



Радниця-уповноважена
Президента України
з питань безбар'єрності



ОФІС
ПРЕЗИДЕНТА
УКРАЇНИ



безбар'єрність



Тиждень безбар'єрності: завдання та очікувані результати

Тиждень Безбар'єрності в Україні

Безбар'єрність – це коли зручновсім, без винятку

Координатор МКСК

в партнерстві з Радницею-Уповноваженою
Президента України з питань безбар'єрності.
За експертної підтримки ЮНІСЕФ

Головні учасники

Міністерства, ЦОВВ, ОВА та виконавці Стратегії
безбар'єрності



Які завдання Тижня безбар'єрності?



Мотивувати долучатися до діючих проєктів та ініціатив, закликати розвивати безбар'єрність на місцевому рівні



Підвищити рівень обізнаності громадян про безбар'єрність, як вона впливає на розвиток суспільства



Сформувати позитивне ставлення до безбар'єрності як суспільної норми через конкретні історії та приклади



Підкреслити роль кожної людини на шляху до створення безбар'єрного суспільства

Що ми комунікуємо

- 1. Ключові події** в рамках реалізації Плану заходу 2025-2026 років до Нацстратегії з безбар'єрності

Запуск нової послуги, візит міністра/голови ОВА/керівника ЦОБВ, профільна подія по безбар'єрності, непрофільна подія, в яку інтегрована тема безбар'єрності тощо

- 2. Флагманські проєкти:** їх перебіг та результати

Які результати вже досягнуто та які плани до кінця року, де впроваджується проєкт, хто вже долучився (історії користувачів, учасників проєктів)

- 3. Безбар'єрність як державна політика та базовий стандарт:** просвітницький контент

Пояснення щодо змісту напрямів політики безбар'єрності, їх суспільного значення тощо

- 4. Презентація результатів** розвитку безбар'єрності на міжнародному рівні

Переклади англійською (та іншими мовами за потреби) флагманських проєктів, інтеграція безбар'єрності у програми закордонних візитів та міжнародних подій тощо

Цільові аудиторії Тижня

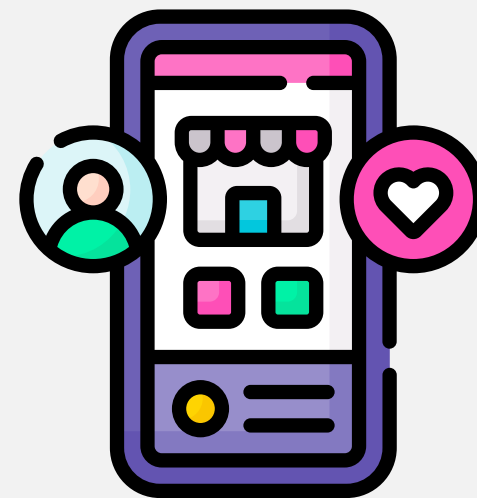
Громадяни України (усі вікові групи, різні регіони)

Мета комунікації

Формування розуміння, що безбар'єрність — це вигідно та зручно для всіх.

Ключові повідомлення:

- Безбар'єрне середовище — це зручний простір і транспорт для кожного.
- Ваше поважне ставлення та привітна поведінка — важлива частина безбар'єрного світу.
- Безбар'єрність створює простір можливостей для кожного з нас.
- Те, що зручно для когось іншого — зручно і для нас.



Цільові аудиторії Тижня

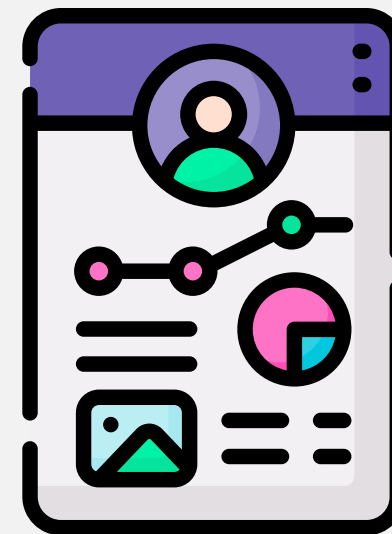
Органи влади(ЦОВВ, ОВА, ОМС)

Мета комунікації

Активне включення в реалізацію Національної стратегії безбар'єрності.

Ключові повідомлення:

- Безбар'єрність — це не лише про інфраструктуру, а про повагу і гідність.
- Ми не просто адаптуємо — ми відкриваємо можливості.
- Ми не чекаємо змін — ми їх ініціюємо.
- Залучення людей до прийняття рішень — ключ до сталих рішень.
- У співпраці з бізнесом та громадянським суспільством ми прагнемо створити зручні простори, транспорт, послуги, інформацію
- Реалізація безбар'єрності — це частина євроінтеграції.
- Пишаймося тим, що змінюємо країну на краще — з громади, з міста, з села, з району.



Концепція

За складним на перший погляд словом «безбар'єрність» стоять прості речі:

це коли ти можеш пересуватись, читати, ходити в школу, спілкуватись, працювати, гуляти й решту простих і потрібних усім речей.

Ключові повідомлення

- Безбар'єрність – це коли можеш **вчитись** (освітня)
- Безбар'єрність – це коли можеш **працювати** (економічна)
- Безбар'єрність – це коли можеш **дізнаватись** (інформаційна)
- Безбар'єрність – це коли можеш **пересуватись** (фізична)
- Безбар'єрність – це коли можеш **орієнтуватись в онлайн-послугах** (цифрова)
- Безбар'єрність – це коли можеш **впливати** (соціальна)
- **Безбар'єрність – це коли можеш.**

Базові вимоги до оформлення

1. Ключові слова

«безбар'єрніст ь», «коли зможеш» «коли можеш» «ви зможе т е», «без бар'єрів» #тиждень_безбар'єрност і

2. Назва проєкту, в рамках якого відбувається комунікація

Наприклад: «Безбар'єрні автошколи»

3. Дисклеймер щодо політики безбар'єрності

- *Для Національного тижня безбар'єрност і:
Національний тиждень безбар'єрност і реалізує т ься у рамках Страт ег ії ст ворення безбар'єрного прост ору в Україні, яка реалізує т ься за ініціативи першої леді Олени Зеленської.*

◦

Базові вимоги до оформлення

4. Кольоровий код

<https://barrierfree.crevv.com/typography>

5. Логотипи міністерства, ЦОВВ, ОВА безбар'єрності та партнерів проєкту

Якщо це загальні комунікації – лого безбар'єрності і. Якщо за напрямками – лого з назвою напрямку



Інструменти для комунікації безбар'єрності

Погоджений
брендбук



Комунікаційна
стратегія



Загальні
вимоги щодо
доступності
інформування



Флагманські
і проекти



Періодичність комунікації



Мінімум 3 новини/дописи/інтерв'ю на офіційному сайті міністерства/ЦОВВ/ОВА + соціальних мережах + телемарафоні та медіа. **ВАЖЛИВО** залучати до комунікацій безпосередньо Міністра/керівника ЦОВВ/начальника ОВА, а також – профільного заступника.

Наприклад:

- *Просвітницький допис Проміжний*
- *етап флагманського проєкт у*
- *Візит керівника на локацію, де надають ь безбар'єрні послуги*

Увага!

Усі інфоприводи мають бути верифіковані та відповідати реальній ситуації. У фокусі уваги не лише кількість дописів, але й їх якість.

Ключові напрямки комунікації

ПОЯСНЕННЯ,

що таке безбар'єрність

*про сенси та
цінності*

КОМУНІКАЦІЯ РУХУ

до безбар'єрного суспільства

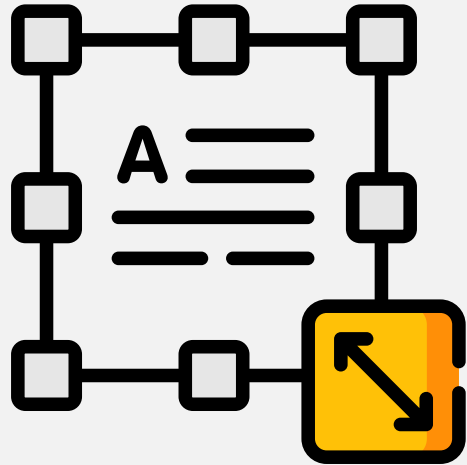
*про етапи реалізації всіх
флагманських проектів, про
результати, крок за кроком*

ПРИНЦИП 1

Чіткість та ілюстративність



- розповідайте реальні історії; підсилюйте результати цифрами та аналітикою;
- показуйте тяглість прийняття рішень, вказуйте етапи та дедлайни;
- пояснюйте мотивацію своїх дій та планів;
- надавайте оцінку власних результатів посилаючись на думку експертів.

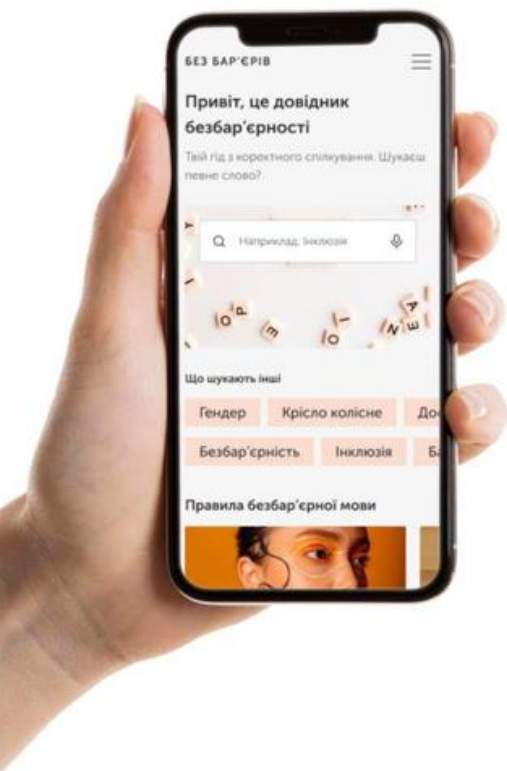


ПРИНЦИП 2

Доступність інформації

- використовуйте стандарти простої мови та легкого читання; враховуйте різні
- формати, шляхи та інструменти для поширення інформації;
- додавайте схеми, ілюстрації та графіки для кращого пояснення змісту новини;
- посилання на гайд з доступності комунікацій.

Чутлива лексика



Довідник
безбар'єрності

Під час спілкування на першому місці має бути людина, а не її діагноз.

Це важливо, щоб не допускати дегуманізації людей з інвалідністю.



Уникайте	Вживайте натомість
неповносправний, інвалід, людина з особливими потребами, немічний	людина з інвалідністю, особа з інвалідністю
страждає від..., хворий на..., жертва (чогось)	має (назва порушення стану здоров'я, хвороби)
прикутий до інвалідного крісла/ліжка, колясочник, візочник	користувач крісла колісного; той, хто користується колісним кріслом
розумово відсталий, із розумовими відхиленнями, загальмований, психічно хворий, божевільний	людина з психічними, інтелектуальними порушеннями
глухоніми	нечуючий, той, хто користується жестовою мовою, людина з порушенням мовлення/слуху
сліпий	незрячий, людина з порушенням зору
назва хвороби для позначення людини: епілептик, діабетик, депресивний тощо	людина з епілепсією/діабетом/депресією; людина, яка має епілепсію/діабет/депресію
карлик, гном, ліліпут	людина низького зросту, невисока
туалет/парковка для інвалідів	доступний туалет/парковка

ПРИНЦИП 3

Баланс між успіхом та проблемами



- пояснюйте причини: чому це важливо зараз? як це впливає на життя?
- уникайте категоричних формулювань, які звучать як розв'язання усіх проблем; включайте в новину наміри/наступні кроки:
- як ви вдосконалили послугу чи програму, як і коли мапа проєкту розшириться тощо.

Важливо донести аудиторії, що ви розумієте масштаб виклику та продовжуєте працювати над розв'язанням проблеми.



ПРИНЦИП 4

Перевірені дані

- посилайтеся на дані лише перевірених експертів, організацій та інформаційних ресурсів;
- комунікуйте етично при висвітленні персональних історій чи фото людей;
- підсилюйте комунікації цитатами та прямою мовою ключових спікерів.



ПРИНЦИП 5

Присутність безбар'єрності

- Використовуйте термін «безбар'єрність» та відповідне брендування (логотип, дисклеймер, кольоровий код тощо);
- додавайте посилання на ключових амбасадорів політики.

Поговоримо?