

Звіт управління комунікації

за 2025 рік

1. Висвітлення роботи Львівської міськради

Основна мета роботи управління - забезпечення мешканців Львова та українців, які під час війни знайшли притулок у нашому місті, актуальною, корисною та структурованою інформацією.

Працівники управління комунікації впродовж 2025 року систематично інформували громадськість про роботу міської ради, виконавчого комітету та міського голови Львова з метою забезпечення відкритості та доступності інформації. Щоденно здійснювали збір, обробку та візуалізацію максимальної кількості важливої інформації для мешканців, яка була найбільш актуальною, зокрема і в контексті життя міста в часі повномасштабного вторгнення ворога на територію нашої держави.

Команда управління виконувала повний цикл комунікаційної роботи: від збору інформації та її перевірки — до підготовки текстових, візуальних і відеоматеріалів, пояснення рішень, роботи з кризовими темами та відповідей на запити медіа.

Інформаційна робота у час повномасштабної війни неминуче вимагає максимальної оперативності і гнучкості, адже у разі обстрілів чи/та особливо влучань на території Львівської громади ритм роботи управління одразу змінюється та відбувається кардинальне перепланування робочого та медійного дня. Так, протягом 2025 року працівники підрозділу оперативно організовували підходи до преси, коментарі ключових посадовців-спікерів щодо наслідків влучань ворожих дронів та/або ракет, формували та розсилали інформаційні повідомлення представникам медіа. Щоб звернути увагу мешканців та колег-журналістів на важливі повідомлення, які мали велике значення для Львівської громади, оперативне інформування проводилось також і в соцмережах Львівської міської ради.

Загалом робота підрозділу в напрямку інформаційної роботи в час воєнного стану у 2025 році провадилась у таких напрямках:

- оперативна підготовка інформаційних повідомлень про термінові рішення міста, а також про наслідки ворожих обстрілів території Львівської громади.
- організація пресконференцій, брифінгів та коментарів для донесення до ЗМІ, зокрема і іноземних, інформації про важливі ініціативи міста, а також наслідки ворожих обстрілів.
- організація та проведення відеозйомок важливих аспектів життя міста в часі війни, та, за потреби, надання цих відео для використання ЗМІ Львова, власним кореспондентам загальноукраїнських та іноземних ЗМІ.
- фотофіксація життя Львівської громади в умовах війни.
- інформування на офіційному сайті та у соцмережах.
- розробка візуальних інформаційних матеріалів.
- допомога місцевим та іноземним журналістам в отриманні інформації, які звертались із запитом щодо функціонування міста в умовах війни.
- забезпечення участі посадовців мерії в радіо- й телеефірах для донесення важливої інформації до мешканців.

- пояснення складних управлінських рішень міста в умовах воєнного стану, зокрема щодо безпекових обмежень, перерозподілу ресурсів та пріоритетів міського розвитку, з метою зниження напруги й запобігання маніпуляціям у публічному просторі.
- кризова комунікація у разі надзвичайних ситуацій та репутаційних викликів, включно з оперативною координацією повідомлень, підготовкою офіційних позицій міста та взаємодією зі ЗМІ для мінімізації дезінформації та суспільної тривоги.
- моніторинг інформаційного простору та спростування фейкової або маніпулятивної інформації, що стосувалася діяльності Львівської міської ради та життєдіяльності громади, з подальшим публічним роз'ясненням достовірної інформації через офіційні канали комунікації.
- допомога посадовцям комунікувати із громадою через власні соцмережі.

Серед пріоритетних тем висвітлення у 2025 році були підтримка містом ЗСУ, розвиток реабілітації, зокрема в межах екосистеми людяності UNBROKEN, бізнес ветеранів та його розвиток з допомогою навчань, організованих мерією, і ваучерів від міста та міжнародних донорів, новації економіки, розвиток освіти та культури, якісне урядування, співпраця з міжнародними організаціями та підготовка критичної інфраструктури до викликів, спричинених ворожими обстрілами.

Зокрема, від початку повномасштабної війни управління комунікації працювало над медіакампанією із підтримки військових та їх рідних. Це загальноміська програма підтримки військових та забезпечення їх усім необхідним на передовій; безкоштовні консультації та допомога Львівського центру надання послуг учасникам бойових дій, а також допомога й підтримка від різних ГО та фондів.

Управління чи не щодня протягом року на сайті та через соцмережі інформувало про загиблих воїнів, які віддали своє життя у боротьбі з окупантами, а також оприлюднювало час, коли містяни та гості Львова можуть прийти на пл. Ринок, щоб долучитись до загальноміської церемонії прощання із Героями. Також акцентували у своїх повідомленнях і на важливості щоденного вшанування захисників та захисниць хвилиною мовчання о 9:00.

Активно управління комунікації вело медіакампанію про закупівлі і передачу від громади міста для ЗСУ автомобілів, дронів, технічних засобів та іншого, що вкрай потрібне на передовій.

Значну увагу приділяли інформуванню про центри рекрутингу у Львові - ті, що вже працюють, а також нові, з метою поширення інформації про можливості служби у війську - в різних військових бригадах.

Впродовж року системно оновлювали та актуалізовували інформацію у спеціальній рубриці сайту Львівської міської ради «Допомога ветеранам від міста», де можна дізнатись про фінансову підтримку, соціальні послуги, можливості відпочинку, дозвілля чи працевлаштування для Захисників та Захисниць, можливості отримання підтримки бізнесу ветерана (бізнес-ваучери), про підтримку дітей учасників бойових дій, вшанування пам'яті загиблих воїнів тощо.

Працювали і над інформуванням про підтримку містом вимушено переміщених українців, які прибули до Львова, та максимально сприяли представникам українських та іноземних ЗМІ в підготовці тематичних інформаційних, фото- та відеоматеріалів.

Управління комунікації і надалі працювало у режимі оперативного інформування та попередження про ймовірні критичні ситуації у місті і правила поведінки задля безпеки мешканців. Йдеться про складні погодні умови, пожежі, анонімні повідомлення про замінування, виявлення боєприпасів, отруєння чадним газом, спалювання сухої рослинності, нещасні випадки на воді, аварії на мережах водо- і тепlopостачання, зміни у русі транспорту тощо. Тож підрозділ забезпечував надання інформації мешканцям через доступні канали комунікації в режимі онлайн.

Важливим напрямом роботи підрозділу стало системне висвітлення процесів декомунізації в громаді. Задля інформування мешканців про перейменування чи найменування вулиць організовували пресподії та організовувати коментарі посадовців для медіа з цієї тематики.

Управління також забезпечувало інформаційний супровід стратегічних екологічних проєктів міста — будівництва сміттєпереробного комплексу та рекультивації Грибовицького полігону. Протягом року готували серію інформаційних повідомлень, коментарів і роз'яснень, аби медіа та мешканці мали чітке уявлення про хід реалізації, етапність робіт, їхній масштаб та важливість, а також про виклики, що виникали в процесі впровадження проєктів. Організовували і брифінги для медіа з виїздом на місце, щоб була змога візуально оцінити зміни, які відбуваються.

Багато інформували про роботу Національного центру реабілітації НЕЗЛАМНІ (UNBROKEN), що створений на базі Першого медоб'єднання Львова, оскільки лікування та реабілітація поранених військових та цивільних осіб, які постраждали від агресії РФ, має велике значення в умовах війни. Цю тему акцентували на виїзних брифінгах, пресконференціях із залученням українських та іноземних журналістів. Крім цього було проведено медіакампанію про реорганізацію медичної сфери у місті.

Окремий акцент у роботі був спрямований на висвітлення теми доступності в громаді, адже це питання, яке безпосередньо впливає на якість життя мешканців та формування інклюзивного міського середовища. Протягом року інформували про облаштування безбар'єрних просторів, маршрутів, адаптацію інфраструктури та впровадження рішень, що роблять місто комфортнішим для людей з різними потребами.

Протягом року управління комунікації послідовно інформувало громаду про всі кроки міста у створенні Меморіалу Героїв України на Личаківському кладовищі. Комунікація щодо цього важливого проєкту охопила весь шлях — від оголошення результатів Всеукраїнського архітектурного конкурсу меморіального комплексу на вул. Мечникова та внесення змін до проєкту за підсумками обговорень із родинами полеглих захисників, фахівцями й громадськістю до збору думок громади щодо матеріалів намогильних споруд, який триватиме до середини січня 2026 року. Інформацію доносили через офіційні повідомлення на сайті міської ради, участь ключових посадовців у теле- й радіоефірах, а також через медійні події з виїздом безпосередньо на місце майбутньої реалізації проєкту. У 2026 році підрозділ продовжить інформування громади про реалізацію цього проєкту.

Також реалізовували міські медіакампанії, спрямовані на роз'яснення усіх аспектів функціонування безготівкової оплати проїзду у громадському транспорті міста, підготовки до зими в умовах воєнного стану та відповідного опалювального сезону, управління відходами, модернізації системи тепlopостачання, програм співфінансування реставрації дверей, брам, балконів та вікон в історичних будівлях міста, а також збирання та переробка органічних відходів. Інформували про розвиток

трансплантації у міських лікарнях, візити іноземних лікарів та унікальні для України і світу операції в міських лікарнях, підтримку сімейного виховання дітей, нові адміністративні послуги у міських ЦНАП та інші ініціативи.

Торік попри війну, у Львові онлайн, офлайн чи у змішаному форматі відбулась значна кількість важливих всеукраїнських та міжнародних заходів: йдеться про різноманітні форуми, зустрічі, обговорення та виставки. Тож управління комунікацій традиційно надавало медіасупровід таких подій.

Управління також забезпечувало висвітлення дипломатичних візитів керівників інших міст, представників інших держав, їхніх посадових осіб та відомих особистостей. Команда здійснювала інформаційну підтримку великих національних свят, які відзначалися у Львові минулого року: День гідності та свободи, День пам'яті жертв голодоморів, День захисника та захисниці, Різдво, Великдень, День Незалежності, День прапора, День Української Державності, День Збройних сил України та інші події.

Управління також забезпечувало інформування щодо результатів міських архітектурних конкурсів, зокрема результати конкурсу на створення алеї пам'яті Героїв Національної гвардії України, на проєкт храмового комплексу Ікони Пресвятої Богородиці Скоропослушниці у районі вул. К. Левицького – вул. Пекарської, а також результати Всеукраїнського відкритого архітектурного конкурсу на проєктну пропозицію храму Різдва Христового на вул. Ряшівській (проєктованій).

Упродовж року висвітлювали складні, втім важливі для громади теми. Наприклад, фахівці підрозділу стежили за юридичними процесами, спрямованими на захист інтересів громади, в яких брали участь Львівська міська рада та її структурні підрозділи. Ці процеси включали стягнення боргів за оренду комунальної землі або користування ділянками комунальної власності без правових підстав, тощо.

У 2025 році працівниками управління комунікації було забезпечено інформаційне висвітлення понад 100 засідань виконавчого комітету Львівської міської ради та висвітлення рішень на 13 пленарних засідань сесій Львівської міської ради. Перед подіями відбувалось анонсування засідань задля дотримання принципу публічності та прозорості роботи органу місцевого самоврядування. Відтак забезпечувалось оперативне інформування громади щодо найважливіших прийнятих рішень виконавчого комітету та ухвал сесій через офіційний сайт Львівської міської ради. Водночас готували та публікували інформаційні повідомлення у соціальних мережах мерії, створювали роз'яснювальні візуальні матеріали для кращого розуміння громадськістю прийнятих рішень. За потреби самостійно здійснювали запис аудіо- та відеокоментарів посадовців-ключових спікерів з актуальних тем щодо рішень виконкому чи сесії, на запит ці матеріали передавали журналістам для висвітлення в ЗМІ. Також організовували коментарі посадовців міської ради щодо найважливіших рішень чи ухвал, і сприяли в участі ключових посадовців міста у тематичних прямих ефірах або ефірах у записі з метою надання роз'яснень щодо важливих питань.

Крім цього, у межах робочих відряджень, зокрема до Стокгольма та Франкфурта-на-Майні, були організовані робочі зустрічі з представниками пресслужб органів місцевого самоврядування та комунікаційних підрозділів для обміну практиками кризової та стратегічної комунікації в умовах надзвичайних ситуацій, а також для вдосконалення роботи управління комунікації Львівської міської ради.

Управління в межах своїх повноважень також виконувало Програму висвітлення діяльності міської ради, її виконавчих органів, посадових осіб та депутатів у засобах

масової інформації, співпрацюючи для цього із такими медіа: радіо "Львівська хвиля", ТРК "Перший Західний", телеканалом "Правда ТУТ", газетою "Високий Замок", сайтами "Твоє місто" і "Дивись.Інфо".

2. Робота із запитами від журналістів

У 2025 році опрацьовано близько 3 тис. звернень від представників медіа. Ми організували коментарі посадовців та експертів з різних галузей, а також надали роз'яснення для журналістів, включаючи представників медіа з різних країн світу.

Більшість запитів вимагала організації коментарів відразу від кількох посадовців або працівників комунальних установ. Також були звернення, що стосувалися лише надання консультацій щодо проведення зйомок у Львові, уточнення чи спростування інформації.

Значну частину запитів потрібно було вирішувати комплексно: щоб з'ясувати інформацію доводилося звертатися одразу до представників кількох структурних підрозділів міської ради. З ініціативи управління також були організовані спільні наради та консультації для підготовки відповідей на запити медіа.

Також було продовжено співпрацю зі ЗМІ щодо висвітлення інформації за допомогою прямих ефірів на радіо й телебаченні.

Найчастіше запити журналістів стосувалися таких сфер життя міста: ЖКГ/доступності – 15,5%; освіти – 10,9%; архітектури та містобудування – 9,8%; транспорту – 8%; громадського сектору, життя у громадах – 6,6%; історичної спадщини – 5,2%; екології, будівництва сміттєпереробного заводу та рекультивації полігону – 4,8%; економіки/бізнесу (у т.ч. бізнесу ветеранів) – 4,5%; соціальної сфери (у т.ч. питань ВПО) – 4,3%; наслідків ворожих ракетних ударів – 4,2%; життя міста в умовах військового стану, вшанування полеглих захисників – 3,1%; медицини – 3%. Решта звернень стосувалися таких тем: щодо питань вуличної інфраструктури, роз'яснення рішень мерії та позиції міста, питань культури, безпеки, спорту, туризму та ін.

Найбільше звернень – понад третину – надійшло від інтернет-видань; чверть звернень – від телевізійних журналістів щодо організації відеокоментарів та участі в телеефірах; близько 5% – від радіо щодо організації коментарів та участі у радіоефірах. П'ята частина усіх звернень – нами було надано роз'яснення в усній та письмовій формі щодо актуальних питань.

У 2025 році управління комунікації продовжувало успішно співпрацювати з регіональними, державними та міжнародними ЗМІ, що сприяло якісному та результативному обміну інформацією. Це були журналісти з Нідерландів, Франції, Японії, Німеччини, Італії, Польщі, Данії, Великої Британії, США, Швейцарії, Швеції та ін. Їх звернення стосувалися життя міста в умовах війни, наслідків ворожих ракетних ударів, життя вимушено переміщених осіб, поховання воїнів тощо. Було організовано низку коментарів посадовців мерії та зйомки на відповідну тематику в різній формі (відео- та фотозйомка, аудіозапис тощо) для іноземних медіа.

3. Форми та засоби інформування

У 2025 році управління комунікацій використовувало різні шляхи для інформування. Працівники робили щоденну розсилку інформаційних повідомлень. Журналісти отримували від Львівської міської ради від 6 до 30 новин щодня, без вихідних. Загалом у 2025 році було підготовлено близько 4,5 тисячі новин про діяльність Львівської міської ради та установи міста. Також щоденно проводилась розсилка новин на близько 330 електронних адрес журналістів львівських ЗМІ та власних кореспондентів загальноукраїнських ЗМІ.

Загалом сайт міської ради у 2025 році відвідало понад 1,6 млн користувачів (1.4 млн нових) зробивши 6,2 млн переглядів. Новини відвідало 1,23 млн користувачів (3,46 млн переглядів).

На сайті було оприлюднено близько 270 фоторепортажів та понад 400 відеорепортажів з важливих подій у місті.

Окрім інформаційних пресрелізів та пострелізів, важливі для мешканців події супроводжувалися фотографіями, відеокоментарями та інфографікою (картами-схемами, програмами та візуалізаціями).

Команда продовжувала робити трансляції найактуальніших подій, брифінгів та пресконференцій з участю посадовців міської ради на сторінці Львівської міської ради в мережі Facebook.

Водночас, працівники підрозділу проводили системний моніторинг найважливіших повідомлень з метою аналізу поширення інформації та оперативної реакції на кризові повідомлення.

4. Соціальні мережі

Соціальні мережі Львівської міської ради продовжують залишатися важливим каналом комунікації з мешканцями, допомагаючи швидко й ефективно інформувати про важливі події, приймати зворотний зв'язок та залучати громаду до прийняття рішень.

Мерія Львова в соцмережах у цифрах за 2025 рік:

1. Ріст аудиторії:

- Facebook: **+8,3%** (91 тис. підписників);
- Instagram: **+45%** (11,4 тис. підписників);
- Telegram: **+5,7%** (6 350 підписників).

2. Дві нові соцмережі:

- Threads: 1600 читачів;
- LinkedIn: майже 500 послідовників.

3. Залучення аудиторії:

- Прямі трансляції міських заходів збирали тисячі глядачів. Наприклад, встановлення головного різдвяного дідуха у Facebook дивилося понад 33 тисячі людей.

- Опубліковано більше **40 відеороликів**, що охопили понад **2 млн осіб**.

4. Оперативне інформування:

- У соціально важливих питаннях соцмережі забезпечили оперативне інформування. До прикладу, повідомлення про поховання захисників та захисниць у соцмережах охоплювали до **370 000 людей**.

Впродовж року на сторінках у соцмережах розміщували:

- **інформаційні повідомлення** про події, зміни у транспортній системі та нові проекти.
- **фоторепортажі** з міських заходів та ключових ініціатив.
- **відеоролики** для пояснення складних питань, як-от підтримка ветеранів.
- **інфографіки та візуалізації**, що пояснюють міські рішення у зрозумілій формі.
- **прямі трансляції** засідань, заходів та важливих оголошень.
- **сторіз** та інтерактивні опитування для швидкої взаємодії з аудиторією.

Соцмережі забезпечили відкритий діалог із громадою щодо створення Меморіального комплексу військових поховань Героїв України: від презентації проекту та зразків намогильних плит до відповідей на найпоширеніші питання від родин загиблих героїв та мешканців.

Також через соціальні мережі Львівської міської ради активно збирались кошти на спільний проект міськради та благодійного фонду “Повернись живим” “Зброєносці”. Місто спільно з фондом відкрили збір на 200 млн грн для комплексного забезпечення 4-ьох бойових бригад ЗСУ. Крім цього долучились до збору фондом Сергія Притули.

Ще із допомогою соцмереж місто неодноразово об'єднувало громаду навколо збору коштів на лікування 3-річного львів'янина Марка Гладиша, який має важку генетичну хворобу — м'язову дистрофію Дюшена; вартість лікування становить 122 млн грн, станом на зараз зібрано половину від необхідної суми.

5. Робота над проектами відповідей на ЗПІ різних підрозділів мерії

Відповідно до доручення міського голови від 15.02.2024 № 4-001-47, у 2025 році управління комунікації Львівської міської ради забезпечувало погодження проектів відповідей на публічні запити, зокрема від журналістів, медіа, мешканців міста, а також від організацій і структур різного рівня підпорядкування. Фахівці підрозділу не лише опрацьовували проекти відповідей, але й надавали консультації, допомагаючи підрозділам уникати помилок. Щоденно опрацьовувалося від 7 до 15 проектів відповідей, що надходили від департаментів, управлінь, відділів, районних адміністрацій та великих ЛКП міста.

Водночас команда працювала над удосконаленням процесу підготовки відповідей на запити на публічну інформацію та звернення громадян, які надходили до Львівської

міської ради, задля уникнення відповідачами повторюваних помилок. Адже у процесі роботи було виявлено, що більшість підрозділів допускають типових помилок при підготовці відповідей, що значно ускладнює комунікацію, збільшує час на погодження та потребує додаткових зусиль для коригування таких відповідей.

Результатом проведеної роботи стало помітне покращення якості відповідей на інформаційні запити, які надходили на вчитку від відповідальних за підготовку відповідей на ЗПІ.

6. Робота зі студентами

У 2025 році управління працювало зі студентами, які вивчають журналістику. Вони приходили на практику та стажування. Студенти долучалися до роботи управління і допомагали у висвітленні подій у місті, здобували досвід роботи з медіа.

Загалом на практиці та через програму “Перший кар’єрний крок” в управлінні у 2025 році пройшли стажування і практику 7 осіб.