

# ДОКТРИНА З ПУБЛІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ



ЛИСТОПАД 2025

### ОБМЕЖЕННЯ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ:

**обмежень на розповсюдження немає.**

**ДЕПАРТАМЕНТ ПЕРСОНАЛЬНОГО ШТАБУ  
ГОЛОВНОГО УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ  
УКРАЇНИ**

ВКП НГУ 11-00(01).02

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ командувача

Національної гвардії України

28.11.2022 № 423

(зміни від 04.11.2025 № 1299)

# **ДОКТРИНА З ПУБЛІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ**

**Військова керівна  
публікація  
з порядку організації  
публічної  
інформаційно-  
комунікативної  
діяльності**

**ЛИСТОПАД 2025**

**ОБМЕЖЕННЯ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ:**

**обмежень на розповсюдження немає.**

**ДЕПАРТАМЕНТ ПЕРСОНАЛЬНОГО ШТАБУ  
ГОЛОВНОГО УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ  
ГВАРДІЇ УКРАЇНИ**

## ПЕРЕДМОВА

Доктрина з публічного спілкування Національної гвардії України (далі – Доктрина) розроблена робочою групою офіцерів департаменту персонального штабу Головного управління Національної гвардії України, департаменту професійної підготовки (J-7) Головного управління Національної гвардії України відповідно до подібних керівних документів інших складових сил оборони України.

Доктрина визначає систему принципів інформаційно-комунікативної діяльності, а також систему поглядів на цілі, завдання та характер реалізації державної інформаційної політики у сфері національної безпеки і оборони, способи її реалізації в Національній гвардії України.

Доктрина переглянута на відповідність законодавству України в інформаційній сфері та є актуальною, редакція друга.

Положення Доктрини обов'язково враховуються під час розроблення керівних документів та навчально-методичних матеріалів у сфері діяльності Національній гвардії України.

Усі зауваження та пропозиції, що стосуються цієї Доктрини, надавати до департаменту персонального штабу Головного управління Національної гвардії України за адресою: вул. Святослава Хороброго, 9А, м. Київ, 03151 (контактний номер телефону розробників для надання зауважень та пропозицій: 249-28-70).

**ЗМІСТ**

|    |                                                                                      |    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
|    | ПЕРЕДМОВА                                                                            | 2  |
|    | ЗМІСТ                                                                                | 3  |
|    | ВСТУП                                                                                | 4  |
|    | ПОСИЛАННЯ НА ВІЙСЬКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ                                                    | 5  |
|    | ОСНОВНІ ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ                                                        | 6  |
|    | ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ ТА УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ                                               | 8  |
| 1. | ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПУБЛІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ                                             | 9  |
| 2. | ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ ПОСАДОВИХ ОСІБ                   | 11 |
| 3. | ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ ЗАХОДІВ                                       | 13 |
| 4. | ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ВИСВІТЛЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ОФІЦІЙНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛАХ | 14 |
|    | ЗАКЛЮЧНА ЧАСТИНА                                                                     | 16 |

## ВСТУП

Застосування російською федерацією технологій гібридної війни проти України перетворило інформаційну сферу на одну з ключових арен протистояння.

Сьогодні російська федерація застосовує новітні інформаційні технології впливу, які спрямовані на спричинення розколу українського суспільства, намагання виправдати збройну агресію, розпалювання національної і релігійної ворожнечі, пропаганду агресивної війни, дестабілізацію суспільно-політичної обстановки та порушення суверенітету і територіальної цілісності України.

Комплексний характер загроз національній безпеці в інформаційній сфері потребує інноваційних підходів до формування та захисту інформаційного простору в сучасних умовах.

Водночас ефективна система реагування на такі виклики, реалізація заходів публічних комунікацій та їх включення до процесу прийняття рішень під час планування і виконання своїх завдань і функцій військовими і правоохоронними формуваннями, розроблення інформаційно-комунікативних кампаній є невід'ємною частиною реалізації цілей захисту національної безпеки України в інформаційній сфері.

Доктрина публічного спілкування визначає основні принципи здійснення інформаційно-комунікативної діяльності Національної гвардії України з урахуванням досвіду армій провідних держав-членів НАТО, особливостей виконання завдань під час проведення антитерористичної операції, операції Об'єднаних сил, відсічі повномасштабної збройної агресії РФ проти України, а також досвіду виконання завдань із забезпечення громадської безпеки і порядку.

Мета Доктрини полягає у створенні та забезпеченні функціонування дієвої та ефективної системи публічного спілкування представників Національної гвардії України із суспільством, зовнішніми та внутрішніми аудиторіями.

Правовою основою Доктрини є Конституція України, закони України, акти Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України (з питань національної безпеки і оборони України), у тому числі Стратегія національної безпеки України, Стратегія воєнної безпеки України, Стратегія громадської безпеки та цивільного захисту України, а також міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

## ПОСИЛАННЯ НА ВІЙСЬКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ

| Позначка військової публікації | Повне найменування військової публікації                                                                                                                                 |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ВКП 18-00(031).01              | Доктрина публічного спілкування, затверджена Головнокомандувачем Збройних Сил України від 19 вересня 2020 року                                                           |
| ВСТ<br>01.004.003-2009         | Військовий стандарт «Воєнна політика. Терміни та визначення»                                                                                                             |
| ВСТ<br>01.004.004-2014         | Військовий стандарт «Воєнна політика, безпека та стратегічне планування. Інформаційна безпека держави у воєнній сфері. Терміни та визначення»                            |
| ВСТ<br>01.004.007-2017         | Військовий стандарт «Воєнна політика, безпека та стратегічне планування. Система стратегічних комунікацій у державі та воєнній сфері. Терміни та визначення»             |
| ВКДП НГУ<br>7-00(07).01        | Настанова з розвитку військових публікацій у Національній гвардії України, затверджена наказом командувача Національної гвардії України від 24 листопада 2021 року № 545 |
| ВКП НГУ 1-00                   | Доктрина діяльності Національної гвардії України, затверджена наказом командувача Національної гвардії України від 22.12.2023 № 1097                                     |

**Примітка.** У разі якщо військову публікацію, на яку подано посилання, замінено новою або до неї внесено зміни, слід застосовувати нову військову публікацію, охоплюючи всі внесені до неї зміни.

## ОСНОВНІ ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ

**Взаємодія з громадськістю** – один з напрямків зв'язків з громадськістю щодо налагодження конструктивних відносин із громадським сектором, лідерами думок, бізнесом, науковим та експертним середовищами з метою формування позитивної громадської думки і забезпечення сприятливих умов для виконання Національною гвардією України покладених на неї завдань та функцій.

**Внутрішні комунікації** – комунікативна діяльність, спрямована на внутрішню аудиторію, що має підтримувати вмотивованість до служби в Національній гвардії України і попереджати внутрішньоструктурні кризи.

**Внутрішня аудиторія** – військовий та цивільний персонал Національної гвардії України та члени їхніх родин (найближче оточення).

**Зв'язки з громадськістю (діяльність підрозділів комунікації)** – інформаційно-комунікативна діяльність, спрямована на систематичне просування цілей та пріоритетів Національної гвардії України, збільшення рівня довіри до неї в суспільстві, забезпечення відкритості та прозорості діяльності Національної гвардії України шляхом своєчасного інформування суспільства через медіа, створення та підтримання позитивного іміджу Національної гвардії України.

**Зовнішні комунікації** – комунікативна діяльність, спрямована на зовнішню аудиторію, серед якої медіа та зацікавлені групи інтересів і впливу.

**Зовнішня аудиторія** – аудиторія, що не належить до військового та цивільного персоналу Національної гвардії України та членів їхніх родин (найближчого оточення).

**Інформаційна загроза** – наміри, дії або явища, які шляхом інформаційного впливу на соціальні об'єкти, інформаційну інфраструктуру та інформаційні ресурси можуть завдати шкоди, ускладнити чи унеможливити реалізацію національних інтересів держави та функціонування її органів.

**Інформаційний простір** – інформаційне середовище, у якому відбуваються інформаційні процеси та інформаційні відносини щодо створення, збирання, одержання, зберігання, обробки, використання, поширення, охорони та захисту інформації, інформаційних продуктів та інформаційних ресурсів.

**Комунікативна діяльність** – динамічна система забезпечення процесу комунікації, яка включає планування, реалізацію, координацію та контроль комунікативних заходів, аналіз ефективності їх проведення.

**Комунікація** – процес передачі й обміну інформацією вербальним, письмовим, друкованим, аудіовізуальним, електронним або іншим способом між суб'єктами інформаційно-комунікативної діяльності.

**Кризові комунікації** – комплекс заходів, що реалізуються, та взаємодія з цільовими аудиторіями в умовах потенційної або реальної інформаційної загрози. Кризові комунікації передбачають прямий діалог із визначеними цільовими аудиторіями з питань кризової ситуації.

**Моніторинг медіапростору** – постійне спостереження за подіями та комунікативними процесами, збір та класифікація відповідної інформації для її подальшого аналізу, відслідковування основних тенденцій у медіапросторі,

своєчасне виявлення інформаційних загроз та організація ефективної інформаційно-комунікативної діяльності.

**Публічне спілкування** – комплексна інформаційно-комунікативна діяльність, спрямована на поширення та обмін офіційною інформацією у відкритому публічному просторі.

**Речник** – посадова особа, визначена для оприлюднення достовірної, офіційної та відкритої інформації щодо діяльності організації для громадськості та медіа.

**Цільова аудиторія** – соціальна група, об'єднана на основі певних параметрів (статі, віку, доходів, освіти, місця проживання, фаху тощо), на яку розрахована комунікація.

**ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ ТА УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ**

| Скорочення та умовні позначення | Повне словосполучення та поняття, що скорочуються |
|---------------------------------|---------------------------------------------------|
| АТО                             | антитерористична операція                         |
| НГУ                             | Національна гвардія України                       |
| ООС                             | операція Об'єднаних сил                           |
| НАТО                            | Організація Північноатлантичного договору         |

## **I. ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПУБЛІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ**

1.1. Публічне спілкування є невід'ємною частиною процесу комунікацій у НГУ та здійснюється під час проведення основних заходів публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, цивільно-військового співробітництва, морально-психологічного забезпечення, культурних, спортивних та інших публічних заходів взаємодії з громадськістю та інформаційно-комунікативної діяльності.

Публічне спілкування здійснюється в загальній системі взаємодії з громадськістю, зовнішніх та внутрішніх комунікацій НГУ.

1.2. Основною метою публічного спілкування в НГУ є задоволення інформаційних потреб зовнішніх та внутрішніх аудиторій, оприлюднення власної офіційної інформації, протидія негативному інформаційно-психологічному впливу для підтримання позитивного іміджу НГУ та створення сприятливих умов виконання завдань за призначенням.

1.3. Загальні принципи публічного спілкування:

- оперативність;
- достовірність;
- об'єктивність;
- скоординованість;
- грунтовність;
- актуальність;
- інформативність;
- переконливість;
- доступність;
- безпечність.

1.3.1. Оперативність полягає у швидкому безпосередньому виконанні визначених завдань, своєчасному контролі та внесенні коректив у відповідні плани за напрямками діяльності.

1.3.2. Достовірність полягає у правильному сприйнятті інформації визначеною цільовою аудиторією, з чіткою аргументацією, що підтверджена фактами.

1.3.3. Об'єктивність полягає в поданні або розгляді визначеної інформації відсторонено, незважаючи на особисті уподобання чи вигоду.

1.3.4. Скоординованість полягає в узгодженні, упорядкуванні дій у керованій системі, приведенні їх у відповідність з поставленою метою.

1.3.5. Грунтовність полягає у вичерпній підготовці інформаційних матеріалів за визначеною тематикою, повному розкритті всіх необхідних питань з відповідною нормативною базою.

1.3.6. Актуальність полягає у загальній значимості інформації та її важливості для визначеної цільової аудиторії в певний період часу.

1.3.7. Інформативність полягає в корисності та повноті поданої інформації з урахуванням можливості її осмислення представниками визначеної цільової аудиторії.

1.3.8. Переконливість полягає у викладенні інформації в логічній послідовності з аргументацією, яка не підлягає сумніву або не потребує додаткової перевірки, для спонукання до сприйняття або несприйняття даної інформації.

1.3.9. Доступність полягає у відповідності інформації та інформаційних ресурсів суті, місцю та часу, що забезпечують їх максимальне сприйняття визначеними цільовими аудиторіями з урахуванням соціальних бар'єрів.

1.3.10. Безпечність полягає в тому, що інформація, яка подається під час процесу публічного спілкування, не повинна містити даних з обмеженим доступом, а також в уникненні висвітлення відкритих даних, які можуть бути використані противником у своїх інтересах.

1.4. Метод публічного спілкування використовується для розповсюдження думок, ідей, що базуються на узгоджених та стратегічних наративах, серед загальної або цільової, зовнішньої або внутрішньої аудиторії. Усі аудиторії мають свої особливості сприйняття інформації, що базуються на певній системі цінностей. Ці особливості необхідно враховувати під час організації та проведення публічного спілкування.

Формами публічного спілкування є: публічні виступи, відкриті публічні заходи, участь у телевізійних та радіопрограмах, публікації в друкованих та електронних медіа, рекламні щити та інші інформаційно-комунікативні продукти, спрямовані на досягнення основної мети публічного спілкування. Ця Доктрина надає загальні рекомендації з публічного спілкування та підготовки особового складу до безпосереднього здійснення комунікативної діяльності.

1.5. Публічне спілкування потребує визначення конкретної мети, осмислення отриманого інформаційного завдання, ретельного планування, якісного виконання та контролю за результатами діяльності.

1.6. Організація публічного спілкування покладається на безпосередніх керівників та визначених посадових осіб органів військового управління, військових частин, установ, організацій.

1.7. Планування заходів публічного спілкування здійснюється в загальній системі планування НГУ. Плани мають розроблятися у форматі робочих матеріалів загального доступу без включення до них відомостей, що становлять державну таємницю та не впливають на безпеку застосування військ.

1.8. Організація публічного спілкування під час кризових ситуацій має базуватися на принципах активної кризової комунікації, що передбачає:

а) оприлюднення повідомлення про кризову ситуацію в найкоротший

термін через офіційні джерела інформації для уникнення спекулятивних викривлень з боку інших суб'єктів інформаційно-комунікативної діяльності;

б) неприпустимість приховування суспільнозначущих фактів, викривлення інформації або подання завідомо неправдивої інформації щодо кризової ситуації або її наслідків;

в) надання чітких, виважених, об'єктивних, узгоджених між собою коментарів щодо поточної ситуації, діяльності з її врегулювання, підсумків результату локалізації або усунення даної ситуації;

г) залучення до публічного спілкування представників органів військового управління, командування з'єднань, військових частин (підрозділів), вищих військових навчальних закладів, навчальних військових частин (центрів), закладів охорони здоров'я та установ НГУ з обов'язковою присутністю за необхідності на місці події;

д) здійснення постійного моніторингу та оцінювання стану, змін та розвитку кризової ситуації, наслідків кризи.

1.9. Загальні принципи публічного спілкування використовуються під час повсякденної діяльності та під час виконання завдань за призначенням у мирний час, в умовах особливого періоду, воєнного стану, а також під час виконання завдань міжнародної співпраці та операцій з підтримання миру і безпеки.

## **2. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПУБЛІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ ПОСАДОВИХ ОСІБ**

2.1. Кожен військовослужбовець в очах суспільства є уособленням військового формування держави. Під час публічного спілкування, що здійснюється установою, організацією або особою, яка позиціонує свою належність до НГУ, відповідна інформація сприймається зовнішньою та внутрішньою аудиторіями як офіційна позиція НГУ, тому участь у заходах з публічного спілкування має здійснюватися лише з дозволу старшого командира (начальника) або визначених ним уповноважених посадових осіб. Недопустимими є дії або бездіяльність усіх військових посадових осіб, що призвели до іміджевих втрат для НГУ.

Під час комунікації з іноземними громадянами або представниками іноземних та міжнародних організацій необхідно усвідомлювати, що в цей момент ви уособлюєте собою військове формування, український народ та саму державу Україну. Для уникнення непорозумінь та помилкового сприйняття інформації необхідно враховувати культурні, релігійні та національні особливості іноземців, інформація має подаватися коротко та зрозуміло. За потреби переклад має здійснюватися кваліфікованим перекладачем.

2.2. Комунікація є однією з важливих функцій командирів (начальників). Командири (начальники) є головними розпорядниками інформації щодо підпорядкованих військових частин (установ) та всіх подій, пов'язаних з їхньою діяльністю. Виходячи з цього, командири або вповноважені ними особи

здійснюють комунікацію з громадськістю та медіа щодо важливих та суспільно-значущих тем. Вони особисто відповідають за поширену ними під час публічного спілкування інформацію. Командири (начальники) або уповноважені посадові особи постійно мають бути готовими до публічного спілкування з найважливіших питань життєдіяльності підпорядкованих військових частин (установ).

Для публічного оприлюднення офіційної позиції органу управління (військової частини) під час заходів публічного спілкування, надання медіа фахових коментарів та роз'яснень із суспільно-значущих питань своїм рішенням командир (начальник) залучає військовослужбовців підрозділів комунікації або призначає речників (спікерів) за визначеними напрямками (сферами діяльності) із числа підпорядкованих посадових осіб.

З метою надання представникам медіа та громадськості коментарів та об'єктивної (не викривленої) інформації із суспільно-значущих чи резонансних тем у разі надходження відповідних запитів, ця робота має здійснюватися з узгодженням із відповідними структурними підрозділами Головного управління НГУ за напрямком.

2.3. Посадові особи, призначені для здійснення заходів публічного спілкування, зобов'язані пам'ятати, що:

а) вибір тематики публічного спілкування має залежати від поставлених завдань та умов обстановки, що склалася на цей час;

б) підготовку до проведення заходів публічного спілкування необхідно здійснювати завчасно та залучати до неї всіх необхідних фахівців за визначеними напрямками;

в) найбільш затребуваною є суспільно важлива ексклюзивна інформація;

г) спосіб подачі інформації залежить від поставленої мети та особливостей цільової аудиторії;

д) інформація має бути достовірною та своєчасною, особа, яку викрили на поширенні неправдивої інформації, тривалий час не зможе мати довіру аудиторії, якщо спікер не володіє визначеною інформацією, це має бути зазначено, але в подальшому бажано надати таку інформацію запитувачу;

е) інформація має подаватися з урахуванням вимог щодо захисту інформації з обмеженим доступом та безпеки військовослужбовців;

ж) висвітлення персональних даних має відбуватися лише за згодою відповідних осіб;

з) у випадку загибелі особового складу інформацію можна офіційно оприлюднювати тільки після її доведення родичам загиблих;

к) оприлюднення інформації щодо діяльності військовослужбовців і підрозділів розвідки та спеціального призначення можна здійснювати лише за погодженням з їхніми керівниками;

л) повага до аудиторії, дотримання етичних норм спілкування та поведінки, врівноваженість, витримка, тактовність, толерантність є обов'язковими атрибутами офіційної посадової особи під час публічного спілкування;

м) зворотний зв'язок є необхідною складовою розбудови довготривалих позитивних відносин між сторонами публічної комунікації;

н) побудова комунікативної стратегії має базуватися на ґрунтовному аналізі вихідних даних, чіткому усвідомленні поставленої конкретної цілі та критеріїв оцінки ефективності інформаційно-комунікативної діяльності;

п) у разі необхідності оприлюднення інформації, що стосується взаємодіючих державних силових структур, таку інформацію необхідно погоджувати в обов'язковому порядку з визначеними представниками цих структур;

р) інформація під час публічного спілкування має подаватися виключно в межах компетенції визначеної посадової особи або військової частини (підрозділу), яку ця посадова особа представляє.

### **3. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ ЗАХОДІВ**

3.1 Публічними називаються заходи, спрямовані на забезпечення відкритості та прозорості діяльності, просування цілей НГУ, створення її позитивного іміджу в суспільстві із залученням визначених категорій громадян, представників громадськості та медіа.

3.2. Рішення про проведення публічного заходу приймає безпосередній командир (начальник). У разі необхідності залучення представників медіа підрозділ комунікації військової частини, організації (установи) проводить їх акредитацію. У разі відсутності штатної посадової особи акредитацію проводить інша визначена командиром (начальником) посадова особа військової частини, підрозділ комунікації територіального управління або управління корпусу НГУ, якому підпорядкована дана військова частина.

3.3. Публічний захід має бути чітко спланованим та організованим. Перед початком публічного заходу необхідно визначити конкретну мету та цільову аудиторію цього заходу, необхідні для його проведення сили та засоби, визначити локацію, підготувати інформаційні матеріали та програму заходу, а за потреби забезпечити анонсування та інформаційний супровід підготовки до проведення визначеного публічного заходу.

3.4. Під час проведення публічних заходів організатори мають ужити всіх заходів щодо максимально вигідного представлення даної події в інтересах НГУ, не допустивши при цьому розголошення інформації з обмеженим доступом.

3.5. Під час проведення публічного заходу важливо:

а) на початку заходу довести учасникам правила поведінки та вимоги до фото- та відеозйомки під час публічного заходу;

б) створити сприятливу та відкриту атмосферу проведення публічного заходу;

в) з повагою ставитися до всіх учасників публічного заходу та сприяти задоволенню їхніх інтересів без завдання шкоди власним;

г) у разі порушення правил поведінки та вимог до фото- та відеозйомки під час публічного заходу вживати передбачені чинними нормативними актами заходи щодо усунення порушень.

3.6. Будь-який публічний захід не завершується із закінченням події. Посткомунікація дозволяє закріпити надійний зв'язок з громадськістю для подальшої ефективної співпраці в інтересах НГУ.

Оцінювання ефективності публічного заходу здійснюється на основі висновків щодо досягнення, часткового досягнення або невдачі в досягненні поставленої комунікативної мети, яка була визначена в процесі планування та затверджена командиром.

Оцінка ефективності враховує порівняння прогнозованого та реального впливу публічного комунікативного заходу на інформаційне середовище, реальну інформованість цільової аудиторії, вплив на суспільні настрої та зміни в поведінці цільової аудиторії.

## **4. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ВИСВІТЛЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ОФІЦІЙНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛАХ**

4.1. До офіційних інформаційних джерел НГУ належать офіційний вебсайт НГУ, офіційні вебсайти навчальних закладів НГУ та офіційні сторінки в соціальних мережах, офіційні відомчі друковані видання. Офіційна інформація також може бути оприлюднена на інформаційних стендах, облаштованих і розміщених згідно з вимогами керівних документів, та оприлюднена офіційними посадовими особами в установленому порядку.

4.2. Публічна інформація в офіційних інформаційних джерелах висвітлюється тільки з дозволу безпосереднього командира (начальника) або після попереднього погодження визначеними ним посадовими особами з урахуванням усіх вимог чинного законодавства.

Для оприлюднення в офіційних інформаційних джерелах публічної інформації для іноземної аудиторії переклад має здійснюватися лише кваліфікованим перекладачем.

4.3. Офіційні інформаційні джерела призначені для оприлюднення виключно офіційної публічної інформації, що сприяє прозорості та відкритості діяльності суб'єктів владних повноважень, спрямованих на зростання рівня довіри до НГУ в інтересах виконання завдань національної безпеки та оборони держави та в межах визначених цілей державних стратегічних комунікацій.

4.4. В офіційних інформаційних джерелах не допускається:

а) висвітлення інформації, не пов'язаної з офіційною діяльністю органів військового управління, військових частин, установ та організацій;

б) висвітлення інформації, спрямованої на підтримку чи дискредитацію політичних діячів, партій та організацій, органів державної влади;

в) висвітлення інформації в рекламних цілях певних недержавних фізичних або юридичних осіб;

г) висвітлення інформації провокаційного характеру;

д) публікація привітань з особистими та неофіційними святами, річницями тощо.

4.5. Під час оформлення інформаційних повідомлень не допускається використання зображень та символів, які:

а) не є чинними та офіційно затвердженими або без погодження відповідних авторських прав;

б) не мають відношення до визначених органів військового управління, військових частин, установ та організацій;

в) мають у своєму змісті грубі порушення норм та правил, установлених Міністерством оборони України або НГУ, крім випадків засудження негативних тенденцій;

г) заборонені до використання на території України.

## ЗАКЛЮЧНА ЧАСТИНА

Публічне спілкування є невід'ємною частиною реалізації функцій і завдань НГУ. Воно має бути чітко спрямованим на досягнення поставленої мети з урахуванням інтересів НГУ та громадськості, урахування досвіду, набутого під час виконання завдань з відсічі збройної агресії, забезпечення громадської безпеки і порядку, участі в міжнародних операціях з підтримання миру і безпеки, основних принципів та підходів армій провідних держав-членів НАТО.

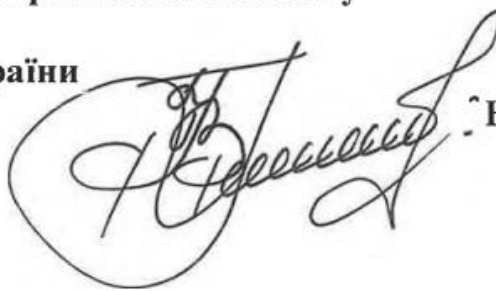
Важливо під час проведення заходів публічного спілкування дотримуватися гнучкості та адаптивності в умовах зміни обстановки, урахувати особливості внутрішніх та зовнішніх аудиторій.

За своєю суттю публічне спілкування є процесом донесення, сприйняття, аналізу, взаєморозуміння, подальшого вираження, обміну інформацією для ефективного впливу на суспільну думку та мотивацію особового складу, формування позитивного іміджу НГУ в суспільстві. Воно може допомогти створити, зміцнити або зберегти сприятливі умови для реалізації функцій і виконання завдань НГУ, державної інформаційної політики, пом'якшити будь-які несприятливі наслідки кризових ситуацій чи поширення дезінформації.

Публічне спілкування є ефективним методом розвитку взаємовигідних відносин між суспільством та НГУ.

Подальший розвиток форм та методів, практичного інструментарію публічного спілкування тісно пов'язаний з розвитком новітніх технологій та інформаційного суспільства. Урахування перспективних тенденцій розвитку соціальних комунікацій є обов'язковим елементом організації діяльності всіх суб'єктів, залучених до процесу публічного спілкування.

**Директор департаменту персонального штабу  
Головного управління  
Національної гвардії України  
полковник**



**Володимир ГРАБЧАК**

## ДЛЯ ЗАМІТОК

[illegible]

