



КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

РОЗПОРЯДЖЕННЯ

від 20 грудня 2024 р. № 1301-р

Київ

Деякі питання комунікаційної підтримки реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року

1. Схвалити:

Комунікаційну стратегію щодо створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року (далі — Комунікаційна стратегія), що додається;

типові рішення щодо використання кольорів та дизайну оформлення комунікації в рамках реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року, що додаються до оригіналу.

2. Міністерствам, іншим центральним органам виконавчої влади, обласним, Київській міській державним адміністраціям (військовим адміністраціям) забезпечити:

обов'язкове застосування типових рішень, схвалених цим розпорядженням, під час здійснення заходів в рамках реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року;

розроблення та подання кожного півріччя до 10 червня і 10 грудня Міністерству культури та стратегічних комунікацій комунікаційних планів заходів в рамках реалізації Комунікаційної стратегії;

подання щокварталу до 10 числа наступного місяця Міністерству культури та стратегічних комунікацій інформації про стан виконання комунікаційних планів заходів.

3. Рекомендувати Національному банку та іншим державним органам, органам місцевого самоврядування, підприємствам, установам, організаціям під час здійснення заходів в рамках реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року керуватися Комунікаційною стратегією та враховувати типові рішення, схвалені цим розпорядженням.

4. Міністерству культури та стратегічних комунікацій разом з іншими заінтересованими центральними органами виконавчої влади у тримісячний строк розробити та подати Кабінетові Міністрів України проект операційного плану заходів з реалізації Комунікаційної стратегії.



Прем'єр-міністр України

Д. ШМИГАЛЬ

СХВАЛЕНО
розпорядженням Кабінету Міністрів України
від 20 грудня 2024 р. № 1301-р

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ
щодо створення безбар'єрного простору
в Україні на період до 2030 року

Опис проблем, які обумовили прийняття Комунікаційної Стратегії,
і нормативно-правових актів, що діють у відповідній сфері

Створення безбар'єрного простору в Україні, зокрема безперешкодного середовища для всіх груп населення, забезпечення рівних можливостей кожній людині реалізовувати свої права, отримувати послуги на рівні з іншими шляхом інтегрування фізичної, інформаційної, цифрової, соціальної та громадянської, економічної та освітньої безбар'єрності до всіх сфер державної політики визначено стратегічним курсом держави та одним із пріоритетів діяльності Уряду України і системи органів виконавчої влади, інших державних органів та органів місцевого самоврядування.

Так, нормативно-правовим актом, що врегульовує питання безбар'єрності, зокрема, є: розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2021 р. № 366 “Про схвалення Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року” (Офіційний вісник України, 2021 р., № 36, ст. 2154), яким схвалено Національну стратегію із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року, що забезпечує досягнення зазначених цілей (далі — Національна стратегія).

Реалізація Національної стратегії здійснюється відповідно до дворічних планів заходів з її реалізації та плану заходів на 2023—2024 роки з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 25 квітня 2023 р. № 372 (Офіційний вісник України, 2023 р., № 46, ст. 2500), та забезпечується спільними діями органів державної влади, органів місцевого самоврядування, організації громадянського суспільства, Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини за підтримки ООН, Ради Європи, Організації з безпеки і співробітництва в Європі, Європейського Союзу та інших міжнародних організацій.

Схвалення Національної стратегії та затвердження плану заходів з її реалізації дало можливість забезпечити скоординованість заходів із створення безбар'єрного простору, їх комплексність, збалансованість та належний розподіл ресурсів, а також засвідчило, що разом з необхідністю

здійснення військового спротиву, забезпечення розвитку економіки та відновлення зруйнованої інфраструктури в умовах воєнного стану одним із пріоритетів державної політики залишається досягнення суттєвого прогресу в русі за напрямом безбар'єрності, а також у забезпеченні злагодженості та системності відповідної діяльності всіх органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Також заінтересовані органи та сторони отримали змогу враховувати цілі та пріоритети державної політики під час планування своєї діяльності, а громадськість та інститути громадянського суспільства — здійснювати контроль за впровадженням реформ безбар'єрності та виконанням політичних зобов'язань щодо створення безбар'єрного простору.

Однак реалізація Національної стратегії та забезпечення досягнення її цілей потребує комунікаційного супроводу та відповідної підтримки для формування культури безбар'єрного простору в усіх сферах життєдіяльності суспільства, а відповідний комунікативний процес потребує активної та скоординованої участі державних органів та органів місцевого самоврядування.

Відповідно до Конституції України людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються найвищою соціальною цінністю. Разом з тим слід відзначити, що у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України додалися нові та поглибилися наявні проблеми, перешкоди та суспільні бар'єри для громадян у реалізації та захисті своїх прав, отриманні доступу до публічних послуг та повноцінної участі у культурному, політичному та суспільному житті.

Аналіз поточного стану справ свідчить про необхідність врахування тенденцій щодо розв'язання виявлених проблем. Так, за даними Мінсоцполітики, кількість осіб з інвалідністю з 24 лютого 2022 р. зросла на 300 тис. осіб та становить понад 3 млн. осіб, а згідно з підрахунками Міжнародної організації з міграції в Україні налічується близько 6,3 млн. внутрішньо переміщених осіб. Відповідно до аналітичних даних Центру соціальних досліджень та поведінкової економіки 83 відсотки респондентів у 2024 році вважають безбар'єрність новою цінністю для суспільства, зазначають, що увагу слід зосередити на зміні поведінки людей (34 відсотки опитаних); створенні адаптованого середовища (32 відсотки) та забезпеченні доступності освіти і робочих місць (22 відсотки). Також згідно з дослідженням Соціологічної групи "Рейтинг" 67 відсотків українців вважають, що захисники та захисниці України після повернення зіткнуться з відсутністю інклюзивного простору та адаптованого робочого місця для осіб з інвалідністю. Наведене обумовлює посилення суспільного запиту стосовно якнайшвидшого впровадження зазначених рішень.

Разом з тим згідно з дослідженнями Мінветеранів 56 відсотків опитуваних ветеранів війни вважають державні програми із створення інклюзивного простору неефективними.

Такі показники демонструють потребу у проведенні кампаній щодо створення безбар'єрного простору в Україні, а також системних комунікацій, спрямованих на підвищення рівня поінформованості громадян з відповідних питань.

Крім того, наявна статистика свідчить, що станом на червень 2023 р. за кордоном перебуває 6 млн. 700 тис. українців, здебільшого це жінки віком 35—60 років та діти. Водночас, за даними Мін'юсту, протягом 2023 року в Україні народилося понад 187 тис. дітей, що є найнижчим показником з 1991 року.

За даними згаданих опитувань, українці не помічають змін у сфері інклюзивності та доступності, хоч і зацікавлені в її розвитку. З іншого боку, виконавці, які відповідальні за реалізацію державної політики (міністерства, обласні, Київська міська держадміністрації (військові адміністрації), органи місцевого самоврядування), не комунікують системно рішення. Це є однією з причин низького рівня обізнаності і незадоволеності громадян, оскільки результати реалізації залишаються невидимими для більшої частини населення.

Як наслідок, органи державної влади здебільшого лише інформують про результати своєї роботи, але не пояснюють зміст та позитивні зміни власних рішень суспільству. Принципи безбар'єрності не інтегровані в загальні плани заходів зацікавлених сторін, а комунікуються лише точково та ситуативно.

Своєчасне прийняття законодавчих актів для вирішення зазначених проблемних питань є необхідною умовою ефективної реалізації стратегічного курсу держави у сфері створення безбар'єрного простору, у зв'язку з чим виникла необхідність розроблення та затвердження Кабінетом Міністрів України нового стратегічного документа, який відповідатиме вимогам часу, запиту суспільства на безбар'єрність та сприятиме посиленню координації відповідних комунікацій.

У середньостроковій перспективі реалізація цієї Комунікаційної стратегії, яка розроблена на основі положень Національної стратегії та плану заходів з її реалізації, сприятиме на суспільному рівні змінам у поведінці громадян та сприйнятті ними безбар'єрності як наскрізного принципу, а також посиленню суспільної підтримки відповідного курсу, а на державному — зміні суспільно-політичного дискурсу в бік визначення безбар'єрності як спільної філософії сучасної держави та суспільства, покращення інформування про формування та імплементацію державної політики для забезпечення безперешкодного доступу всіх груп населення до різних сфер життєдіяльності.

Мета та основні завдання Комунікаційної стратегії

Створення безбар'єрного простору в Україні є однією з найскладніших та найбільш комплексних реформ, що проводить держава в

умовах воєнного стану, оскільки стосується практично кожної сфери суспільних відносин, тому комунікативний процес потребує активної, системної та злагодженої участі державних органів та органів місцевого самоврядування, а також потужної підтримки громадянського суспільства.

Метою Комунікаційної стратегії є запровадження наскрізного нарративу безбар'єрності у комунікаціях державних органів та заінтересованих сторін для підвищення обізнаності громадян про дії та результати роботи органів державної влади для досягнення безбар'єрності та залучення широкого кола громадськості до обговорення цінностей та підтримки руху до безбар'єрного суспільства в Україні.

Формування ефективної комунікації у сфері безбар'єрності на національному і регіональному рівні передбачає системну та скоординовану роботу на двох інформаційних напрямках.

Першим напрямом є комунікаційна діяльність, спрямована на підвищення рівня обізнаності суспільства щодо створення безбар'єрного простору в Україні та, як результат, підвищення рівня підтримки, участі та довіри до відповідних ініціатив. Для поширення повідомлень про успіхи у створенні безбар'єрного простору органи державної влади та органи місцевого самоврядування можуть залучати інститути громадянського суспільства. Залучення незаангажованих третіх сторін до комунікації сприятиме підвищенню рівня довіри громадськості до державної влади та місцевого самоврядування.

Другим напрямом є комунікаційні заходи, спрямовані на формування культури безбар'єрного простору в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Кожен державний орган та орган місцевого самоврядування у своїй щоденній діяльності повинен покращити інформування громадськості про створення безбар'єрного простору в Україні, його цінність та перевагу для суспільства.

Реалізація ключового підходу до здійснення заходів Комунікаційної стратегії дасть змогу досягти необхідних результатів, а саме:

щодо громадян та бізнесу — підвищити рівень розуміння принципів безбар'єрного суспільства, обізнаності про реалізацію відповідної державної політики, формування культури безбар'єрного простору в усіх сферах життєдіяльності, зокрема шляхом проведення інформаційних кампаній та реалізації освітніх проєктів, реалізації навчальних проєктів для комунікаційних підрозділів, залучення до інформаційних кампаній/заходів, поширення відповідних інформаційних матеріалів;

щодо медіа — поглибити рівень розуміння проблематики безбар'єрного простору та руху до формування безбар'єрного суспільства, зокрема шляхом реалізації навчальних проєктів, проведення навчальних заходів та експертної підтримки;

щодо державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування — покращити розуміння цілей та шляху створення

безбар'єрного простору в Україні, його цінність та перевагу для суспільства, що забезпечить досягнення цілей Національної стратегії та впровадження відповідної політики, зокрема шляхом реалізації навчальних проектів для комунікаційних підрозділів органів державної влади, координації спільних заходів та кампаній, доведення відповідних інформаційних матеріалів.

Окремо слід відзначити, що робота з молоддю як однією з ключових категорій населення закладає фундамент середньострокових і довгострокових суспільних змін у ставленні до безбар'єрності, є інвестицією у виховання покоління, для якого власне безбар'єрний простір є нормою, а принцип безбар'єрності базовим. Тому інтеграція теми безбар'єрності та стратегій створення безбар'єрного простору через освітні програми до системи освіти дасть можливість забезпечити сталість та послідовність у досягненні цієї мети.

Цільові аудиторії та заінтересовані сторони (стейкхолдери)

Цільовими аудиторіями та одночасно заінтересованими сторонами (стейкхолдерами) є групи людей, на яких розраховано вплив Комунікаційної стратегії, а саме:

органи державної влади та органи місцевого самоврядування;

суб'єкти, що формують суспільну думку (лідери думок, експерти, науковці, інститути громадянського суспільства, активісти);

заклади освіти та учасники освітнього процесу, молодь;

міжнародні донорські та партнерські організації, які надають підтримку Україні;

медіа (національні публічні аудіовізуальні медіа, телеканали загальнонаціональної і регіональної категорії, телеканали місцевої категорії);

українські та міжнародні компанії, що належать до малого і середнього бізнесу, великі компанії, асоціації;

громадяни України (масова аудиторія з поділом за віковими категоріями, статтю, соціальним статусом).

Під час реалізації Комунікаційної стратегії основної уваги потребують чотири ключові групи цільових аудиторій. Ці групи можуть змінюватися залежно від змісту проекту.

Перша цільова аудиторія — представники сфер, що надають послуги для людей, які стикаються з бар'єрами через вік, стать, стан здоров'я, мобільність, соціальний статус:

базові послуги (державні та приватні): педагогічні працівники, медичні працівники, соціальні працівники, працівники центрів надання

адміністративних послуг та інших державних установ, а також у сфері медіа;

послуга працевлаштування: представники бізнесу, працівники служб зайнятості, громадського сектору, бізнес-асоціації, професійні спілки;

облаштування безпечного середовища: люди, які працюють у сфері проектування, будівництва, благоустрою тощо.

Мета комунікації для впливу на першу цільову аудиторію: донести переваги безбар'єрності, універсального дизайну і людиноцентричних підходів до надання послуг та облаштування просторів як нової суспільної норми.

Друга цільова аудиторія — групи, які можуть впливати на формування рішень та їх регламентування:

представники органів державної влади на різних рівнях: національному, регіональному та місцевому;

громадські організації, благодійні фонди, спілки, які працюють у сфері безбар'єрності, доступності та інклюзії;

активне громадянське суспільство, яке просуває ідеї безбар'єрного суспільства як необхідної складової успішного майбутнього України;

міжнародні експертні та донорські організації;

представники бізнес-спільноти, які успішно втілюють та адвокатують безбар'єрність.

Мета комунікації для впливу на другу цільову аудиторію:

поширення досвіду успішних практик для сприяння масштабуванню принципів безбар'єрності;

створення мережі “амбасадорів безбар'єрності” з лідерів думок, представників бізнесу та Уряду, як розуміють та розділяють цінності політики;

пояснення змісту та окремих рішень в межах заходів безбар'єрності для широкої громадськості.

Третя цільова аудиторія — суспільні групи, які стикаються з бар'єрами через вік, стать, стан здоров'я, мобільність, соціальний статус:

особи, які внаслідок стану здоров'я або старіння втратили або можуть втратити здатність до участі у заняттєвій активності у спосіб і мажах, звичних для них;

особи похилого віку;

особи з інвалідністю;

вагітні жінки;

особи, що супроводжують малолітніх дітей;

жінки і чоловіки.

Мета комунікації для впливу на третю цільову аудиторію:

зрозуміла та доступна презентація позитивних змін у сферах надання послуг та облаштування просторів на державному та місцевому рівні;

залучення представників аудиторії у суспільно-політичне, соціально-економічне та культурне життя територіальних громад;

посилення та конкретизація внутрішнього запиту аудиторії через інформування про їх права та можливості.

Четверта цільова аудиторія — люди, які не стикалися з бар'єрами на власному досвіді або не визначають певні життєві умови як бар'єри:

люди, які не стикалися з бар'єрами, але мають когось з подібним досвідом в оточенні (сім'я, колеги, друзі тощо);

люди, які не стикалися з бар'єрами та не мають в оточенні осіб з подібним досвідом;

люди, які не визначають певні життєві умови як бар'єри.

Мета комунікації для впливу на четверту цільову аудиторію:

пояснення негативних наслідків соціальної нерівності і суспільного виключення окремих груп, і в протизага демонстрація цінності і досягнень від соціальної згуртованості і безбар'єрного суспільства;

актуалізація запиту на певний рівень послуг та облаштування простору шляхом донесення інформації про нові стандарти безбар'єрності;

дестигматизація певних життєвих обставин та станів здоров'я шляхом демонстрації суспільних змін, нових можливостей у контексті впровадження політики безбар'єрності;

поширення знань щодо необхідності цінностей безбар'єрного суспільства як ознаки розвиненого суспільства.

Операційні цілі Комунікаційної стратегії

Для досягнення основної мети Комунікаційної стратегії передбачається виконання таких операційні цілей.

Операційна ціль 1. Підвищення поінформованості суспільства про кроки до формування безбар'єрного простору органами державної влади та органами місцевого самоврядування як на етапах планування, так і на етапах реалізації державної політики щодо безбар'єрності.

Операційна ціль 2. Формування безбар'єрного суспільства, в якому кожна людину приймають, поважають, цінують і кожна людина має можливості для самореалізації незалежно від стану здоров'я, соціального статусу, віку чи статі.

Операційна ціль 3. Покращення розуміння прав і відповідальності кожної людини за власне життя та роль принципу безбар'єрності у ньому, а також мотивування до самореалізації власних прав і свобод людей різних суспільних груп шляхом системної комунікації рішень щодо подолання бар'єрів.

Операційна ціль 4. Формування активного громадянського суспільства, яке розуміє важливість досягнення безбар'єрності для спільного благополуччя та має необхідні спроможності для створення безбар'єрного простору.

Операційна ціль 5. Утвердження позиціонування (іміджу) України як соціальної, правової держави, де людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються найвищою соціальною цінністю, усуваються бар'єри, зокрема шляхом створення доступних та інклюзивних умов для кожної людини.

Операційна ціль 6. Створення комунікаційної інфраструктури Національної стратегії, забезпечення ефективної комунікації її виконавців між собою та із суспільством.

Завдання, спрямовані на досягнення поставлених цілей, очікувані результати

Для досягнення поставлених Комунікаційною стратегією цілей необхідно забезпечити виконання ряду завдань.

1. Проведення моніторингу громадської думки, інформаційного простору, а також досліджень різних цільових груп та обговорень з громадськістю для розуміння потреб, запиту та суспільних настроїв щодо теми безбар'єрності.

Результат:

дослідження суспільної думки та визначення основних суспільно-політичних тенденцій стосовно першочергових заходів безбар'єрності;

визначення проблем та відповідних завдань Національної стратегії;

визначення показників для моніторингу ефективності комунікації політики безбар'єрності;

формування спільноти проактивних громадян, які готові залучатися до процесу створення безбар'єрного суспільства через комунікації.

2. Визначення пріоритетних проектів та амбасадорів безбар'єрності органів виконавчої влади, які відповідають за реалізацію Національної стратегії.

Результат:

формування переліку пріоритетних проектів та відповідальних за реалізацію і комунікацію визначених пріоритетних проектів осіб;

створення переліку амбасадорів безбар'єрності навколо ключових тем та цінностей пріоритетних проектів.

3. Розроблення комунікаційних планів до пріоритетних проектів відповідно до вимог Комунікаційної стратегії.

Комунікаційні плани створюються для кожного пріоритетного проекту міністерства або іншого центрального органу виконавчої влади, які відповідають за реалізацію Національної стратегії. Комунікаційні плани повинні включати комунікаційні заходи та/або окремі комунікаційні кампанії для висвітлення проблематики як на національному рівні, так і на регіональному та місцевому рівні. Створювати комунікаційні плани необхідно для підрозділів з питань комунікації та взаємодії з громадськістю інших органів виконавчої влади відповідно до плану заходів власного пріоритетного проекту. Розроблення комунікаційних планів повинно супроводжуватися за підтримки експертів з комунікацій безбар'єрності.

Результат:

комунікаційні плани пріоритетних проектів органів виконавчої влади відповідають вимогам Комунікаційної стратегії;

забезпечено інформування населення та заінтересованих сторін про існуючі пріоритетні проекти та їх результати на різних рівнях управління — національному, регіональному, місцевому;

обізнаність громадян щодо безбар'єрності, її напрямів та заходів, які здійснюються у межах пріоритетних проектів.

4. Узгодження і комунікація супроводу реалізації пріоритетних проектів плану заходів з реалізації Національної стратегії підрозділами міністерств та інших органів виконавчої влади.

Результат:

створення системи обміну інформацією міністерствами та центральними органами виконавчої влади, експертами, амбасадорами та іншими партнерами, які підтримують реалізацію комунікації пріоритетних проектів;

синхронізація робочих процесів та ролей виконавців під час розроблення та реалізації пріоритетних проектів;

заходи для поглиблення знань у сфері безбар'єрності серед представників міністерств та центральних органів виконавчої влади, які формують та здійснюють заходи з безбар'єрності.

5. Моніторинг ефективності виконання комунікаційних планів супроводу пріоритетних проектів.

Результат:

відстеження результатів комунікаційних планів згідно з попередньо визначеними індикаторами під час розроблення таких комунікаційних планів;

річний аналітичний звіт про ефективність комунікацій безбар'єрності.

Принципи реалізації Комунікаційної стратегії

Для досягнення цілей Національної стратегії та Комунікаційної стратегії необхідно дотримуватися таких ключових принципів:

стратегічність — комунікаційна діяльність та окремі інформаційні чи освітні кампанії, проекти та ініціативи повинні відповідати Комунікаційній стратегії і бути спрямованими на реалізацію визначеної цілі та виконання завдань, зокрема сприяти значному поступу на шляху до формування безбар'єрного суспільства та посилення довіри до ініціатив державної влади та місцевого самоврядування у зазначеній сфері. Комунікаційна діяльність повинна бути спрямована на всі цільові аудиторії, охоплювати усі регіони;

збалансованість — необхідність дотримуватися проактивного, об'єктивного і збалансованого висвітлення досягнень у створенні безбар'єрного простору в Україні, а також викликів та складнощів. Збалансованість у комунікаціях сприятиме подальшому формуванню культури належної відкритості діяльності органів державної влади, конструктивної співпраці з громадськістю;

інклюзивність — доступність, залучення та інтеграція до реалізації Комунікаційної стратегії ключових цільових аудиторій, зокрема під час обігу інформації між державними органами, органами місцевого самоврядування і громадськістю на національному і регіональному рівні. Інформація про діяльність окремих державних органів повинна бути доступною для громадськості з точки зору розміщення на відповідних ресурсах;

діалог і взаємоповага — реалізація Комунікаційної стратегії передбачає не лише інформування, а і заохочення цільових аудиторій до діалогу, зворотного зв'язку і, як результат, суспільні зміни в поведінці у ставленні до безбар'єрності рівня довіри суспільства до ініціатив державної влади та місцевого самоврядування;

вимірюваність — ефективність реалізації Комунікаційної стратегії та виконання комунікативних планів заходів в рамках її реалізації визначається за допомогою кількісних та якісних характеристик, а саме: кількість та якість опублікованих матеріалів; сприйняття цільовими

аудиторіями поширених повідомлень; ступінь охоплення аудиторій; кількість запланованих та реалізованих проєктів (кампаній) і їх вплив на суспільство;

політика “єдиного голосу” — узгодженість та координованість комунікацій державних органів, залучених до реалізації Комунікаційної стратегії;

інтегрований підхід до комунікацій — використання медіа, соціальних мереж, комунікаційних платформ та інших сучасних комунікаційних інструментів;

доступності — незалежно від функціональних порушень чи комунікативних можливостей особи мають доступ до інформації в різних формах з використанням новітніх технологій та підходів;

гендерної рівності — забезпечення рівної участі жінок і чоловіків до процесів реалізації Комунікаційної стратегії в усіх сферах життя суспільства.

При цьому наративи та ключові повідомлення повинні відповідати цілям Національної стратегії та Комунікаційної стратегії, а комунікація безбар’єрності повинна висвітлювати ключові цінності безбар’єрного суспільства незалежно від специфіки проєкту. Важливо чітко доносити причинно-наслідкові зв’язки у процесі формування результатів та розповідати, як це вплине на життя цільової аудиторії.

Головний принцип створення комунікаційних продуктів та меседжів — людиноцентричні комунікації, завданням яких є формування залученості, взаємоповаги та відчуття безпеки у суспільстві.

Під час створення комунікаційних продуктів обов’язкове використання типових рішень щодо використання кольорів та дизайну оформлення комунікації в рамках реалізації та дотримання принципів комунікації, які зазначені у Національній стратегії, та, зокрема, використання коректної термінології, найменування проєктів, подання інформації різними форматами і доступність контенту для людей з порушеннями зору, слуху, руху чи когнітивними порушеннями.

Варто зважати, що терміни “безбар’єрність”, “безбар’єрне суспільство” стосуються внутрішньої реформи в Україні та використовуються і є зрозумілими здебільшого серед української аудиторії. Під час комунікації із зовнішніми партнерами щодо ініціативи безбар’єрності варто вживати терміни “безбар’єрне суспільство/barrier-free society” у такому значенні: доступність/accesibility, різноманіття/diversity, інклюзивність/inclusivity або/та детальніше розкрити перелік питань та цінності безбар’єрного суспільства в Україні.

Для забезпечення впізнаваності безбар’єрності як політики та маркування заходів у межах Національної стратегії всі її виконавці повинні

використовувати типові рішення щодо використання кольорів та дизайну оформлення комунікації в рамках реалізації Національної стратегії.

Разом з тим під час створення комунікаційних планів/продуктів/меседжів необхідно дотримуватися таких операційних принципів:

1. Чіткість та зрозумілість.

Комунікуйте результати — якісні та кількісні показники реалізації проектів та змін у галузі:

розповідайте історії людей, які скористалися послугою чи новим обладнанням, пройшли навчання або відкрили власну справу тощо;

вказуйте кількість осіб, які скористалися послугою чи новим обладнанням, пройшли навчання або відкрили власну справу тощо;

стисло озвучте перелік оновлень, які були впроваджені в межах проекту і які позитивні зміни саме громадянам це принесе;

поясніть свої наміри: етапи реалізації та конкретні кроки з поясненням, як користувачі можуть скористатися результатами проектів;

надайте експертну оцінку щодо запропонованих чи реалізованих позитивних змін та рішень (експертами в галузі, міжнародними профільними організаціями, спеціалізованими громадськими організаціями тощо).

2. Доступність інформації:

використовуйте стандарти інформаційної доступності, зокрема рекомендації щодо викладення інформації суб'єктами владних повноважень у форматах, що забезпечують доступність її сприйняття, схвалені розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 листопада 2023 р. № 1046 (Офіційний вісник України, 2023 р., № 105, ст. 6295);

враховуйте різні формати, шляхи та інструменти для поширення інформації, а саме: усі державні комунікації повинні бути субтитровані українською мовою та перекладені на українську жестову мову;

використовуйте схеми, ілюстрації, графіки для кращого пояснення змісту новини, насамперед це стосується матеріалів, які описують процеси: повинен бути чіткий маршрут користувача.

3. Баланс між успішними обставинами та наявними проблемами:

пояснюйте аудиторії, які проблеми у користуванні послугами турбували користувачів і були бар'єром, і що саме було розв'язано;

висвітлюйте детально переваги рішення, а саме уникайте категоричних формулювань, які звучать як розв'язання великої проблеми;

презентуйте результати через конкретні історії: зміни життя окремих громадян/сімей, покращені об'єкти інфраструктури (школи, лікарні, об'єкти інфраструктури) тощо;

включайте в новину плани/наступні кроки з покращення ефективності своєї роботи, а саме: важливо донести аудиторії, що ви розумієте масштаб виклику і продовжуєте працювати над розв'язанням проблеми.

4. Перевірені дані та зрозумілі форми висвітлення новини:

рекомендації та дані тільки перевірених експертів, організацій та інформаційних ресурсів;

етичні комунікації: під час висвітлення персональних історій чи фото людей отримайте їх згоду на публікацію та узгодьте текст з людиною, яка згадується у новині;

покажіть зв'язок цієї роботи з конкретним центральним чи місцевим органом виконавчої влади через цитату міністра/заступника міністра, керівника органу виконавчої влади, цитату міського/сільського/селищного голови.

Канали та інструменти комунікацій

Для реалізації цілей Комунікаційної стратегії планується задіяти власні канали комунікації виконавців Комунікаційної стратегії та зовнішні канали комунікації.

До власних каналів комунікації виконавців Національної стратегії та можливих інструментів комунікації належать:

офіційні веб-сайти, на яких розміщуються прес-релізи, новини, інфографіка, роз'яснення, банери, фото- та відеоматеріали тощо;

офіційні сторінки для розміщення дописів, інфографіки, опитувань, вікторин, фото- та відеоматеріалів в соціальних мережах та месенджерах, зокрема Facebook, платформа X, Telegram, YouTube, Instagram тощо;

розсилки на адреси електронної пошти, дайджести, друковані матеріали;

сторінки, колонки, блоги та відеоблоги спікерів органів — виконавців Комунікаційної стратегії на різних платформах;

публічні заходи, організовані виконавцями Комунікаційної стратегії (прес-конференції, освітні заходи, брифінги, виступи, презентації, демонстрація відеороликів тощо).

До зовнішніх каналів комунікації та можливих інструментів комунікації належать:

аудіовізуальне медіа (фільми, серіали, ролики, програми, новинні сюжети, відеосюжети та інші формати);

веб-ресурси (статті, інтерв'ю, колонки, фото- та відеоматеріали, опитування, банери тощо);

друковані медіа (статті, інтерв'ю, колонки, фото- та відеоматеріали тощо);

публічні заходи (фестивалі, форуми, конференції, мистецькі та культурні заходи, тренінги, семінари тощо);

зовнішні носії (білборди, сітілайти, вуличні екрани тощо);

розміщення відеороликів, плакатів та іншої інформаційної продукції у громадському транспорті — на вокзалах та в поїздах, у метрополітені та іншому громадському транспорті;

розміщення відеороликів, плакатів, буклетів, наліпок та іншої інформаційної продукції у державних та комунальних закладах (центри надання адміністративних послуг, заклади культури, освіти та охорони здоров'я тощо);

інформаційні ресурси партнерських організацій (інститутів громадянського суспільства, донорів, лідерів громадської думки).

Водночас комбінація різних каналів комунікації дасть змогу ефективно поширювати інформацію про рух до безбар'єрного суспільства, залучати підтримку та забезпечувати взаємодію між різними заінтересованими сторонами для успішного досягнення цілей Національної стратегії та Комунікаційної стратегії.

Однією із стратегічних цілей Національної стратегії є доступність для усіх громадян до цифрових послуг, а також державних веб-сайтів та додатків. В рамках досягнення такої цілі прийнято постанову Кабінету Міністрів України від 21 липня 2023 р. № 757 “Деякі питання доступності інформаційно-комунікаційних систем та документів в електронній формі” (Офіційний вісник України, 2023 р., № 73, ст. 4175), що передбачає обов'язкове застосування державними органами ДСТУ EN 301 549:2022 (EN 301 549 V3.2.1 (2021-03), IDT) “Інформаційні технології. Вимоги щодо доступності продуктів та послуг ІКТ” під час створення, модернізації, розвитку, адміністрування і забезпечення функціонування власних інформаційних, електронних комунікаційних та інформаційно-комунікаційних систем, зокрема веб-ресурсів.

Реалізація таких рішень органами, відповідальними за виконання Національної стратегії, покращить доступність зазначених веб-сайтів для користувачів з порушеннями зору, слуху, опорно-рухового апарату, мовлення та інтелектуального розвитку, забезпечить досягнення цілей створення безбар'єрного простору, а також поліпшить умови для розвитку демократії, реалізації громадянами конституційних прав на участь в управлінні державними справами і на вільний доступ до інформації про діяльність органів виконавчої влади.

Також необхідно зважати, що конференції, семінари, тренінги, форуми тощо, де обговорюються питання безбар'єрності та впровадження Національної стратегії, події, які організовуються державними органами та органами місцевого самоврядування, повинні бути доступними як фізично (безбар'єрні локації), так і інформаційно, а публічні виступи спікерів на заходах різного типу необхідні для адвокації питань безбар'єрності та пояснення важливості втілення Національної стратегії; важливо залучати представників громадськості та експертної спільноти, що спеціалізуються на питаннях із безбар'єрності.

Крім того, необхідно забезпечити взаємодію та організацію здійснення заходів прямої комунікації, зокрема:

- організація медіатурів для журналістів для ознайомлення з успішними проектами та ініціативами у сфері безбар'єрності;

- співпраця з медіа (онлайн-видання, газети, аудіовізуальне медіа) для публікації матеріалів та інтерв'ю з експертами з безбар'єрності;

- спеціальні події — висвітлення безбар'єрних рішень відповідно до плану заходів Національної стратегії;

- організація зустрічей та обговорень з представниками різних суспільних груп для висловлення їх поглядів та потреб у контексті впровадження Національної стратегії;

- листування та зустрічі з ключовими цільовими аудиторіями, а саме з представниками органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, міжнародних партнерів, бізнесу та громадських організацій.

При цьому необхідно використовувати можливості Ради безбар'єрності як додаткової платформи для комунікацій та координації і моніторингу результатів реалізації політики безбар'єрності, платформи, на якій об'єднані ключові стейкхолдери, а також презентуються рішення та нові ініціативи, узгоджується комунікація. Залежно від мети та тематики засідання до складу можуть запрошуватися експерти, лідери думок, представники громадських організацій та медіа-платформ, представники органів місцевого самоврядування.

Також з метою оперативного розгляду питань та напрацювання пропозицій щодо їх вирішення в рамках реалізації Національної стратегії МКСК утворено Експертну раду МКСК з комунікацій безбар'єрності. До складу зазначеної Експертної ради увійшли представники МКСК, Офісу Президента України, міжнародних та громадських організацій, фахівці з публічних комунікацій із сфери медіа та бізнесу. Серед завдань Експертної ради — надання рекомендацій та пропозицій із стратегічного планування комунікацій з питань створення безперешкодного середовища, підтримка фахівців із стратегічних комунікацій щодо планів виконання заходів, створення якісних інфоприводів у межах реалізації Національної стратегії,

планування та моніторинг державних комунікаційних заходів на тему безбар'єрності для збільшення їх ефективності.

Синхронізовані комунікації між заінтересованими сторонами необхідні для створення якісних та змістовних публічних продуктів. Для налагодження системи внутрішніх комунікацій необхідним є вжиття ряду заходів між представниками органів виконавчої влади (членами Ради безбар'єрності), органами місцевого самоврядування та іншими заінтересованими сторонами:

зростання рівня знань: працівники органів виконавчої влади будуть поінформовані про безбар'єрність та ролі конкретних органів у впровадженні Національної стратегії;

підтримка цінностей безбар'єрного суспільства: внутрішні комунікації повинні сприяти формуванню розуміння, прийняття і підтримуючого ставлення посадових осіб до запровадження безбар'єрності;

коректне комунікування: працівники органів виконавчої влади зобов'язані володіти термінологією щодо поняття безбар'єрності як під час комунікації всередині команди, так і назовні.

Окремим пріоритетом є необхідність налагодження системи внутрішньої комунікації, що передбачає системність взаємодії та обміну інформацією між ключовими заінтересованими сторонами, які формують та здійснюють заходи політики безбар'єрності, а метою внутрішніх комунікацій є, зокрема:

підтримка спільного розуміння місії, цілей та цінностей безбар'єрного суспільства;

єдина мотивація сторін, які залучені до виконання заходів;

забезпечення обміну інформацією і знаннями в межах підрозділів та центрів експертизи.

Канали для внутрішніх комунікацій можуть включати:

зустрічі з працівниками: регулярні збори, тренінги та семінари для обговорення теми безбар'єрності;

внутрішня системна розсилка: використання внутрішніх систем сповіщень для поширення інформації;

інформування через внутрішню систему документообігу: внутрішні документи та комунікації можуть містити інформацію про безбар'єрність.

Серед інструментів внутрішніх комунікацій використовуються, зокрема, такі:

роз'яснювальні матеріали для працівників: створення інформаційних буклетів, брошур, презентацій для зрозумілого пояснення концепцій і цінностей безбар'єрного суспільства;

програми навчання для працівників: розроблення комплексних освітніх програм та короткострокових тренінгів для підвищення рівня знань та підтримки безбар'єрності. Інтеграція у програму тестів для вимірювання рівня обізнаності учасників.

Антикризові комунікації

Антикризові комунікації в рамках досягнення цілей Національної стратегії повинні бути спрямовані насамперед на превенцію кризових ситуацій, а у разі настання такої ситуації — оперативного реагування для уникнення високих репутаційних втрат та створення нейтрального і позитивного медіаполя.

У таблиці нижче представлені ключові комунікаційні ризики під час реалізації Національної стратегії та заходи для їх запобігання та/або пом'якшення наслідків.

| Ризик | Комунікаційні заходи для запобігання/ дії у разі настання |
|--|---|
| Недостатня увага громадськості до теми безбар'єрності | проведення масштабних просвітницьких кампаній та заходів, спрямованих на підвищення рівня обізнаності громадян щодо важливості та переваг безбар'єрного простору. Активне поширення позитивних історій та успішних прикладів впровадження безбар'єрності |
| Відсутність підтримки ключових заінтересованих сторін | організація засідань за круглим столом та обговорень за участю ключових стейкхолдерів для обговорення та врегулювання потенційних конфліктів та забезпечення підтримки з їх боку шляхом активного співробітництва та обміну інформацією |
| Руйнівна інформаційна кампанія проти Національної стратегії | розроблення контент-плану для прояснення ситуації та ліквідації міфів шляхом публікації фактів, даних та прикладів успішної реалізації Національної стратегії. Активне залучення експертів і науковців для наукового обґрунтування ефективності Національної стратегії |
| Опір змінам та відсутність взаєморозуміння з людьми з інвалідністю (наприклад, їх небажання працювати) | проведення засідань за круглим столом та дискусій для обговорення проблем, страхів та пошуку спільних рішень. Забезпечення емпатичного підходу під час комунікації. Використання успішних індивідуальних історій, які свідчать, як запропоновані ініціативи змінюють життя на краще |

Проведення моніторингу, оцінка виконання
Комунікаційної стратегії та звітування

Однією з умов успішної реалізації Комунікаційної стратегії є проведення системного моніторингу та оцінки з урахуванням об'єктивних показників прогресу. Моніторинг повинен включати не тільки кількісний аналіз публікацій (регулярність публікацій та публічних згадок політики тощо), але і якісну оцінку контенту, що передбачає аналіз відповідності інформаційних продуктів виконаним заходам, доступність форматів для сприйняття різними людьми, взаємодія з аудиторією.

Усі плани виконання заходів чи реалізації проектів безбар'єрності повинні включати комунікативні плани заходів відповідно до результатів на різних етапах.

Звітування органів, залучених до реалізації Комунікаційної стратегії, здійснюється таким чином. Міністерства та інші центральні органи виконавчої влади, обласні, Київська міська держадміністрації (військові адміністрації) забезпечують розроблення та подання кожного півріччя МКСК комунікаційних планів заходів в рамках реалізації Комунікаційної стратегії; подання щокварталу МКСК інформації про стан виконання комунікаційних планів заходів.

Показники досягнення стратегічних цілей, спрямованих для досягнення мети Комунікаційної стратегії:

| Показник | Джерела даних |
|--|--|
| Рівень обізнаності населення Відсоток громадян, які: знають; розуміють; підтримують; застосовують цінності безбар'єрності; долучаються до ініціатив просування безбар'єрності | громадські опитування, соціологічні дослідження |
| Збільшення кількості людей, що скористалися публічними послугами, які посилюють економічну спроможність і незалежність від підтримки громадян: освітніх працевлаштування створення власної справи реабілітаційних | громадські опитування, соціологічні дослідження |

| Показник | Джерела даних |
|--|--|
| адаптаційних соціальних правничих банківських | |
| Зміна у ставленні експертного середовища до питань безбар'єрності: відсоток експертів, які активно розуміють і підтримують впровадження безбар'єрності на всіх рівнях | таргетовані дослідження, аналіз експертних обговорень та спеціалізованих публікацій |
| Вплив на нормативні документи і законодавство: кількість прийнятих законодавчих актів, що враховують принцип безбар'єрності | моніторинг прийнятих — нормативних документів — законодавчих ініціатив, завдяки підтримці комунікаціям |
| Залученість органів місцевого самоврядування і громадського сектору: активність громадянського суспільства та органів місцевого самоврядування в підтримці та просуванні ініціатив з безбар'єрності | аналіз соціальних мереж, звіти громадських організацій та державних інституцій, органів місцевого самоврядування, відгуки громадян, публікації в медіа |
| Ефективність змін в інфраструктурі Кількість змін, що сприяють розвитку безбар'єрності (з урахуванням попередніх показників): | звіти відповідних уповноважених органів про моніторинг |
| фізичний простір і транспорт цифрові послуги всі послуги інформація | |
| Зайнятість та економічна незалежність: збільшення рівня зайнятості та економічної незалежності осіб з інвалідністю, захисників та захисниць України, молоді розглядати з розподілом за статтю та віковими групами | статистика зайнятості, економічні звіти |
| Висвітлення у медіа та соціальних мережах: кількість та охоплення матеріалів у медіа на теми безбар'єрності, а також тон і характер | медіа-моніторинг, статистика платформ, соціальних мереж; |

| Показник | Джерела даних |
|--|---|
| <p>публікацій порівняно з потребами, цільовими показниками;</p> <p>кількість безбар'єрних інформаційних продуктів у медійному просторі відповідно до стандартів та потреб цільової аудиторії;</p> <p>показники залученості аудиторії, аналіз зворотного зв'язку відповідно до новини, цільової аудиторії та меседжів</p> | <p>сентимент-аналіз публікацій у медіа та соціальних мережах</p> |
| <p>Імідж України у світі:</p> <p>посилення сприйняття на міжнародній арені України як демократичної країни, що дбає про громадян і просуває принципи безбар'єрного суспільства;</p> <p>інтеграція досвіду України у створенні інклюзивних та доступних послуг і просторів до дискурсу світової експертної спільноти</p> | <p>моніторинг міжнародних оглядів та досліджень щодо українських ініціатив з різноманіття, інклюзивності та доступності</p> <p>аналіз динаміки залучення українських експертів з різноманіття, інклюзивності до міжнародних подій та дискусій</p> |

Результати реалізації Комунікаційної стратегії публікуються на власному офіційному веб-сайті МКСК.

Фінансове забезпечення реалізації Комунікаційної стратегії

Фінансування заходів щодо реалізації Комунікаційної стратегії здійснюється за рахунок та в межах коштів державного бюджету, передбачених на відповідний рік, а також з інших не заборонених законодавством джерел, у тому числі за рахунок міжнародної технічної допомоги.

Обсяг фінансування Комунікаційної стратегії визначається з урахуванням конкретних завдань та в межах коштів, передбачених законом про Державний бюджет України на відповідний рік.