

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Протоколом № 1
Наглядової Ради
БО «БФ «АДРА УКРАЇНА»
від «05» червня 2025 р.



ПОЛІТИКА
щодо медіа та комунікації
в БО «БФ «АДРА УКРАЇНА»

1. Загальні положення

1. Ця політика визначає підхід БО «БФ «АДРА УКРАЇНА» (далі за текстом — Організація) до комунікацій та взаємодії зі ЗМІ. Вона слугує орієнтиром для партнерів, підрядників та стейкхолдерів, з метою забезпечення послідовності, етичного сторітелінгу та відповідності як внутрішнім стандартам організації, так і міжнародним найкращим практикам.

2. Брендування та обмін повідомленнями

2.1. Комунікації Організації повинні відображати її місію **«Справедливість. Співчуття. Любов.»**, та відповідати її основним цінностям — **гідності, розширенню прав і можливостей та надії**. Увесь медіа контент і повідомлення мають бути послідовними на різних платформах, створюючи єдину, впізнавану і достовірну ідентичність бренду.

2.2. Основні принципи:

- ✓ **Послідовність:** Використовуйте офіційні бренд-гіди Організація: затверджені логотипи, кольори, шрифти.
- ✓ **Ключові повідомлення:** Вони мають передавати місію Організації та позитивний вплив її проєктів, адаптуючись до регіонального контексту без втрати основних цінностей.
- ✓ **Аудит:** Регулярно оновлюйте ключові меседжі відповідно до нових ініціатив, кампаній і стратегій.

3. Етичний та гідний сторітелінг

3.1. Організація дотримується етичних стандартів розповіді історій, які зберігають гідність тих, кому ми допомагаємо. Комунікації мають бути точними та шанобливими, без сенсаціоналізму.

3.2. Найкращі практики:

- ✓ **Поінформована згода:** Отримуйте письмову інформовану згоду на використання зображень та історій людей.
- ✓ **Без експлуатації:** Не використовуйте важке становище людей, щоби викликати жалість чи отримати пожертви.
- ✓ **Шанобливе представлення:** Використовуйте гендерно нейтральну мову, уникайте стереотипів.
- ✓ **Захист даних:** Дотримуйтеся законодавства про захист персональних даних.

4. Збір медіа та правила фотографування

4.1. Правильний збір медіа допомагає ефективно передати вплив діяльності Організації.

4.2. Рекомендації:

- ✓ **Списки кадрів:** Плануйте зйомку (B-roll, інтерв'ю, дії, взаємодія команд).
- ✓ **Якість:** Використовуйте високоякісне обладнання.
- ✓ **Культурна чутливість:** Поважайте місцеві традиції.
- ✓ **Форми згоди:** Обов'язкові для індивідуальних фото (особливо дітей). Групові фото на публіці — за потреби.

5. Соціальні мережі

5.1. Соцмережі — ключовий канал для взаємодії з аудиторією, поширення історій і залучення підтримки.

5.2. Основні правила:

- ✓ **Тон:** Дружній, щирий, доступний.
- ✓ **Планування:** Створюйте контент-плани з різними типами постів.
- ✓ **Залучення спільноти:** Активно відповідайте на коментарі, запускайте опитування, створюйте інтерактив.
- ✓ **Кризи:** Розробіть протоколи реагування на негатив, фейки чи чутливі теми.

6. Цифровий фандрейзинг

6.1. Ефективний онлайн-фандрейзинг підтримує гуманітарну місію Організації.

6.2. Стратегії:

- ✓ **Чіткі заклики до дії (СТА):** Мотивуючі та прямі.
- ✓ **Зручна навігація:** Спрощена форма пожертви, адаптована під мобільні пристрої.
- ✓ **Прозорість:** Пояснення, куди підуть гроші, наведення прикладів.
- ✓ **Подяка:** Впровадження автоматичних листів-подяки, оновлення.
- ✓ **Відповідність:** Дотримання діючого законодавства України, міжнародних договорів та інших стандартів та правил в сфері гуманітарної допомоги (зокрема, CASL, GDPR).

6.3. Додатково:

- ✓ **Терміновість:** Актуальні та гострі теми краще залучають.
- ✓ **Історії:** Надихаючі приклади, відгуки, кейси.
- ✓ **Візуали:** Інфографіка, фото, відео.
- ✓ **Гнучкість:** Одноразові, щомісячні чи цільові пожертви.

7. Партнерство з донорами

7.1. У відносинах із донорами Організація гарантує прозорість, повагу та відповідність місії.

7.2. Основи:

- ✓ **Етичність:** Уникнення партнерів із сумнівною репутацією.
- ✓ **Чіткі договори:** Визначенням цілей, фінансів, прав інтелектуальної власності.
- ✓ **Комунікація:** Регулярне інформування про прогрес, фінанси.
- ✓ **Взаємна користь:** Партнерство є цінним для обох сторін.

8. Найкращі практики комунікацій

8.1. Комунікація повинна бути точною, доступною, інклюзивною.

8.2. Принципи:

- ✓ **Точність:** Перевірена інформація.
- ✓ **Зрозумілість:** Проста, зрозуміла мова.
- ✓ **Інклюзивність:** Повага до різних аудиторій.
- ✓ **Конфіденційність:** Захист особистої та проектної інформації.
- ✓ **Оперативність:** Своєчасні оновлення, особливо в кризових ситуаціях.

9. Використання ШІ в комунікаціях

9.1. Використання штучного інтелекту повинне бути відповідальним.

9.2. Вимоги:

- ✓ **Прозорість:** Чітко зазначайте, де застосовано ШІ.
- ✓ **Етичність:** ШІ — доповнення, а не заміна людської творчості.
- ✓ **Усунення упереджень:** Аудит контенту, дотримання різноманіття.
- ✓ **Захист даних:** Тільки сертифіковані ШІ-інструменти.

10. Перегляд і затвердження

10.1 Перед публікацією весь контент проходить подвійний контроль.

10.1. Етапи:

- ✓ **Початковий перегляд** — менеджер з комунікацій перевіряє відповідність бренду та етики.
- ✓ **Затвердження** — фінальне рішення приймає директор з маркетингу та фандрейзингу або інша уповноважена на виконання даних функцій особа.

11. Навчання і розвиток

11.1. Організація підтримує постійне навчання у сфері комунікацій.

11.2. Напрями:

- ✓ **Медіа-збір:** Етика, згода, культурна чутливість.
- ✓ **Цифрова взаємодія:** Соцмережі, онлайн-фандрейзинг.
- ✓ **Сторітелінг:** Побудова історій, що впливають.
- ✓ **ІІІ:** Відповідальне використання в контенті та аналітиці.