

Публікуйте інформацію в тематичних групах

Знайдіть тематичні групи, для яких ваша стаття може бути цікавою, і поділіться нею там. Щоб знайти тематичні групи, введіть ключове слово в стрічку пошуку, а потім у верхньому меню оберіть «Групи».



Скріншот з сайту *facebook.com*

Релевантними для вас групами будуть: а) групи за інтересом, чия тема збігається з тематикою вашої статті (медицина, освіта, тощо); б) регіональні групи, в які входять жителі міст/регіонів, про які ви пишете; в) групи людей, об'єднаних за приналежністю до певної аудиторії, якщо ви пишете про цю аудиторію (наприклад, батьки школярів, пацієнти лікарень тощо).

Не забувайте про інші соціальні мережі

Хоча найбільша і найбільш важлива для вас аудиторія сидить у Facebook, не ігноруйте інші соціальні мережі. Заведіть сторінки в і там. Це можуть бути як публічні сторінки вашого ЗМІ, так і ваші особисті акаунти.

- Twitter доцільно використовувати для швидкого інформування та поширення корисної читачам інформації. Зважайте, що максимальний об'єм запису в цій мережі — 280 символів.
- Канал в Telegram доцільно використовувати, якщо ви часто можете ділитися цікавою та важливою інформацією на конкретну тему. Через канал Telegram прийнято ділитися не лише власними публікаціями, але й іншими цікавими тематичними посиланнями.
- Instagram передбачає публікацію візуального контенту. Ця мережа може стати важливим джерелом інформування, якщо серед ваших читачів багато молоді та підлітків;

В деяких випадках доцільною може бути публікація інформації і у російських соціальних мережах, особливо якщо вона є важливою і резонансною для членів вашої громади. Проте ми не радимо розвивати власні сторінки у російських соціальних мережах, доцільніше намагатися привести аудиторію звідти на власні сторінки у Facebook.

Інші соціальні мережі (Pinterest, Linked in, Google +, Snachat) або не мають достатньо аудиторії в Україні, або не можуть бути суттєвим джерелом переходів для ЗМІ.

Запропонуйте інформацію лідерам думок

У багатьох містах є користувачі соцмереж та блогери, які мають багато читачів і на думку яких орієнтуються члени громади (так звані, лідери думок). Якщо вам здається, що ваша стаття чи новина відповідає тематиці, на яку зазвичай пишуть ці люди, напишіть їм і запропонуйте поширити ваш матеріал або написати запис з посиланням на вас.

Блогери часто перебувають у пошуках цікавої та важливої інформації, а отже ви можете бути взаємокорисними: вони потребують цікавого контенту, ви — якнайбільшого охоплення читачів.

Так само можна написати адміністраторам найпопулярніших тематичних публічних сторінок, якщо вони практикують поширення подібних матеріалів.

Підключіть свій сайт до новинних агрегаторів

Новинний агрегатор — це сайт, який сам не створює новин, але збирає новини з різних сайтів у одному місці і дає можливість прочитати їх заголовки разом. Якщо користувач хоче прочитати повний текст новини, він переходить вже на ваш сайт.

Найпопулярніший український новинний агрегатор — *www.ukr.net*. Його щоденна аудиторія складає понад 5 мільйонів чоловік, він є 7 за популярністю сайтом в Україні і входить в 60 найбільших сайтів світу, що публікують новини.

Якщо ви є ЗМІ, регулярно публікуєте новини і маєте принаймні невелику щоденну відвідуваність, ви можете додати свій сайт у стрічку новин цього новинного агрегатора за адресою *https://www.ukr.net/add_to_feed/*

Інші популярні новинні агрегатори — i.ua та news.google.com.

Поділіться інформацією на форумах та через коментарі

Когось це може здивувати, але у 2018 сотні тисяч людей все ще спілкуються через форуми. Пошукайте тематичні або регіональні форуми, можливо, ваша стаття буде цікавою і доречною для їх читачів.

Також якщо ви розумієте, що інформація з вашого матеріалу може бути помічною в рамках дискусії у коментарях у Facebook або на сторонньому сайті/блозі, не сором-

тесь поділитися своїм посиланням. Звісно ж, не варто просто копіювати посилання або вставляти однакове повідомлення у десятках обговорень. Доцільно написати змістовний коментар по темі дискусії і додати, що більш повну інформацію можна прочитати у матеріалі за посиланням. Такі коментарі під популярними дискусійними темами можуть принести сотні переглядів.

Завантажте інформацію на інші майданчики

Якщо маєте час і натхнення, можете творчо переробити свою статтю і поділитися нею на інших майданчиках. Це можуть бути платформи для блогінгу (***medium.com***, ***wordpress.com***) або для публікації презентацій (***slideshare.com***). Якщо у вас є відео, завантажте його на ***Youtube.com***. Аудіозаписами можна ділитися через ***Soundcloud.com***. Фотоальбома можете заливати на ***Flicr.com.***

Важливо, що усі ці майданчики моментально індексуються пошуковими машинами і можуть привести читачів, які шукатимуть подібну інформацію.

4.5. Корисні інструменти

Монтаж та обробка відео та аудіо, розробка інфографіки, вертска лонгрідів, пошук ілюстрацій — все це у 2018 можна робити безкоштовно і без наявності спеціальних знань. Ми пропонуємо вам підбірку безкоштовних корисних інструментів.

Обробка фото та створення зображень для соцмереж:

- *https://crello.com*
- *https://www.canva.com*
- *https://pixlr.com*
- *https://pablo.buffer.com*
- *http://recitethis.com*
- *https://www.fotor.com*
- *https://www.picmonkey.com*
- *https://www.befunky.com*

Створення інфографіки

- *https://infogram.com*
- *https://piktochart.com*
- *https://venngage.com*
- *https://www.easel.ly*

Створення мультимедійних лонгрідів

- *https://tilda.cc*
- *https://readymag.com*
- *https://shorthand.com*

Редагування відео онлайн

- Вбудований відеоредактор *www.youtube.com*
- *http://www.videotoolbox.com*
- *https://life2film.com*

Запис скрінкасту (відео екрану комп'ютера)

- *https://screencast-o-matic.com*

Безкоштовні легальні фото в хорошій якості

- *https://www.pexels.com*

Гіфки

- *https://giphy.com*

Вікторія **Топол**
Айдер **Сеїтосманов**
Альона **Романюк**
Олексій **Погорелов**
Олександр **Кульчицький**

Міфи та правда про освітню та медичну реформи

Практичний посібник для журналістів

За редакцією ***Віктора Тарана***

Редагування і коректура – ***Віталій Селик***
Комп'ютерна верстка – ***Іван Юрчик***
Художнє оформлення – ***Іван Юрчик***

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОЕКТ
ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ

ЗА ПІДТРИМКИ ПРОГРАМИ
U-LEAD З ЄВРОПОЮ

Посібник підготовлено в рамках проекту «Медіашкола з Децентралізації. Курс ІІ», що здійснюється Центром політичних студій та аналітики «Ейдос» за підтримки Програми для України з розширення прав і можливостей на місце- вому рівні, під-звітності та розвитку «U-LEAD з Європою», яка фінансується Європейським Союзом та його країнами-членами Данією, Естонією, Німеччиною, Польщею та Швецією.

Підписано до друку 12.06.2018 Папір офсетний. Друк офсетний.
Формат А-4 Тираж 1000 примірників.

Центр політичних студій та аналітики «Ейдос»
03150, м. Київ, вул. Ділова, 22б, 2 поверх
тел. 067 506 81 62, e-mail: office@cpsa.org.ua, www.eidos.org.ua
(для листування - 01001, а/с 13)

Віддруковано на обладнанні видавничого центру ТОВ «СОФІЯ-А»
04053, м. Київ, вул. Обсерваторна 12-Б