

Захист від сексуальної експлуатації та наруги Комунікаційна кампанія

Довідник



World Food
Programme



Зміст

Резюме.....	3
Онлайн-доступ.....	3
Подяки.....	3
Довідник: Огляд.....	4
Вступ.....	4
Зміст Кампанії.....	7
Передумови.....	9
Механізми повідомлення.....	10
Технічні характеристики.....	11
Обмеження.....	12
Настанови: Матеріали для співробітників та задіяного персоналу.....	16
Вступ.....	16
Цільові аудиторії.....	17
Практичні рекомендації.....	18
Настанови: Матеріали для громад.....	21
Вступ.....	21
Цільова аудиторія.....	23
Практичні настанови.....	25
Додатки.....	34
Додаток 1: Матеріали для взаємодії з персоналом.....	34
Додаток 2: Матеріали для взаємодії з громадами.....	37
Додаток 3: Технічні характеристики та інструкції щодо редагування.....	40
Додаток 4: Технічні вимоги до друку.....	45

Версія від 9 грудня 2025 року

Резюме

Комунікаційна кампанія ЗСЕН **“Говори, повідом, зупини!”** розроблена для того, щоб надання гуманітарної допомоги та реалізація програм з розвитку в Україні здійснювалися в умовах безпеки, підзвітності та в сприятливому до розширення прав і можливостей середовищі. Її мета – допомогти українським громадам, які отримують допомогу, краще розуміти свої права, розпізнавати неналежну поведінку працівників гуманітарних організацій, знати, як повідомляти про неприйнятні дії, та мати можливість приймати поінформоване рішення щодо подання такого повідомлення. Кампанія містить матеріали, розроблені для працівників та задіяного персоналу.

Ці матеріали призначені для підтримки всіх організацій, що працюють в Україні, в ефективному інформуванні своїх команд про Політику захисту від сексуальної експлуатації та наруги (ЗСЕН) та убезпечення, Кодекс поведінки, а також про те, як дотримуватися очікуваних ролей і зобов'язань, включно з обов'язком повідомляти про неправомірну поведінку. Довідник призначений для використання відповідальними особами з питань ЗСЕН, програмними координаторами та іншими фахівцями, які безпосередньо взаємодіють з громадами, та персоналом, що реалізує гуманітарні проєкти та проєкти з розвитку.

Онлайн-доступ

Цей Довідник та всі матеріали можна знайти на сторінці [PSEA Network Ukraine на платформі ReliefWeb](#), на їхній окремій спеціалізованій сторінці, а також отримати до них прямий доступ за [цим посиланням](#).

Подяки

Всесвітня продовольча програма (WFP) переважно профінансувала цей процес і забезпечила основу для візуальної ідентичності кампанії, тоді як UNFPA, Фонд ООН у галузі народонаселення в Україні, забезпечив ефективну координацію та узгоджену роботу під час зустрічей. Міжнародний комітет порятунку (IRC) сформував цілісне бачення громад, підготувавши зміст буклетів, а також розробивши та профінансувавши матеріали для соціальних мереж, подбавши про те, щоб мова всіх матеріалів була доступною, інклюзивною та зрозумілою для нетехнічної аудиторії. Міжнародна організація з міграції (МОМ) та Українська фундація громадського здоров'я надали технічні рекомендації та цінні висновки, сформовані на основі досвіду роботи з громадами, що дозволило вдосконалити підготовлені матеріали.

Подяка за індивідуальний внесок:

- WFP: Анастасія Петренко
- UNFPA: Дінче ван Донген, Анна Копала
- IRC: Шарлотта Юбер
- МОМ: Дарія Мусієнко
- Українська фундація громадського здоров'я: Анна Саєнко
- Мережа ЗСЕН в Україні: Софія Кановас Переда

Окрема подяка Технічній робочій групі Мережі ЗСЕН за неоціненний зворотний зв'язок і внесок.

Довідник: Огляд

Вступ

Сексуальна експлуатація та наруга (СЕН) є грубими порушеннями прав і гідності людини та належать до найсерйозніших форм неправомірної поведінки у діяльності Організації Об'єднаних Націй та неурядових організацій (НУО). Як установи ООН, так і НУО дотримуються політики нульової толерантності до таких дій, що означає їх безумовну заборону за будь-яких обставин та застосування суворих превентивних, дисциплінарних і коригувальних заходів у разі порушень. Ця позиція підкріплюється комплексним підходом убезпечення, який ставить у пріоритет захист людей від шкоди, сприяє безпечній та етичній поведінці, забезпечує підзвітність, а також інтегрує превентивні системи, політики й практики на всіх рівнях організаційної діяльності.

Хоча установи Організації Об'єднаних Націй зазвичай використовують термін «Захист від сексуальної експлуатації та наруги» (ЗСЕН), інші організації застосовують підхід «убезпечення» для реагування на неправомірну поведінку та розширення заходів запобігання шкоді, завданій гуманітарними працівниками, за межі сексуальної експлуатації та наруги, і включають інші форми неправомірної поведінки, убезпечення дітей та сексуальні домагання. У межах цієї Комунікаційної кампанії матеріали мають ширший і максимально інклюзивний підхід, поєднуючи елементи убезпечення, підзвітності перед постраждалими людьми і ЗСЕН.

Визначення

Захист від сексуальної експлуатації та наруги (ЗСЕН): ЗСЕН означає заходи і дії, вжиті для запобігання та протидії сексуальній експлуатації та нарузі, особливо в гуманітарному контексті та контексті розвитку. Він спрямований на захист вразливих осіб від шкоди, заподіяної тими, хто має владні повноваження, зокрема гуманітарними працівниками, а також на те, щоб до всіх людей ставилися з гідністю та повагою. Йдеться про те, щоб кожна особа, яка залучена до надання гуманітарної допомоги, діяла відповідально та етично, а жертви/постраждалі отримували підтримку у відстоюванні своїх прав у разі неправомірної поведінки з боку гуманітарних працівників.

Убезпечення: політики, практики та заходи, які вживаються гуманітарними організаціями для забезпечення захисту уразливих осіб від будь-якої форми шкоди, жорстокого поводження чи експлуатації (тобто фізичної, сексуальної, емоційної), яка вчиняється гуманітарними працівниками. Це особливий підхід у сфері гуманітарної допомоги, який спрямований на забезпечення дотримання та захисту прав і поваги до гідності всіх залучених осіб протягом усього процесу надання гуманітарної допомоги.

Більше визначень ключових понять у сфері ЗСЕН та убезпечення доступні на сторінці [PSEA Network Glossary](#) англійською та українською мовами.

Обґрунтування міжвідомчої Комунікаційної кампанії ЗСЕН

Протягом останніх кількох років було реалізовано низку ініціатив, спрямованих на підвищення обізнаності персоналу та громад щодо ЗСЕН та убезпечення. У рамках Мережі ЗСЕН здійснювалася міжвідомча співпраця з розробки редагованих постерів для використання персоналом і громадами, було проведено кілька раундів тренінгів для тренерів, призначених для членів Мережі ЗСЕН, а також розроблено спільні ключові меседжі, орієнтовані як на персонал, так і на громади.



Водночас дослідження громадської думки та сприйняття, а також інтерв'ю з ключовими інформантами, проведені під час моніторингових візитів, вказують на те, що значна частина отримувачів допомоги часто не знайома з механізмами зворотного зв'язку і не здатна ідентифікувати випадки сексуальної експлуатації та наруги (СЕН), а також інші форми неправомірної поведінки як такі. Навіть за наявності інформації про існування механізмів зворотного зв'язку в гуманітарних організаціях, люди нерідко не розуміють, як і куди повідомляти про свої занепокоєння. Крім того, польові спостереження показали, що залучені до реагування організації використовують різні інформаційні матеріали (постери та банери). Попри подібність змісту повідомлень, вони відрізняються між собою та супроводжуються різними візуальними стилями, логотипами та механізмами повідомлення, що може призводити до інформаційного перевантаження та плутанини серед постраждалих громад.

У 2024 році [дослідження Ground Truth Solutions \(GTS\)](#) щодо сприйняття громадою проблеми сексуальної експлуатації та наруги (СЕН) показало, що лише 7 відсотків опитаних осіб повідомили про отримання інформації про ЗСЕН, тоді як дані, зібрані партнерами Мережі ЗСЕН, свідчать щодо отримання інформації про ЗСЕН 20 мільйонами осіб. Це може свідчити про те, що мова або формат підвищення обізнаності не були належним чином адаптовані для залучення постраждалого населення до проблеми ЗСЕН. Дослідження також виявило, що багато людей у громадах не схильні сприймати ЗСЕН як окрему тему для обговорення, оскільки сексуальні питання залишаються табуованими в українському суспільстві, і більшість опитаних осіб не вірять, що випадки СЕН можуть стосуватися їх особисто або інших членів їхньої громади. В умовах обмеженої обізнаності громад дослідження GTS також рекомендувало створення та архівування навчальних матеріалів у сфері ЗСЕН з подальшим їх розміщенням на публічній платформі для використання національними та міжнародними організаціями під час вступних та оновлювальних тренінгів для команд.

Щоб відповісти на ці виклики та реалізувати рекомендацію щодо «створення уніфікованих меседжів з питань ЗСЕН серед усіх гуманітарних учасників», неформальна група установ ООН та неурядових організацій¹ долучилася до *спеціальної* робочої групи, яка розробила Комунікаційну кампанію ЗСЕН та інформаційно-освітні матеріали, які можуть використовувати всі організації гуманітарної допомоги та розвитку, що працюють в Україні. Цю неформальну робочу групу було створено у березні 2025 року. Вона працювала у форматі регулярних зустрічей та спільної розробки напрацьованих продуктів, звітуючи Мережі ЗСЕН та консультуючись з її Технічною робочою групою з метою отримання експертного внеску й підтвердження ключових етапів, що становили основу Комунікаційної кампанії ЗСЕН. Зокрема,

¹ WFP, UNFPA, IRC, MOM, HealthRight International та Українська фундація громадського здоров'я

Технічна робоча група ЗСЕН відіграла ключову роль у виборі та затвердженні головного слогану й ключових меседжів, зосереджених на трьох основних категоріях: (1) «Допомога завжди є безоплатною – вимагання будь-яких послуг є неправомірною поведінкою»; (2) «Повідомлення про неправомірну поведінку є надзвичайно важливим»; та (3) «Постраждале населення має права, яких повинні дотримуватися». Проекти розроблених інформаційно-освітніх матеріалів також регулярно презентувалися Мережі ЗСЕН для отримання коментарів і внесення змін.



Основною метою Кампанії є подолання прогалин в обізнаності та розумінні громадами понять сексуальної експлуатації та наруги (СЕН), інших форм неправомірної поведінки, а також наявних механізмів захисту та реагування для осіб, які зазнали шкоди. Відповідно, більшість матеріалів було розроблено для використання в ініціативах з інформування та навчання громад командами, які безпосередньо взаємодіють з отримувачами допомоги. Під час визначення ключових меседжів, а також мови й тону їх формулювання, особливу увагу було приділено узгодженню з рекомендаціями, наведеними в галузевих дослідженнях, з метою подання питань СЕН у спосіб, що викликає довіру та сприяє взаємодії. Наприклад, прямі згадки про «неправомірні дії сексуального характеру» були визнані недоцільними для використання в головному слогані, оскільки через табуїзованість і стигму вони

можуть стати бар'єром для подальшої взаємодії. Водночас зміст матеріалів ґрунтується на підході, заснованому на правах людини, і наголошує на тому, що кожна людина має право почуватися в безпеці та бути почутою, а також отримувати допомогу без ризику неправомірної поведінки чи вимог вчинення будь-яких дій у відповідь.

Окрім орієнтованих на громаду матеріалів, також було розроблено окремий набір продуктів для використання персоналом. Вони містять цільові повідомлення щодо очікуваних стандартів поведінки, а також чіткі рекомендації «що слід і чого не слід робити» під час взаємодії з громадами. У цих матеріалах доречними визнано більш прямі вказівки на сексуальну експлуатацію та наругу, неправомірні дії сексуального характеру та сексуальні домагання з метою забезпечення чіткого, цілісного та усвідомленого розуміння відповідальності гуманітарних організацій за запобігання неправомірним діям сексуального характеру та реагування на них.

Безпечне використання матеріалів

Усі інформаційно-освітні матеріали та візуальні елементи цієї Кампанії розроблено для використання разом з цим Довідником і не повинні розповсюджуватися як самостійні інструменти. Самі по собі постери та листівки не забезпечують ефективне підвищення обізнаності. Натомість цей Довідник надає практичні кроки, рекомендації щодо безпеки та поради з ефективної взаємодії. Використання матеріалів у поєднанні з цими рекомендаціями допомагає забезпечити їхнє представлення, обговорення та поширення у спосіб, який є ефективним, узгодженим і шанобливим до всіх громад.

Ця Комунікаційна кампанія ЗСЕН не має на меті замінити наявні матеріали з питань ЗСЕН та убезпечення, які використовують окремі організації. Проте всім членам Мережі ЗСЕН наполегливо рекомендується використовувати ці матеріали, щоб громади отримували точні та узгоджені меседжі під час реагування. Ці матеріали відображають рекомендації, викладені в дослідженні GTS, що були схвалені Мережею ЗСЕН. Їхнє використання допоможе забезпечити стандартизований підхід, водночас дозволяючи кожній організації адаптувати контент відповідно до власних політик та шляхів повідомлення про порушення.

Зміст Кампанії

Інформаційно-освітні матеріали

Комунікаційна кампанія ЗСЕН передбачає використання різноманітних інформаційно-освітніх матеріалів, а також візуальних елементів для підтримки фахівців і фахівчинь з питань ЗСЕН у роботі з різними цільовими аудиторіями та донесенні різних меседжів. Усі продукти розроблено в межах єдиної дизайнерської концепції, а візуальні елементи створені українською ілюстраторкою. Асортимент матеріалів охоплює як мерчандайзингову продукцію, що містить лише візуальні елементи та мінімум тексту, так і значно більш детальні й розширені пояснення, представлені в буклетах і банерах, призначених як для громад, так і для персоналу. Такий комплексний пакет покликаний забезпечити широке поширення інформаційних ініціатив та комунікаційних повідомлень. Різноманіття продуктів дає змогу фахівцям і фахівчиням обирати найбільш доцільні матеріали залежно від мети: від швидких, коротких нагадувань, безпосередньо інтегрованих у процеси розподілу допомоги та реєстрації, до поглиблених сесій з підвищення обізнаності, спрямованих на пояснення того, чого громади можуть очікувати від працівників організацій гуманітарної допомоги та розвитку.

Слоган

«Говори, повідом, зупини!»

Ключові меседжі

Кампанія ґрунтується на трьох основних повідомленнях, у межах яких було розроблено низку коротких ключових меседжів для інформування матеріалів і досягнення трьох основних цілей Комунікаційної кампанії ЗСЕН.



Меседж 1: Допомога завжди є безоплатною – вимагання будь-яких послуг є неправомірною поведінкою.

Меседж 2: Повідомлення про неправомірну поведінку є ключем для захисту громад.

Меседж 3: Постраждале населення має права, яких повинні дотримуватися.



Ці меседжі насамперед були розроблені з фокусом на компонент взаємодії з громадами. Це пов'язано з тим, що технічна термінологія у сфері ЗСЕН, яка зазвичай використовується в матеріалах для персоналу, довела свою обмежену доступність і може становити бар'єр для інклюзивності та зрозумілості превентивних повідомлень для широкої аудиторії. Водночас, з метою забезпечення узгодженості всього пакета матеріалів, було ухвалено рішення використовувати ці меседжі також – якщо доцільно – у продуктах, призначених для персоналу. Зокрема, друга категорія меседжів, що зосереджується на важливості повідомлення про неправомірну поведінку, широко застосовується для нагадування персоналу про їхній обов'язок повідомляти про порушення та про роль, яку вони можуть відігравати у підвищенні безпеки громад, яким надають допомогу. Матеріали підкреслюють захисну роль персоналу, на якого покладено обов'язок повідомляти про неправомірну поведінку. Хоча від співробітників та задіяного персоналу очікується повідомлення про такі випадки і вони можуть бути притягнуті до відповідальності у разі невиконання цього обов'язку, постраждалі громади можуть лише заохочуватися до надання повідомлень. Тому орієнтовані на громади меседжі зосереджені на створенні безпечного простору, в якому діють ефективні механізми повідомлення, а громади поінформовані про них і мають можливість безпечно ними користуватися.



Довідник

Цей Довідник розроблено як практичний інструмент для забезпечення того, щоб усі матеріали та візуальні елементи використовувалися максимально **змістовно, ефективно та безпечно**. Значну увагу було приділено розробці візуальних елементів та матеріалів, однак найважливішим чинником забезпечення безпеки людей є усвідомлений підхід до того, як саме ці матеріали будуть поширюватися та використовуватися під час роботи з персоналом і громадами.

Фахівці та фахівчині **не повинні** застосовувати ці матеріали без урахування рекомендацій, викладених у цьому Довіднику, і мають приділяти особливу увагу розділу **«Передумови»** перед використанням матеріалів у щоденній практиці.



Передумови

Перш ніж організації розпочнуть поширення інформації про ЗСЕН або залучення громад за допомогою цих інформаційно-освітніх матеріалів, мають бути впроваджені відповідні системи, структури та здійснено розподіл відповідальності. Самі по собі матеріали не є достатніми для безпечного впровадження. Вони повинні доповнюватися наявні організаційні заходи, спрямовані на запобігання, зниження ризиків і реагування на сексуальну експлуатацію, сексуальну наругу та сексуальні домагання.

Хоча цей Довідник не містить повного огляду мінімальних інституційних стандартів у сфері ЗСЕН та убезпечення, організаціям слід забезпечити наявність таких ключових елементів:

- Чітка політика з питань ЗСЕН або убезпечення, яка визначає неприйнятну поведінку для персоналу, окреслює обов'язки та відповідальних осіб, описує порядок повідомлення, документування, розслідування й ведення випадків СЕН, а також пояснює, яким чином забезпечується захист інформації.
- Персонал, робота якого передбачає безпосередній контакт із громадами, має пройти базове навчання з питань ЗСЕН та убезпечення, підзвітності перед постраждалими людьми, а також запобігання і протидії гендерно зумовленому насильству (ГЗН). До того ж рекомендується проводити навчання щодо належного поводження з чутливою інформацією та розкриттям, а також щодо безпечного перенаправлення. Хоча мінімальний вступний тренінг з питань ЗСЕН є обов'язковим для всього персоналу, залученого до реагування у сфері гуманітарної допомоги та розвитку, вимоги до підготовки можуть відрізнятися залежно від ролей, обов'язків і того, чи залучений персонал до комунікацій з громадами або ні.
- Функціонуючий механізм зворотного зв'язку на рівні громад, який забезпечує безпечний і конфіденційний прийом та документування звернень, обробку чутливих повідомлень про СЕН за обмеженою процедурою, а також своєчасне перенаправлення та подальший супровід.

- Призначений персонал для прийому та опрацювання скарг, чітко визначені внутрішні лінії повідомлення та ескалації, розуміння залученим персоналом принципів конфіденційності та службової необхідності, а також підтримка керівництвом політики нульової толерантності до СЕН.
- Обізнаність з [міжвідомчим механізмом перенаправлення постраждалих від сексуальної експлуатації та наруги в Україні](#). [Спрощене дерево рішень](#) має допомагати персоналу в прийнятті рішень у випадках отримання чутливих повідомлень, які не стосуються їхньої власної організації.
- Розуміння того, які спеціалізовані послуги є доступними в зоні втручання, зокрема у [сфері захисту дітей](#) та [гендерно зумовленого насильства](#), а також психосоціальної підтримки, правової та медичної допомоги. Для всіх випадків СЕН фахівці та фахівчині можуть використовувати буклети, картки та настанови для перенаправлення, [доступні онлайн](#), щоб забезпечити доступність підтримки постраждалим особам.



Організаціям, які потребують технічної підтримки або консультацій для впровадження чи посилення будь-якого з наведених вище елементів, рекомендується звертатися до Мережі ЗСЕН за адресою: seareferral@un.org або скористатися ресурсами, доступними на сторінці [PSEA Network Ukraine на платформі ReliefWeb](#).

Механізми повідомлення

Механізми повідомлення на рівні організації

Кожна організація, що надає гуманітарну допомогу або допомогу у сфері розвитку, несе відповідальність за наявність власного безпечного, конфіденційного та доступного механізму повідомлення про порушення. Ця Комунікаційна кампанія покликана посилювати, а не замінювати такі внутрішні системи.

Більшість матеріалів Кампанії містять редаговані поля, в яких організації можуть зазначати власні канали повідомлення. Організаціям рекомендується додати одну або кілька з наведених нижче опцій:

- Номер гарячої лінії або телефону
- Спеціальна адреса електронної пошти
- QR-код або вебформа
- Відповідальна особа для особистого звернення

Ці механізми мають бути функціональними, відомими персоналу та безпечними для використання громадами.

Інші механізми повідомлення

Міжвідомчі механізми існують для заповнення прогалин і забезпечення того, щоб жоден член громади не залишився без можливості безпечного та конфіденційного повідомлення.

Гаряча лінія

Для організацій, які не мають функціонуючого механізму зворотного зв'язку, або в ситуаціях, коли неможливо чи недоцільно поширювати інформацію про внутрішні механізми організації серед громад, як крайній варіант можуть використовуватися дві безкоштовні гарячі лінії:

0 800 309 110

0 800 30 77 11 (за фінансової підтримки УВКБ ООН)

Ці гарячі лінії адмініструє ГО «Донбас SOS» за часткової підтримки УВКБ ООН. Їх обслуговує підготовлений персонал, здатний приймати чутливі звернення, зокрема повідомлення, пов'язані із сексуальною експлуатацією та наругою. За потреби вони застосовують міжвідомчі механізми перенаправлення, щоб забезпечити перенаправлення звернень до відповідної організації.



Електронна пошта

В якості механізму повідомлення громадам також може бути надано таку адресу електронної пошти: seareferral@un.org. Цю поштову скриньку адмініструє Офіс Постійного координатора ООН. Звернення перенаправляються до відповідної організації в рамках [міжвідомчого механізму перенаправлення постраждалих від сексуальної експлуатації та наруги в Україні](#).

Технічні характеристики

Усі візуальні елементи та матеріали, розроблені в рамках цієї Кампанії, надаються у вигляді редагованих шаблонів, щоб організації могли додавати власне брендування, зберігаючи при цьому єдиний візуальний стиль та узгоджені меседжі. Дизайнерські елементи, зокрема шрифти, кольори та параметри макетування, є фіксованими для збереження загальної візуальної ідентичності Кампанії. Редаговані області обмежуються визначеними текстовими полями, в яких організації можуть вносити інформацію про власні механізми повідомлення, зокрема номери гарячих ліній, адреси електронної пошти або QR-коди, а також спеціально відведеними полями для логотипів організацій. Усі такі області чітко позначені у редагованих файлах.

Усі текстові поля попередньо налаштовані з використанням шрифту Open Sans для забезпечення доступності та уніфікованого вигляду. При додаванні власної інформації слід

вводити текст безпосередньо в наявне текстове поле – відповідний шрифт, розмір і колір застосовуватимуться автоматично. Не змінюйте стиль шрифту, колір або розташування тексту і не додавайте нові текстові поля поза визначеними областями.

Кольорова палітра, розміри для друку і технічні характеристики матеріалів є стандартизованими для всіх продуктів і не підлягають змінам. Повні технічні параметри, включно з розмірами, форматами та рекомендаціями щодо друку для кожного продукту, наведені в [Додатку 3](#) та [Додатку 4](#). З ними слід ознайомитися перед друком, перекладом або відтворенням будь-яких матеріалів Кампанії.

Обмеження

Ця Комунікаційна кампанія не є вичерпним переліком матеріалів, візуальних рішень, активностей та підходів, які можуть використовуватися для запобігання сексуальній експлуатації, нарузі та сексуальним домаганням і підвищення обізнаності щодо них. Для забезпечення безпечної та змістовної взаємодії з громадою можуть бути необхідні додаткові підходи. Фахівців і фахівчинь заохочують доповнювати ці ресурси іншими форматами (зокрема відео-, аудіо-, цифровими або друкованими інструментами), більш адаптованими до програмного контексту та потреб конкретних груп у громадах, з якими вони працюють.

Забезпечення інклюзивного доступу до інформації

Попри те, що було докладено всіх зусиль для забезпечення доступності матеріалів і візуальних елементів для широкого кола людей з різними можливостями – зокрема з урахуванням контрастності кольорів, вибору шрифту та візуалізації меседжів, доступність цих матеріалів все ще має певні обмеження.

Зокрема, шаблони не включають аудіоформати або шрифт Брайля і можуть бути недостатньо придатними для осіб із порушеннями зору або слуху. Для часткового подолання цих прогалин користувачам рекомендується поширювати ключові меседжі із застосуванням підходів, що враховують потреби людей з інвалідністю, зокрема:

- усні пояснення під час очних інформаційних сесій;
- індивідуальна підтримка через довірених представників громад, таких як соціальні працівники або організації, що працюють з людьми з інвалідністю;
- онлайн-публікації або дописи у соціальних мережах, доступні для використання за допомогою програм зчитування з екрана або субтитрів.

Покращення доступності вимагатиме розширення матеріалів за участі спеціалістів у сфері інклюзії людей з інвалідністю та доступних форматів. Оскільки жодна з організацій, залучених до Робочої групи з розробки Кампанії, не має відповідної експертизи, важливо залучати зовнішніх експертів і партнерів.

Візуальний дизайн та меседжі свідомо відображають людей різного віку, статі і походження, щоб члени громади могли впізнати себе в матеріалах і зрозуміти, що неправомірна поведінка може торкнутися будь-кого. Водночас стиль і формат матеріалів орієнтовані переважно на дорослу аудиторію. Візуальні елементи були розроблені для підтримки розуміння за різного рівня грамотності, однак зміст усе ж ґрунтується на базових навичках читання та здатності дорослої людини інтерпретувати питання прав, обов'язків і шляхів повідомлення. Через це матеріали можуть бути складними для сприйняття або нецікавими для дітей, підлітків або людей старшого віку з низьким рівнем грамотності, особливо за наявності потреб у додатковій підтримці (наприклад, когнітивні порушення, стрес або травматичний досвід). Мова, використана в Кампанії, є максимально простою та зрозумілою, а технічні процеси (такі як розслідування, канали повідомлення або гарантії конфіденційності) пояснюються простими словами. Водночас молодша аудиторія може мати труднощі з розумінням окремих понять – зокрема, дисбаланс влади, експлуатація або конфіденційність, які потребують адаптації відповідно до віку.



З огляду на це, організаціям рекомендується використовувати матеріали разом з усними поясненнями, обговореннями та за участі довірених посередників, а також розглядати можливість розробки додаткових, спеціально адаптованих матеріалів для окремих вікових груп.

Мова

Цю Комунікаційну кампанію розроблено повністю українською мовою, яка є державною мовою України відповідно до Конституції. Водночас визнається, що окремі особи або громади можуть користуватися іншою мовою у повсякденному спілкуванні. З метою забезпечення доступу та повного розуміння меседжів командам, які безпосередньо взаємодіють із громадами, рекомендується адаптовувати усне спілкування та пояснення мовою, якій надає перевагу громада. Люди, як правило, охочіше обговорюють чутливі теми тією мовою, якою вони володіють найкраще. У деяких випадках для підтримки розуміння, доступності та інклюзивності можуть знадобитися індивідуальні пояснення іншою мовою, водночас із дотриманням принципів безпеки, гідності та чутливості до конфліктів – особливо у середовищах, де публічне використання різних мов може викликати напруження або дискомфорт.

Ресурси та відповідальність за реалізацію

Цю Комунікаційну кампанію було розроблено за фінансової підтримки Всесвітньої продовольчої програми (WFP). Крім того, відповідальні особи з питань ЗСЕН від UNFPA, IRC, WFP, MOM та HealthRight інвестували значний час у спільне проєктування, перегляд і затвердження

матеріалів у координації з Мережею ЗСЕН та її Технічною робочою групою.

Наразі не існує міжвідомчого механізму фінансування, який би покривав впровадження, друк або розгортання Кампанії. Кожна організація, яка бажає використовувати матеріали, несе відповідальність за їх інтеграцію у власні програми та за наявність необхідних ресурсів для безпечного й ефективного поширення.

Організаціям, які реалізують діяльність у громадах, слід планувати та виділяти достатні ресурси на друк і поширення матеріалів, а також час персоналу на орієнтацію, навчання та безпечно пояснення меседжів. Зазвичай такі витрати є помірними і можуть бути включені до наявних бюджетів на взаємодію з громадами та розвиток спроможностей або покриті за рахунок цільової підтримки від інституційних донорів.

Очікується, що інституційні донори, які підтримують реагування в Україні, і надалі сприятимуть безпечній реалізації програм, дотриманню стандартів ЗСЕН та убезпечення. У зв'язку з цим організаціям гуманітарної допомоги та розвитку рекомендується включати відповідні бюджетні статті до своїх проєктних пропозицій та обґрунтовувати їх для забезпечення сталості цієї Кампанії.

Тестування у громадах і зворотний зв'язок

Хоча ця Комунікаційна кампанія не проходила окремого тестування у громадах до її публікації, під час розробки були враховані наявні дослідження сприйняття у громадах та моніторингові дані, зібрані різними організаціями. Розгортання матеріалів багатьма організаціями стане важливою можливістю для подальшої оцінки їх релевантності, зрозумілості та впливу. Організаціям, які використовують матеріали, рекомендується інтегрувати прості підходи до моніторингу для оцінки того, наскільки добре меседжі зрозумілі та чи сприяють вони безпечнішому доступу до послуг і механізмів повідомлення. Тестування у громадах може здійснюватися різними способами, зокрема шляхом:

- порівняння показників результатів, включених до інструментів моніторингу, до і після використання матеріалів (наприклад, відсоток осіб, яким відомо про канали повідомлення);
- проведення коротких інтерв'ю, інтерв'ю з ключовими інформантами або обговорень у фокус-групах ([методичний інструмент](#) доступний на сторінці [PSEA Network Ukraine на платформі ReliefWeb](#); його необхідно адаптувати залежно від того, стосовно яких матеріалів надається зворотний зв'язок);
- отримання неформального зворотного зв'язку від членів громад і персоналу, безпосередньо залученого до просвітницької роботи з громадами;
- документування спостережень команд з впровадження щодо бар'єрів, належних практик і неочікуваних ефектів, пов'язаних з матеріалами.

З метою забезпечення обміну знаннями і напрацюваннями в рамках Мережі ЗСЕН рекомендується включити результати тестування у громадах і досвід користувачів до порядку денного засідань Мережі ЗСЕН у 2026 році. Це дозволить організаціям обмінюватися висновками, відстежувати прогрес і визначати, чи потребують матеріали оновлення або

доопрацювання. Рекомендується узагальнене поширення зворотного зв'язку до середини 2026 року для оцінки необхідності внесення змін, розробки нових форматів або додаткових інформаційно-освітніх матеріалів. Наданий користувачами зворотний зв'язок також може бути використаний для підготовки додатка з поширеними запитаннями з метою подальшої підтримки гуманітарних працівників та відповідальних осіб на рівні громади, які використовуватимуть ці матеріали.



Настанови: Матеріали для співробітників та задіяного персоналу

Вступ

Для організацій гуманітарної допомоги та розвитку вкрай важливо проактивно підвищувати обізнаність співробітників та задіяного персоналу щодо сексуальної експлуатації та наруги (СЕН), а також інших типів неправомірної поведінки. Ефективна робота з персоналом слугує кільком взаємопов'язаним цілям:

- **Запобігання шкоді** – поінформований персонал з більшою ймовірністю здатний розпізнати заборонену поведінку та діяти належним чином, щоб не допустити повторення шкоди. Потенційні кривдники можуть утриматися від завдання шкоди, якщо знатимуть, що люди поінформовані та можуть повідомляти про неправомірну поведінку.
- **Розширення прав і можливостей та захист** – персонал, який знає свої права та розуміє, яка поведінка є неприйнятною, краще здатний виявляти ризики та захищати себе й інших.
- **Доступ до безпечних шляхів повідомлення** – цілеспрямоване підвищення обізнаності забезпечує розуміння персоналом наявних каналів повідомлення, що підвищує ймовірність розкриття та належного реагування на випадки неправомірної поведінки.
- **Формування довіри** – прозора комунікація щодо заходів із запобігання, реагування та захисту зміцнює впевненість персоналу в тому, що повідомлення сприйматимуться серйозно.
- **Підзвітність організацій** – добре поінформований персонал може притягувати власну організацію та керівництво до відповідальності у разі виявлення прогалин або сфер, що потребують посилення.

Забезпечення того, щоб співробітники та задіяний персонал були навчені та поінформовані про правила ЗСЕН, кодекси поведінки та обов'язкові вимоги щодо повідомлення є необхідною умовою захисту громад від шкоди. Низка навчальних програм і матеріалів з розбудови потенціалу уже доступні на [вебсторінці Мережі ЗСЕН](#) або через [платформу Agora](#). Ця Кампанія **не замінює** організаційні навчання або інструменти з питань ЗСЕН, а доповнює їх, забезпечуючи узгоджене візуальне нагадування про ключові поняття та правила.² Заходи з підвищення обізнаності персоналу щодо ЗСЕН не обмежуються лише аудиторними тренінгами та політиками. Кампанія розширює вже наявні в організаціях напрацювання, надаючи готові до використання друковані матеріали, які можуть підтримувати брифінги, навчальні сесії, адаптацію та інструктаж, а також оформлення офісних приміщень.

До таких матеріалів належать **постери, банери та буклети**, що містять викладені простою мовою пояснення того, що таке ЗСЕН, очікувані стандарти поведінки та приклади неприйнятної поведінки, інформацію про те, як персонал може повідомляти про порушення, а також про

² Організаціям, які потребують допомоги або підтримки у проведенні навчань з питань ЗСЕН або розбудови внутрішнього потенціалу відповідальних осіб, рекомендується звертатися до координатора Мережі ЗСЕН, який регулярно організовує тренінги для тренерів.

наявні заходи підтримки та захисту для осіб, які подають повідомлення.

Перелік доступних матеріалів наведено в [Додатку 1](#).

Мінімальні стандарти якісної взаємодії із співробітниками та задіяним персоналом

 Заходи з підвищення обізнаності персоналу ніколи не повинні проводитися без чіткої інформації про те, де і як персонал може отримати допомогу, висловити занепокоєння або повідомити про неправомірну поведінку. Перед проведенням будь-яких внутрішніх заходів з підвищення обізнаності кожна організація має переконатися в наявності таких умов:

- Політика з питань ЗСЕН або убезпечення, а також Кодекс поведінки функціонують і доступні для всього персоналу.
- Матеріали, надані в рамках цієї Кампанії, можуть використовуватися лише після внесення інформації про механізм повідомлення конкретної організації у спеціально відведені порожні поля.
- Персонал повинен чітко розуміти, який механізм повідомлення призначений для персоналу, а який – для громад. За можливості організаціям рекомендується підтримувати окремі канали для звернень, що подаються персоналом, і для звернень від членів громади. Якщо для обох груп використовуються ті самі канали повідомлення, організації повинні забезпечити, щоб повідомлення реєструвалися, опрацьовувалися та відстежувалися окремо з метою захисту конфіденційності, запобігання конфлікту інтересів і забезпечення належного ведення випадків та підзвітності.
- Персонал поінформований про те, що повідомлення про занепокоєння є обов'язковим і захищеним.

Забезпечення навчання та поширення інформації саме по собі не є достатнім, щоб гарантувати розуміння персоналом того, що таке ЗСЕН. Тому кожній організації гуманітарної допомоги та розвитку важливо впроваджувати інструменти оцінки (наприклад, вхідні та підсумкові тести, форми оцінювання, опитування персоналу) для визначення рівня засвоєння ключових повідомлень.

Цільові аудиторії

Матеріали, розроблені для співробітників та задіяного персоналу, призначені для таких груп незалежно від їхнього громадянства:

- **Персонал** – особи, які працюють за трудовими договорами та безпосередньо найняті організаціями гуманітарної допомоги або розвитку (незалежно від типу договору: тимчасовий, строковий або неповний робочий день).
- **Консультанти** – особи, залучені організацією для виконання конкретного завдання, проекту або на конкретний період.
- **Приватні підприємці та працівники із стимулюючою винагородою** – особи, які мають цивільно-правовий договір з організацією та діють як приватні підприємці.
- **Волонтери** – особи, які здійснюють волонтерську діяльність для гуманітарних організацій в офіційному статусі.

Практичні рекомендації

Цей розділ свідомо не є надмірно деталізованим, оскільки заходи з підвищення обізнаності, спрямовані на співробітників та задіяний персонал, безпосередньо пов'язані з організаційною культурою та внутрішніми процесами. Чітка та проактивна комунікація з персоналом сприяє безпечній реалізації програм, посилює організаційну підзвітність і захищає постраждалі громади від шкоди. У зв'язку з цим кожна організація самостійно визначає, які методи комунікації та інформаційно-освітні матеріали є найбільш доцільними для використання в її контексті.

Офісне середовище

У кожному робочому середовищі існують різні можливості для просування комунікаційних матеріалів ЗСЕН за допомогою пасивних інформаційно-просвітницьких матеріалів. Слід уникати публічних зон, які можуть використовуватися спільно з іншими організаціями, такими як комерційні та державні установи, де постери можуть побачити особи, не залучені до діяльності у сфері гуманітарної допомоги та розвитку. Це може призвести до перевантаження каналів повідомлення запитам, які не стосуються питання, а також до формування нерозумних очікувань щодо підтримки.

Відповідні інформаційно-освітні матеріали:

- **Постери:** Розміщуйте постери в місцях, де люди під час перерви мають час ознайомитися з ними приватно: у вбиральнях, біля принтерів, на кухні або біля ліфтів. Рекомендується також розміщувати постери у спільних житлових приміщеннях, які організація орендує для своїх співробітників на ніч.
- **Буклети:** Розміщуйте буклети в зонах очікування та приймальнях, а також в офісах вищого керівництва, відділу кадрів та/або відповідальних осіб з питань ЗСЕН.
- **Банери:** Банери можна розміщувати при вході до офісу.

! Переконайтеся, що відповідальні особи з питань ЗСЕН / убезпечення повністю підготовлені до надання відповіді на запитання. Також можна запровадити анонімне опитування, за допомогою якого персонал зможе поставити будь-які запитання щодо політик та відповідних каналів повідомлення.

Навчання

Для будь-якого навчання, яке ви проводите для співробітників та задіяного персоналу:

- узгоджуйте зміст із стандартами та політиками вашої організації;
- використовуйте інтерактивні вправи, такі як групові обговорення, аналіз історій або вправу [Power walk](#), щоб забезпечити залучення аудиторії;
- адаптуйте приклади і сценарії до контексту України;
- використовуйте інформаційно-освітні матеріали Кампанії як візуальні елементи для підсилення сприйняття.

Не винаходьте велосипед! Звертайтеся до інших організацій, членів Мережі ЗСЕН або до координатора та співголів Мережі ЗСЕН за підтримкою у розробці навчальних матеріалів.

Відповідні інформаційно-освітні матеріали:

- **буклети** для персоналу можна роздати учасникам після навчання для кращого запам'ятовування;
- **банери** можна розмістити в залі для зустрічей;
- ідентичність Кампанії також може бути відображена на канцелярських матеріалах, корисних для навчальних і робочих зустрічей: **іменні бейджі, слайди презентацій PowerPoint, записники, сертифікати та ручки**;
- для масштабних заходів учасникам також можна роздавати **наліпки, шопери або пауербанки**.

Приклад аналізу історії 1

Працівник із стимулюючою винагородою, якого призначили для підтримки процесу розподілу допомоги, вибудував довірливі стосунки з людьми похилого віку в населеному пункті. Співробітники чули, як він просив деяких літніх жінок приносити йому їжу та прати одяг «в обмін на допомогу з оформленням документів», а також жартуючи називав їх своїми «дамами».

Запитання для обговорення

Чи може це вважатися експлуатацією або домаганням?

Що має зробити гуманітарна організація?

Приклад аналізу історії 2

Нещодавно переміщена жінка разом зі своєю літньою матір'ю прибувають до центру тимчасового розміщення після обстрілу. Під час реєстрації гуманітарний працівник тихо каже: «Сьогодні вільних ліжок немає. Але якщо ви повернетесь після закінчення моєї зміни, можливо, я зможу вам допомогти». Пізніше цей самий працівник надсилає жінці приватне повідомлення в соціальних мережах із пропозицією зустрітись наодинці та натякає, що може «вирішити питання швидше».

Запитання для обговорення

Який тип неправомірної поведінки сексуального характеру або ризику тут наявний?

Що мають зробити співробітники, які стали свідками цього або почули про таку ситуацію?

Інструктаж / адаптація

Короткі інструктажі та процеси адаптації для новоприйнятого персоналу є чудовою можливістю підвищити обізнаність щодо ЗСЕН. Це забезпечує раннє та узгоджене надання ключових меседжів. **Буклет** можна видати після вступного інструктажу.

“

Вітаємо в команді. Як співробітники, ми всі відповідаємо за безпечне, шанобливе та безоплатне надання допомоги. Персоналу категорично заборонено зловживати своїм становищем, вимагати особистих послуг або поводитися так, щоб тиснути на інших, принижувати або завдавати шкоди. Якщо ви зазнали неправомірної поведінки, ви маєте право повідомити про це та звернутися по допомогу. Якщо ви стали свідком або дізналися про таку поведінку по відношенню до інших осіб – колег або представників громади – ви зобов'язані повідомити про це. Усі повідомлення розглядаються серйозно та конфіденційно. У цьому буклеті пояснюється, якою є безпечна поведінка на практиці, що є неприпустимим, які в нас існують канали повідомлення та як працює процедура повідомлення про інциденти. Будь ласка, збережіть його – він може

знадобитися вам у майбутньому. Якщо у вас виникнуть запитання або потрібна допомога, ви завжди можете звернутися до свого керівника або відповідальної особи з питань ЗСЕН.”

СЛІД РОБИТИ	НЕ СЛІД РОБИТИ
Ставитися до членів громади та своїх колег з повагою та гідністю	Вважати, що постраждалими можуть бути лише жінки або діти
Дотримуватися професійних меж	Зустрічатися з отримувачами допомоги наодинці, поза робочим часом або онлайн
Негайно повідомляти про будь-які підозри або занепокоєння	Намагатися самостійно розслідувати чи вирішувати випадки
Використовувати затверджені канали повідомлення	Поширювати чутки, особисті думки або деталі публічно
Забезпечувати конфіденційність і безпеку для всіх	Обговорювати випадки у спільних робочих просторах
Дотримуватися політики та кодексу поведінки організації	Робити гучні або публічні заяви про неправомірну поведінку
Брати участь у навчаннях, щоб розуміти, як застосовувати політики на практиці	Надавати особисті послуги, подарунки або забезпечувати особливе ставлення
У разі виникнення сумнівів звертатися до відповідальної особи з питань ЗСЕН	«Вирішувати питання неформально» з колегами, залученими до інциденту

Відповідні інформаційно-освітні матеріали:

- **Буклет**, який видається після вступного інструктажу.
- **Наліпки, шопери, футболки, записники, ручки** або **пауербанки** також можуть входити до вітального пакета та роздаватися після вступного інструктажу.

Очні та онлайн групові формати

Усі організації гуманітарної допомоги та розвитку регулярно проводять внутрішні (онлайн) заходи (наприклад, загальні збори персоналу, командні виїзні сесії, конференції та семінари). Навіть якщо порядок денний не зосереджений на ЗСЕН, такі заходи є корисною можливістю для посилення ключових профілактичних меседжів. Ці меседжі можна підкріплювати за допомогою інформаційно-освітніх матеріалів.

Відповідні інформаційно-освітні матеріали:

- Використовуйте **банер** для очних заходів та **презентацію PowerPoint** для онлайн-подій.
- Розміщуйте **буклети** на столах реєстрації учасників. Використовуйте набір канцелярського приладдя, щоб забезпечити цілісну візуальну ідентичність заходу.

Повний огляд матеріалів для персоналу наведено в [Додатку 1](#), їхні технічні характеристики – в [Додатку 3](#), а вимоги до друку – в [Додатку 4](#).

Матеріали доступні у відповідній папці на [Google Drive](#).

Настанови: Матеріали для громад

Вступ

Для організацій гуманітарної допомоги та розвитку надзвичайно важливо проактивно підвищувати обізнаність постраждалого населення щодо сексуальної експлуатації та наругу (СЕН), а також інших типів неправомірної поведінки.

- **Запобігання шкоді** – поінформовані громади є менш уразливими до експлуатації та наругу. Потенційні кривдники можуть утриматися від заподіяння шкоди, якщо вони знають, що люди поінформовані та можуть повідомляти про неправомірну поведінку.
- **Розширення прав і можливостей та захист** – люди, які знають свої права та розуміють, яка поведінка є неприйнятною, краще здатні розпізнавати ризики та захищати себе.
- **Доступ до безпечних шляхів повідомлення** – цілеспрямоване інформування допомагає людям зрозуміти, які канали повідомлення доступні, що підвищує ймовірність розкриття та належного реагування на випадки неправомірної поведінки.
- **Формування довіри** – прозора комунікація про заходи запобігання, реагування та захисту запевняє громади в тому, що їхня безпека та гідність є пріоритетом, і зміцнює довіру до роботи гуманітарних організацій.
- **Підзвітність організацій** – коли громади поінформовані, вони можуть притягувати організації гуманітарної допомоги та розвитку, а також надавачів послуг до відповідальності.

Спосіб донесення інформаційних меседжів є не менш важливим, ніж самі меседжі. Якщо інформаційно-освітні матеріали поширюються серед громад без належного пояснення, це може спричинити нерозуміння, збентеження, емоційний стрес чи недовіру. Деякі теми, порушені в інформаційно-освітніх матеріалах, такі як зловживання владою, сексуальна експлуатація та наруга, а також повідомлення про неправомірну поведінку, можуть бути чутливими або складними для обговорення для багатьох людей. Ці настанови покликані надати фахівцям і фахівчиням рекомендації щодо безпечного та ефективного використання наявних ресурсів. Вони допоможуть:

- представляти матеріали у зрозумілій та шанобливій формі
- узгоджено та впевнено доносити ключові меседжі
- адаптувати мову відповідно до потреб, віку, культурного контексту та загального рівня комфорту групи
- запобігати непорозумінням або ненавмисній шкоді
- забезпечувати, щоб постраждалі особи та ті, хто повідомляє про занепокоєння, почувалися в безпеці, були почуті та отримували підтримку

! Під час використання будь-яких матеріалів для громад персоналу заборонено ініціювати збирання особистих історій або розслідувати повідомлення. Якщо людина самостійно вирішує поділитися інформацією, працівник має коротко вислухати, переконатися в безпеці людини та перенаправити її до відповідного механізму повідомлення, не ставлячи запитань щодо деталей.

Дотримуючись цих настанов, фахівці та фахівчині сприяють зміцненню довіри, підзвітності та захисту в межах громади.

Мінімальні стандарти якісної взаємодії з громадами

Під час залучення громад і донесення інформаційно-просвітницьких меседжів фахівці мають забезпечити дотримання таких чотирьох ключових принципів:

Безпечні та гідні меседжі

Людина, до якої звертаються, повинна відчувати повагу до себе і не зазнавати осуду. Обговорення не повинні наражати нікого на шкоду, ризик або тиск. Фахівці та фахівчині повинні завжди створювати середовище, в якому люди почуваються в безпеці, можуть ставити запитання та добровільно ділитися досвідом.

Доступні та інклюзивні меседжі

Інформація має бути легкою для розуміння та доступною кожному – незалежно від віку, рівня грамотності, наявності інвалідності, статі чи життєвого досвіду. Повідомлення та візуальні елементи мають допомагати кожній людині усвідомити, що ця інформація стосується саме її, а не лише «когось іншого».

Впливові меседжі та меседжі, які розширюють права і можливості

Меседжі завжди мають бути інформативними та пояснювати:

- яка поведінка очікується від працівників організацій гуманітарної допомоги і розвитку;
- які права мають члени громад і на який захист вони можуть розраховувати.

Водночас ця інформація обов'язково має супроводжуватися чіткими вказівками щодо того, що робити і куди звертатися по допомогу, якщо людина зазнала або стала свідком неправомірної поведінки. Після таких сесій люди мають чітко розуміти, що зловживання є неприпустимим, що повідомляти про них безпечно, і що служби підтримки доступні.

Запам'ятовувані меседжі

Інформація має легко запам'ятовуватися. Навіть через кілька днів або тижнів люди повинні мати змогу пригадати основні ідеї, розпізнати тривожні сигнали та «червоні прапорці», а також точно знати, як і куди звернутися по допомогу. Для цього фахівцям і фахівчиням варто використовувати повторення, історії або приклади, щоб ключові меседжі закарбувалися в пам'яті.

! Матеріали поширюються виключно для інформування і не пов'язані з пріоритетами чи наданням допомоги.

Цільова аудиторія

Інформаційно-освітні матеріали з питань ЗСЕН слід широко поширювати в межах громадських структур та серед ключових місцевих суб'єктів, які можуть впливати на підвищення обізнаності, запобігання та повідомлення про неправомірну поведінку. До пріоритетної цільової аудиторії належать:

- **Учасники програм / отримувачі допомоги:** це люди, які безпосередньо отримують допомогу або мають право на неї. До цієї групи належать внутрішньо переміщені особи, люди, які повернулися до місць проживання, члени приймаючих громад, а також постраждале від конфлікту населення, особливо у віддалених або прифронтових районах.
- **Контактні особи та представники громади:** це місцеві довірені особи, які регулярно взаємодіють з постраждалим населенням та передають інформацію у безпечний та належний спосіб. До цієї групи входять, зокрема, соціальні працівники, медичний персонал, вчителі та адміністратори шкіл, керівники центрів тимчасового розміщення, консультанти та інші громадські волонтери, які безпосередньо взаємодіють з організаціями гуманітарної допомоги та розвитку.
- **Громадські організації, волонтерські групи та організації громадянського суспільства (ОГС):** Громадські та волонтерські групи часто є першою точкою контакту для людей, які потребують допомоги, особливо у віддалених або нещодавно постраждалих районах. До них належать місцеві благодійні організації, волонтерські ініціативи, молодіжні групи, жіночі асоціації та неформальні мережі, які надають транспорт, прихисток, їжу, психосоціальну підтримку, інформацію або інші види невідкладної допомоги. Деякі з цих організацій представляють маргіналізовані групи, зокрема ромські громади, ЛГБТІК+ або людей, які живуть з ВІЛ. Усі ці групи відіграють критично важливу роль у гуманітарному реагуванні та відновленні, оскільки часто заповнюють прогалини в наданні послуг там, де інституційні суб'єкти не мають доступу. Багато з них користуються глибокою довірою громад, яким служать, і часто є найефективнішим мостом для охоплення людей, які не взаємодіють з основними каналами гуманітарної допомоги.

Меседжі про ЗСЕН можуть поширюватися безпосередньо працівниками гуманітарних організацій або опосередковано через представників громади. Обидва підходи є цінними та доповнюють один одного. Таблиця нижче описує **переваги кожного методу** і допомагає фахівцям та фахівчиням обирати найефективніший та найбезпечніший підхід залежно від контексту.

Залучення персоналу організацій гуманітарної допомоги та розвитку для поширення інформації про ЗСЕН / убезпечення

Сильніший контроль над точністю інформації	Забезпечує правильність, узгодженість та відповідність інформації, що надається громадам, організаційним стандартам та стандартам Мережі ЗСЕН. Забезпечує узгодженість міжвідомчих структур (особливо в центрах, де функціонує кілька організацій).
Формування довіри у громадах	Демонструє прозорість і відкритість. Показує, що персонал організацій гуманітарної допомоги та розвитку серйозно ставиться до питання ЗСЕН та убезпечення і готові до діалогу про безпеку та права.
Роз'яснення прав і очікувань	Допомагає громадам зрозуміти, що таке зловживання, а також чого вони можуть очікувати від будь-якого співробітника чи волонтера.
Коригування дезінформації	Дозволяє командам спостерігати за реакціями та адаптувати повідомлення до рівня розуміння. Команди також можуть негайно реагувати на чутки, шкідливі уявлення або непорозуміння щодо безоплатної допомоги, неправомірної поведінки або каналів повідомлення.
Підтримка підзвітності	Демонструє, що організації беруть на себе відповідальність за запобігання зловживанням і відкрито заявляють про свої зобов'язання та обов'язки щодо забезпечення цієї відповідальності.
Створення можливості для особистого повідомлення	Коли довіра формується через шанобливу взаємодію, деякі люди можуть відчути себе в безпеці, щоб конфіденційно повідомити про занепокоєння або звернутися по допомогу.
Прозоре пояснення опцій повідомлення	Дає можливість фахівцям і фахівчиням консультувати людей через канали повідомлення, відповідати на запитання та запевняти щодо конфіденційності та захисту.

Залучення представників та контактних осіб громади для поширення інформації про ЗСЕН / убезпечення

Кращий доступ до маргіналізованих та важкодоступних груп	Представники громади часто досягають людей, які залишаються поза увагою формальних програм, таких як особи з інвалідністю, ізольовані сільські домогосподарства, ромські спільноти, ЛГБТІК+ або дівчата-підлітки.
Високий рівень довіри у громаді	Інформація, яку передають знайомі та довірені люди, сприймається як більш надійна та менш загрозлива, що підвищує її прийняття та заохочує безпечне повідомлення про порушення.
Глибоке розуміння комунікаційних уподобань	Представники громади знають, які повідомлення працюють, які слова можуть бути чутливими, які культурні норми важливі та в яких умовах безпечно обговорювати делікатні питання.
Можливість раннього виявлення ризиків або проблем	Представники громади, які тісно співпрацюють з громадами – такі як волонтери, вчителі, медичний персонал, соціальні працівники та керівники центрів тимчасового розміщення – часто помічають перші ознаки шкоди, зміни у поведінці чи схеми зловживань задовго до того, як постраждалі чи жертви будуть готові звернутися до формальних каналів.
Зміцнення захисту на рівні громади	Коли лідери громади повторюють інформацію про убезпечення, це сигналізує про спільну відповідальність та зміцнює місцеве середовище безпеки.
Підтримка механізмів повідомлення	Представники громади продовжують поширювати інформацію після того, як мобільні команди залишають територію, забезпечуючи постійну обізнаність та підтримку механізмів повідомлення.
Зменшення бар'єрів для повідомлення	Деяким людям комфортніше говорити з особою, яку вони знають особисто. Представники громади можуть допомогти встановити перший контакт з формальними каналами повідомлення. Якщо вони мають точні інформаційно-освітні матеріали та базові настанови, контактні особи громади допомагають гарантувати безпечне, шанобливе та послідовне поширення інформації про ЗСЕН / убезпечення серед різних регіонів та груп населення.

Практичні настанови

Інформацію про ЗСЕН слід поширювати в рамках регулярної комунікації з усіма особами, які отримують гуманітарну допомогу та допомогу у сфері розвитку. Взаємодія може бути короткою і по суті під час активних операцій або більш детальною, якщо є час і можливість. Найважливіше – **узгодженість** та повторення: людям може знадобитися почути ключові меседжі кілька разів, перш ніж вони їх запам'ятають. Оскільки ЗСЕН – це **чутлива тема**, інформацію слід передавати так, щоб зберегти гідність людей і не ставити їх під тиск або ризик.

Фахівцям і фахівчиням також необхідно **враховувати аудиторію та відповідно адаптувати свій підхід**. За потреби можна надавати індивідуальні пояснення, забезпечувати персоналізовану підтримку або спрощувати мову, щоб інформація була зрозуміла всім (наприклад, для людей з низьким рівнем грамотності, когнітивними труднощами або іншомовних осіб).

Наступні розділи містять рекомендації щодо безпечного та ефективного використання інформаційно-освітніх матеріалів у різних програмних локаціях та робочих умовах.

Безпечні та приватні місця для зворотного зв'язку

Точки надання допомоги або послуг завжди повинні містити **тихий, приватний і гостинний простір**, де люди можуть безпечно ставити запитання або повідомляти про проблеми. Люди не повинні відчувати, що за ними спостерігають, поспішати або бути під пильною увагою, коли підходять до цього місця. За можливості розміщуйте його поруч із спокійними зонами (наприклад, місця для відпочинку або чайний куточок), при цьому забезпечуючи видимість і доступність для людей похилого віку, осіб, які доглядають за хворими, та людей з інвалідністю.

Цей простір повинен:

- Бути трохи віддаленим від черг та основного потоку людей
- Забезпечувати певний рівень приватності (наприклад, окремий стіл)
- Дозволяти людям ознайомлюватися з матеріалами, не відчуваючи, що за ними спостерігають
- Мати чітко позначену скриньку для зворотного зв'язку та повідомляти про інші доступні канали, такі як номери гарячих ліній або QR-коди до онлайн-форм
- *Містити короткі заспокоїливі меседжі, наприклад: «Тут ви можете говорити безпечно. Ми готові вислухати і захистити вас».*

Персонал або волонтери повинні бути поруч, але не стояти над простором, щоб люди могли:

- Поставити запитання конфіденційно або попросити про допомогу
- Повідомити про делікатне питання у безпечній, тихій обстановці. За потреби отримати підтримку, щоб перейти в ще більш приватну зону під час розкриття інформації про порушення.

Уникайте розміщення постерів або наліпок у місцях, де люди можуть зазнати стигматизації або ризику переслідування за користування інформацією про ЗСЕН.

Адаптація підходів до конкретного контексту

Пункти реєстрації та розподілу допомоги

Пункти розподілу та реєстрації часто забезпечують можливість для поширення чіткої інформації про ЗСЕН серед громад. Матеріали слід використовувати таким чином, щоб не переривати процес і не спричиняти затримок у черзі, а також з повагою до приватності та без тиску на людей. Взаємодія з громадою в таких умовах має бути короткою, практичною та делікатною. Важливо використовувати просту мову, спокійний тон та шанобливу невербальну поведінку. За можливості, повторюйте ключові меседжі, адже повторення підвищує запам'ятовування та впевненість.

Пасивне підвищення обізнаності

- Розміщуйте **постери** у видимих місцях з високим потоком людей, наприклад входи/виходи та зони очікування і черги. Також розміщуйте їх у менш помітних зонах (наприклад, вбиральні), де люди можуть сканувати QR-коди непомітно, без ризику, що їх побачать інші.
- Постери мають бути розміщені на рівні очей, легко читатися під час перебування в черзі, і розміщені так, щоб люди могли прочитати їх, не заважаючи руху.
- **Банери** слід розміщувати поруч зі столами реєстрації та інформаційними стійками, щоб підсилити ключові меседжі, але не заважати руху.

Інформаційна стійка / Пункт надання допомоги

Рекомендується облаштувати інформаційну стійку у зоні очікування, щоб орієнтувати людей і активно поширювати ключові меседжі. Оберіть помітне місце (стілець/стіл/куточок), де члени громади можуть підійти до співробітників приватно та отримати друковані інформаційно-освітні матеріали (наприклад, буклет, візитівку, наліпки). **Не покладайтесь лише на пасивні матеріали.** Постери та листівки важливі, але людям також потрібні працівники, які можуть пояснити інформацію та чітко відповісти на запитання.

- **Пріоритет безпеки:** уникайте гучних оголошень про зловживання або скарги, оскільки люди можуть відчувати себе під ризиком. Крім облаштування інформаційної стійки, можна підійти до людей у зоні очікування, щоб представити буклет. Говоріть тихо, пропонуйте підтримку без тиску і будьте готові відповісти на запитання, якщо вони виникнуть. Перевірте, чи готова людина до продовження розмови, і за потреби перемістіть розмову у тихий та приватний простір.
- **Забезпечення доступності:** для тих, кому потрібна індивідуальна підтримка, можна відкривати буклет під час розмови, показуючи зображення для підкріплення усних пояснень.

Нижче запропонований сценарій для представлення питання та передачі **буклету**.

“

Вітаю. Мене звати _____, і сьогодні я тут, щоб вам допомогти.

Уся допомога, яку надає наша організація, завжди безоплатна. Ви ніколи не повинні відчувати тиск, щоб щось віддавати натомість – гроші, подарунки чи будь-які особисті послуги.

Наші співробітники повинні дотримуватися чітких етичних правил. Гуманітарним працівникам категорично заборонено зловживати своїм становищем або використовувати владу, щоб змусити когось до стосунків або вчинення будь-яких особистих чи інтимних дій. Це включає сексуальні коментарі, дотики, прохання про приватні зустрічі або пропозиції особливого ставлення в обмін на допомогу. Така поведінка називається неправомірною і не допускається.

Якщо ви помітите щось неправильне або якщо чиясь поведінка викликає у вас дискомфорт, ви маєте право повідомити про це. Ми вас вислухаємо і не будемо засуджувати чи звинувачувати.

Якщо вам потрібно здійснити повідомлення, це можна зробити різними способами: [вставте канали повідомлення вашої організації].

Цей буклет простою мовою пояснює, яких дій очікувати від гуманітарних працівників, що заборонено, як можна здійснити повідомлення та яку підтримку можна отримати. У ньому також пояснюється, як ми забезпечуємо вашу безпеку і як конфіденційно обробляємо інформацію.

Усі повідомлення обробляються конфіденційно. У буклеті також пояснюється, що відбувається після надання повідомлення і які засоби захисту доступні для вас. Якщо у вас виникнуть запитання, будь ласка, звертайтеся. Ми тут, щоб допомогти. Буклет можна залишити у себе, щоб за потреби згадати цю інформацію або звернутися по підтримку у майбутньому.”

 Якщо хтось повідомляє про проблему:

- **Зупиніться та оцініть рівень безпеки:** Чи безпечно і доречно продовжувати розмову тут?
- Якщо ні, делікатно запропонуйте інший час або місце для проведення приватної розмови.

Як мінімум, кожній особі, яка отримує допомогу, слід також передати **картку-нагадування розміром з візитівку** з одним ключовим меседжем та каналами повідомлення. Такі картки можна поширювати швидко і безпечно, не затримуючи розподіл допомоги. Картки слід вручати **індивідуально**, супроводжуючи дуже коротким поясненням, наприклад:

“

“Ми також хочемо вручити вам цю невелику картку. Вона нагадуватиме вам, що допомога завжди має бути безпечною, шанобливою та безоплатною. Якщо щось здається неправильним, ви маєте право висловитися. На картці представлено різні способи повідомлення про проблему та отримання допомоги. Будь ласка, тримайте її при собі. Навіть якщо сьогодні проблем немає, неправомірна поведінка може мати місце пізніше або з іншою організацією. Ви завжди повинні знати, куди звернутися за допомогою.”

Якщо дозволяє час, ви можете швидко звернути увагу на буклет для більш детальної інформації та завжди залишатися доступними для додаткових запитань.

Інші матеріали, які можуть бути корисними у місцях роздачі:

- **Наліпки:** Містять одне зображення та простий меседж. Їх можна розміщувати на коробках, гігієнічних наборах, продуктових пакетах чи інших предметах допомоги. Наліпки також можуть бути доступні на столі реєстрації, у чайних зонах, на інформаційній стійці або на стійці для зворотного зв'язку, щоб отримувачі допомоги могли їх взяти.
 - Висока наочність, легке запам'ятовування, доступність для людей з низьким рівнем грамотності, підходять також для дітей/ підлітків.
- **Пауербанк:** Спеціальний продукт, на якому можна надрукувати інформацію. Він містить прості візуальні елементи та місце для інформації про канали повідомлення.
 - Дуже практичний предмет, який часто використовується, підсилює меседж під час щоденних рутин та у надзвичайних ситуаціях.
- **Світловідбивні браслети:** Організації, які розповсюджують світловідбивні браслети в рамках регулярних заходів, можуть використовувати спеціальний продукт зі слоганом Кампанії.
 - Забезпечують наочність та мобільність інформування; непомітні, але постійно нагадують про безпеку та можливість повідомлення про порушення.
- **Шопери:** Шопери з простим зображенням можна роздавати для зберігання виданих матеріалів або документів.
 - Багаторазові та довговічні, поширюють інформацію за межами місця роздачі та охоплюють ширшу аудиторію.
- **Футболки:** Персонал, призначений для взаємодії з громадами або роботи на інформаційних стійках, може носити футболку ЗСЕН з простим візуальним повідомленням.
 - Підвищує впізнаваність та підзвітність: люди знають, до кого звертатися і хто відповідає за безпечне надання послуг.

Пункти екстреної допомоги (наприклад, транзитні хаби, місця після обстрілів)

У пунктах екстреної допомоги часто приймають людей, які нещодавно втекли від небезпеки або були змушені покинути свої домівки. Багато хто з них виснажений, перебуває у стані стресу або емоційного перевантаження. Крім того, часто присутні особливо уразливі групи, такі як літні люди, особи з інвалідністю, сім'ї з маленькими дітьми або особи, які прибули самотійно.

Інформування щодо ЗСЕН у таких умовах **повинно враховувати ці реалії** та передаватися у спокійний, шанобливий та ненав'язливий спосіб. Важливо розуміти, що люди можуть перебувати у стані шоку або стресу, і їхня здатність зосереджуватися може бути обмежена. Меседжі повинні бути дуже простими, короткими та переконливими.

Зосередьтеся на 1-2 ключових ідеях: «Від вас не повинно очікуватися нічого в обмін на допомогу. Якщо щось здається неправильним, існують безпечні способи про це повідомити». Почніть з базового про безпеку та гідність, а потім запропонуйте додаткову інформацію: «Ось додаткова інформація, якщо ви захочете ознайомитися пізніше».

Картку-нагадування або **буклет** слід пропонувати, а не нав'язувати. У стресовій ситуації деякі люди можуть не мати достатніх емоційних ресурсів, щоб одразу сприйняти інформацію. Поважайте особистий простір і право вибору:

“

“Якщо бажаєте, ви можете взяти цю картку. Вона пояснює ваші права і те, як отримати допомогу, якщо щось здається неправильним. Вам не обов'язково читати її зараз. Збережіть її на випадок, якщо вона стане потрібною пізніше, або якщо ви захочете поділитися нею з кимось іншим. Навіть якщо сьогодні проблем немає, ця інформація може допомогти вам або комусь із ваших знайомих у майбутньому.”

Різні простори у транзитних центрах пропонують різні можливості для взаємодії:

1. **Чайний куточок / зона для перекусу:** Ідеально підходить для пасивного інформування через **постери**, **наліпки** або **банери**. Люди тут більш спокійні та не поспішають, тому легше помітити інформацію.
2. **Їдальня:** Підходить для коротких індивідуальних бесід та роздачі **буклетів** або **карток**. Розмови повинні бути короткими та емпатійними.
3. **Безпечні дитячі простори:** Використовуйте візуальні матеріали, адаптовані для молодшої аудиторії. **Наліпки** та інші візуальні елементи добре підходять для підлітків і можуть бути розміщені, наприклад, на столах. Для отримання додаткових рекомендацій щодо дружніх до дітей ресурсів, див. [вебсторінку PSEA Network](#).
4. **Медичний куточок:** Ця зона зазвичай спокійна та більш приватна. Персонал може ненав'язливо передавати інформацію про ЗСЕН та запропонувати більш приватне місце для повідомлення про проблему або для запитань. **Банер** слід розмістити так, щоб його можна було побачити, зберігаючи при цьому приватність.
5. **Вбиральні та санітарні зони:** Вбиральні дають можливість спокійно ознайомитися з інформацією, не будучи поміченим іншими. Постери слід розміщувати **всередині біля дверей, дзеркал або умивальників**, де люди мають момент приватності. Це особливо підходить для QR-кодів, які можна сканувати конфіденційно.
6. **Житлові або прихисткові зони:** Ці простори дуже чутливі, оскільки люди відпочивають, відновлюються та можуть почуватися вразливими. Тут слід використовувати лише пасивні та ненав'язливі методи підвищення обізнаності. **Наліпки** з ключовими меседжами можна розміщувати на стінах, уникаючи при цьому близькості до ліжок.

Мобільні бригади

- Мобільні бригади часто працюють у динамічному середовищі та взаємодіють з людьми короткочасно. Інформування щодо ЗСЕН має бути коротким, гнучким та поважати приватність.
- Усі мобільні бригади повинні мати при собі **компактний набір ЗСЕН**, що містить ключові ресурси: **буклет**, **банер**, **наліпки** тощо. Наліпки або постери можна залишити на місці після візиту. Однак у такому разі рекомендується переконатися, що місцевий координатор громади має достатню обізнаність, щоб відповідати на запитання та допомагати людям дістатися каналів повідомлення про проблеми.
- Мобільні бригади повинні мати достатню кількість персоналу, щоб також підходити до невеликих груп або окремих осіб і проактивно взаємодіяти з громадами щодо ЗСЕН.
- Меседжі повинні бути короткими, чіткими та відповідати стандартам безпеки, описаним у попередньому розділі.

Візити додому / Візити «від дверей до дверей»

- Візити додому потребують високої чутливості та **обережної оцінки ситуації**. Заходи з підвищення обізнаності щодо ЗСЕН у таких випадках має здійснюватися лише персоналом, навченим приймати чутливі повідомлення.
- Оскільки візити додому зазвичай проводяться для літніх людей, осіб з обмеженою мобільністю та опікунів, найдоцільніші візуальні матеріали та дуже короткі пояснення.
- Інформацію щодо ЗСЕН слід надавати лише тоді, коли людина почувається комфортно, і це безпечно.
- Не використовуйте технічні терміни, поширюйте ключові меседжі про запобігання порушенням. Переконайтеся, що передача інформаційно-освітніх матеріалів не стигматизує отримувача допомоги.

Стаціонарні громадські центри та безпечні простори

- Ці локації дозволяють проводити більш структуроване та повторюване інформування. Мета полягає в тому, щоб познайомитись та сформувати довіру.
- Розміщуйте пасивні матеріали, такі як банери, у зонах високої видимості: при вході, на інформаційних стійках, біля зарядних станцій та у зонах для сидіння. Використовуйте **наліпки у вбиральнях** та роздавайте **інформаційні картки** всім відвідувачам, використовуючи вищезазначені ключові повідомлення.
- Рекомендується створити спеціальний куточок для зворотного зв'язку та інформаційну стійку. Якщо центр має постійний персонал, призначте контактну особу з питань ЗСЕН/убезпечення, яка повинна пройти поглиблене навчання, щоб безпечно допомагати людям з вибором каналу повідомлення про зловживання та подальшим перенаправленням. Інформацію слід повторювати регулярно, а також заохочувати ставити запитання. Деяким людям потрібно побачити матеріали кілька разів, перш ніж відчути готовність поставити запитання.
- Використовуйте **буклет** для коротких обговорень у неформальній обстановці,

наприклад, у кімнаті для відпочинку. Переконайтеся, що індивідуальні ситуації не обговорюються в групі.

- Проводьте групові інформаційні сесії з питань ЗСЕН у години пікового навантаження, якщо групове середовище безпечне для обговорення чутливих тем (наприклад, тільки для жінок). Додаткові рекомендації щодо групових сесій дивіться нижче.

Центри тимчасового розміщення

- Центри тимчасового розміщення є особливим типом стаціонарних центрів. Вони часто включають дуже різноманітні та вразливі групи, які живуть у близькому сусідстві. Заходи з підвищення обізнаності не повинні створювати стигми чи напруження.
- Розміщуйте матеріали у загальних кімнатах, кухнях, коридорах, вбиральнях та на дошках оголошень.
- Усі центри тимчасового розміщення повинні мати підготовлену контактну особу з питань ЗСЕН, яка може безпечно надавати підтримку, пояснювати способи повідомлення про порушення і забезпечувати подальше перенаправлення. Організація, яка підготувала таку контактну особу, повинна регулярно проводити для неї супервізійні сесії.
- Можливі короткі групові обговорення, якщо групове середовище безпечне для обговорення чутливих тем. Не починайте розмови поруч зі спальними зонами.

Навчальні або структуровані сесії з підвищення обізнаності

- Якщо ситуація безпеки дозволяє, інформаційно-освітні матеріали, випущені в рамках Кампанії, можуть стати частиною структурованого навчального процесу.
- **Основні принципи:**
 - Почніть з пояснення прав та очікуваної поведінки гуманітарних працівників.
 - Забезпечте безпеку учасників, тобто не засуджуйте, не діліться особистим досвідом у групі.
 - Використовуйте просту мову, адаптуйте історії до вашої аудиторії та звертайте увагу на тривожні сигнали.
 - Поширюйте інформацію про канали повідомлення та пояснюйте, як вони працюють, щоб учасники могли отримати підтримку у разі неправомірної поведінки.
 - Виділіть час на запитання та уточнення.
 - Забезпечте безпечні та конфіденційні умови для надання інформації після сесії.
 - Роздайте учасникам роздаткові матеріали: **буклет, інформаційну картку, записник, шопер** тощо. Це допоможе легше запам'ятати інформацію та поширити її серед родичів та сусідів.
- Щоб отримати додаткові рекомендації та матеріали щодо залучення дітей до структурованих індивідуальних та групових заходів, див. [вебсторінку PSEA Network](#).
- Щоб ознайомитися з детальним посібником з проведення громадських діалогів щодо ЗСЕН, доступним українською та англійською мовами, зі сценаріями, відео та настановами, див. [веб сторінку PSEA Network](#).

Слід робити	Не слід робити
Використовувати короткі, прості фрази	Використовувати технічну мову або юридичні терміни
Говорити тихо та ввічливо	Робити гучні оголошення про порушення
Пропонувати буклет та інформаційну картку без нав'язування	Нав'язувати матеріали або наполягати
Повторювати ключові меседжі	Надавати забагато інформації одразу
Перевіряти безпеку та конфіденційність	Обговорювати питання у публічних місцях
Використовувати наочні матеріали та наліпки	Припускати, що всі мають однаковий рівень грамотності
Носити футболку ЗСЕН і бути впізнаваним	Взаємодіяти без чіткої відповідальності
Запрошувати ставити запитання	Різно завершувати розмову
Пропонувати кілька варіантів повідомлення про порушення	Питати людей про їхню історію

Особливі міркування щодо залучення контактних осіб громади у сфері ЗСЕН / убезпечення

- Переконайтеся, що вони мають базову підготовку у сфері ЗСЕН/ убезпечення та знають, **що не слід робити**, якщо вони стали свідками або отримали інформацію про неправомірну поведінку (тобто не проводити розслідування, не збирати приватну інформацію, а натомість перенаправляти до спеціалізованих організацій).
- Їхня роль полягає в **тому, щоб пояснювати, заспокоювати, перенаправляти** і надавати базову інформацію. Забезпечте їх ресурсами для успішного виконання цієї ролі: короткі сценарії, друковані інструкції та контакти для повідомлення.
- Контактні особи громади, які будуть працювати волонтерами для проведення структурованих сесій, повинні спершу пройти тренінг для тренерів та отримати заздалегідь підготовлені сценарії для ознайомлення з питанням.
- Організації, які готують контактних осіб громади, повинні забезпечити наявність одного співробітника, який залишатиметься доступним для запитань та прийняття перенаправлень.
- Регулярно контактуйте з контактними особами громади для обговорення, перевірки розуміння та нагадування про доступні шляхи перенаправлення: які запитання ставили люди? чи впевнено вони пояснюють повідомлення?

Повний огляд матеріалів для громад наведено в [Додатку 2](#), їхні технічні характеристики – в [Додатку 3](#), а вимоги до друку – в [Додатку 4](#).

Матеріали доступні у спеціальній папці на [Google Drive](#).

Додатки

Додаток 1: Матеріали для взаємодії з персоналом

Продукт	Взаємодія з персоналом	Пояснення
Шопер	Шопери можна: - Роздати після інформаційної сесії щодо ЗСЕН. - Наповнити щонайменше буклетом з інформацією про ЗСЕН, додатковими продуктами (ручки тощо).	Не слід роздавати шопери окремо, оскільки це навряд чи сприятиме підвищенню обізнаності про ЗСЕН, якщо це не пов'язано з інформаційною сесією або якщо вони не роздаються разом з буклетом з детальнішою інформацією. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.
Банер (Ролап/Х)	Розміщується на заходах, тренінгах, зустрічах з громадами, у пунктах надання послуг, холах, приймальних зонах, залах очікування.	Ролап-банери забезпечують постійну наочність меседжів про ЗСЕН/ГЗН. Вони повинні залишатися видимими протягом усього заходу для посилення обізнаності.
Буклет	Розповсюджується під час інструктажу, тренінгів, заходів.	Буклети надають повну інформацію про ЗСЕН, канали повідомлення та послуги підтримки постраждалих. Вони є ключовим довідником, який учасники можуть взяти додому та поділитися з іншими.
Сертифікат	Видається учасникам після проходження тренінгів, семінарів або інших навчальних заходів.	
Іменний бейдж	Носиться персоналом, волонтерами та фасилітаторами під час тренінгів та польових візитів.	Іменні бейджі підвищують видимість, підзвітність та довіру. Наявність брендування ЗСЕН або слоганів на іменних бейджах підсилює інформування про те, що персонал доступний та підзвітний.

Записник	Видається учасникам під час тренінгів, семінарів або триваліших сесій.	Записники є практичними предметами, якими учасники користуватимуться і надалі, що забезпечуватиме повторне ознайомлення з інформацією і меседжами про ЗСЕН/ГЗН, надрукованими на обкладинці або сторінках. Записники повинні роздаватися під час сесій з підвищення обізнаності, щоб не сприйматися як подарунки.
Ручка	Роздається учасникам під час тренінгів, семінарів або триваліших сесій.	Ручки є функціональними предметами, які продовжують видимість меседжів про ЗСЕН, якщо вони містять брендування. Вони мають бути пов'язані із заходом з підвищення обізнаності, а не роздаватися окремо. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.
Постер	Розміщується в офісних приміщеннях.	Постери забезпечують стабільну видимість у місцях з інтенсивним потоком людей. Вони повинні містити короткі ключові меседжі та інформацію про гарячі лінії / механізми повідомлення.
Пауербанк	Видається польовому персоналу, волонтерам або контактним особам громади під час тренінгів або офіційних заходів.	Пауербанки є високопродуктивними пристроями, які можна брендувати номерами гарячих ліній або ключовими меседжами, забезпечуючи довготривалу видимість. З огляду на їхню вартість, розповсюдження повинно бути обмеженим для посилення підзвітності і має бути пов'язаним безпосередньо із залученням персоналу/волонтерів. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.
Презентація	Використовується під час інструктажу, тренінгів, адаптаційних сесій або заходів з підвищення обізнаності.	Презентації допомагають структурувати обмін інформацією, забезпечуючи узгоджене донесення ключових меседжів щодо ЗСЕН. Їх можна адаптувати до різної аудиторії (персонал, партнери, лідери громад) і завжди мають супроводжуватися інтерактивним обговоренням.

Наліпки	Розміщуються на ноутбуках, записниках, стінах офісних приміщень, дошках оголошень у громадах та роздаються учасникам під час заходів з підвищення обізнаності.	Наліпки слугують швидким та наочним нагадуванням про принципи ЗСЕН / ГЗН. Дизайн наліпки NO to SEA («Ні сексуальній експлуатації та нарузі») є широко впізнаваним і повинен розповсюджуватися лише серед персоналу. Інші наліпки можуть використовуватися як для персоналу, так і для громад. За винятком наліпки «ні сексуальній експлуатації та нарузі», усі інші дизайни можуть використовуватися як для персоналу, так і для громад.
Футболка	Носиться персоналом, волонтерами або розповсюджуються під час масштабних заходів, кампаній чи днів підвищення обізнаності.	Футболки забезпечують високу наочність та сприяють колективній відповідальності за ЗСЕН. Слогани або номери гарячих ліній підвищують впізнаваність. Їх слід використовувати обережно, щоб вони залишалися пов'язаними з ініціативами з підвищення обізнаності. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.

Додаток 2: Матеріали для взаємодії з громадами

Продукт	Взаємодія з громадами	Пояснення
Шопер	Шопери можна: - Роздати після інформаційної сесії щодо ЗСЕН. - Наповнити щонайменше буклетом з інформацією про ЗСЕН, додатковими продуктами (ручки тощо).	Не слід роздавати шопери окремо, оскільки це навряд чи сприятиме підвищенню обізнаності про ЗСЕН, якщо це не пов'язано з інформаційною сесією або якщо вони не роздаються разом з буклетом з детальнішою інформацією. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.
Банер (Ролап/Х)	Розміщується на заходах, тренінгах, зустрічах з громадами, у пунктах надання послуг, холах, приймальних зонах, залах очікування.	Ролап-банери забезпечують постійну наочність меседжів про ЗСЕН / ГЗН. Вони повинні містити прості, ефективні меседжі та залишатися видимими протягом всього заходу для підвищення обізнаності.
Буклет	Буклети можна розміщувати у стаціонарних просторах (приймальна зона/ зона очікування, безпечні простори, транзитні центри, громадські центри) та розповсюджувати після інформаційних сесій/ заходів з підвищення обізнаності.	Буклет містить повну інформацію, викладену простою мовою. За потреби його можна видавати з мінімальними додатковими поясненнями. Однак, найефективніше розповсюджувати буклет під час структурованої інформаційної сесії.
Браслет (світловідбивний)	Розповсюджується під час заходів для молоді, сесій у безпечних просторах, громадських заходів або днів підвищення обізнаності.	Браслети слугують невеликими візуальними нагадуваннями. Їх слід роздавати з чітким поясненням того, що вони символізують інформацію про права та способи повідомлення про порушення, і не є інструментом захисту. Браслети найкраще працюють, коли вони безпосередньо пов'язані з фасилітованою розмовою або групою сесією.

Картки (розміру візитівки)	Розповсюджуються під час візитів додому, виїзних заходів, індивідуальних консультацій або інших делікатних взаємодій.	Картки забезпечують конфіденційний спосіб передачі інформації про механізми повідомлення. Вони підходять для чутливих ситуацій і завжди повинні супроводжуватися усними поясненнями, щоб отримувачі розуміли, як і коли використовувати таку інформацію.
Записник	Видається учасникам під час тренінгів, семінарів або триваліших сесій.	Записники є практичними предметами, якими учасники користуватимуться і надалі, що забезпечуватиме повторне ознайомлення з інформацією і меседжами про ЗСЕН/ГЗН, надрукованими на обкладинці або сторінках. Завжди мають розповсюджуватися під час сесій з підвищення обізнаності, щоб не сприйматися як подарунки.
Ручка	Роздається під час семінарів, зустрічей з громадами або в рамках пакету інформаційно-освітніх матеріалів (з буклетом/ записником).	Ручки є функціональними предметами, які продовжують видимість повідомлень про ЗСЕН, якщо вони містять брендування. Вони повинні бути пов'язані із заходом з підвищення обізнаності, і не роздаватися окремо. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.
Постер	Розміщується у громадських центрах, пунктах надання допомоги, установах з надання послуг та безпечних просторах.	Постери забезпечують стабільну видимість у місцях з інтенсивним потоком людей. Вони повинні містити короткі ключові меседжі та інформацію про гарячі лінії / механізми повідомлення та візуальні матеріали, зрозумілі з першого погляду.
Пауербанки	Видаються контактним особам громади під час тренінгів або офіційних заходів.	Пауербанки є високопродуктивними пристроями, які можна брендувати номерами гарячих ліній або ключовими меседжами, забезпечуючи довготривалу

		видимість. З огляду на їхню вартість, розповсюдження має бути обмеженим для посилення підзвітності і бути пов'язаним безпосередньо із залученням громад. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.
Шаблони дописів у соціальних мережах	Поширюються через облікові записи організацій, партнерські платформи або онлайн-групи громад. (Див. тут для отримання детальних інструкцій)	Шаблони забезпечують узгоджене, брендоване інформування в усіх цифрових каналах. Вони можуть висвітлювати ключові дані кампаній, інформацію про гарячі лінії або гасла з підвищення обізнаності та легко адаптуються для різних аудиторій і контекстів.
Наліпки	Розміщуються на ноутбуках, записниках, стінах офісних приміщень, дошках оголошень у громадах та роздаються учасникам під час заходів з підвищення обізнаності.	Наліпки слугують швидкими та наочними нагадуваннями про ключові меседжі. Ключові меседжі є короткими та простими нагадуваннями про створення шанобливої атмосфери надання допомоги.
Футболка	Носяться персоналом, волонтерами або розповсюджуються під час масштабних заходів, кампаній чи днів підвищення обізнаності.	Футболки забезпечують високу наочність та сприяють колективній відповідальності за ЗСЕН. Слогани або номери гарячих ліній підвищують впізнаваність. Їх слід використовувати обережно, щоб вони залишалися пов'язаними з ініціативами з підвищення обізнаності. Дизайн однаковий як для персоналу, так і для громад.

Додаток 3: Технічні характеристики та інструкції щодо редагування

Цей додаток містить технічну інформацію щодо правильного редагування, брендування і друку матеріалів, які є частиною Комунікаційної кампанії «Говори, повідом, зупини!». Він доповнює Додаток 1 та Додаток 2, зосереджуючись на технічному використанні шаблонів. Наведені нижче специфікації застосовуються до всіх продуктів, якщо не зазначено інше.

Не всі матеріали цієї кампанії підлягають редагуванню. Лише перелічені нижче продукти можуть бути змінені і виключно у визначених для цього областях. Усі інші матеріали мають фіксований дизайн і повинні використовуватися без змін для збереження узгодженості та відповідності затвердженій візуальній ідентичності.

Перед друком або відтворенням будь-яких матеріалів користувачам слід уважно ознайомитися з цим додатком та дотримуватися наведених нижче кроків.

Файли, доступні для редагування

Шаблони з можливістю редагування дозволяють вносити обмежену інформацію, таку як логотипи організацій, механізми повідомлення або короткі текстові поля. Загальний макет, шрифти та кольори є фіксованими і не можуть бути змінені.

Продукт	Мова	Редаговані поля	Формат(-и) файлу	Примітки
Банер для персоналу	УКР / АНГЛ	Вставте лише механізм повідомлення	PDF	Збережіть оригінальні пропорції; не додавайте текст.
Банер для громад	УКР / АНГЛ	Вставте лише логотип	PDF	Збережіть оригінальні пропорції; не додавайте текст.
Записник (синій) – персонал	АНГЛ	Вставте текст, логотип, механізм повідомлення	PDF	Редаговані поля лише на передній та задній обкладинках.
Записник (білий) – персонал	АНГЛ	Вставте текст, логотип, механізм повідомлення	PDF	Редаговані поля лише на передній та задній обкладинках.
Записник (синій) – громада	УКР / АНГЛ	Вставте текст, логотип, механізм повідомлення	PDF	Редаговані поля лише на передній та задній обкладинках.
Записник (білий) – громада	УКР / АНГЛ	Вставте текст, логотип, механізм повідомлення	PDF	Редаговані поля лише на передній та задній обкладинках.

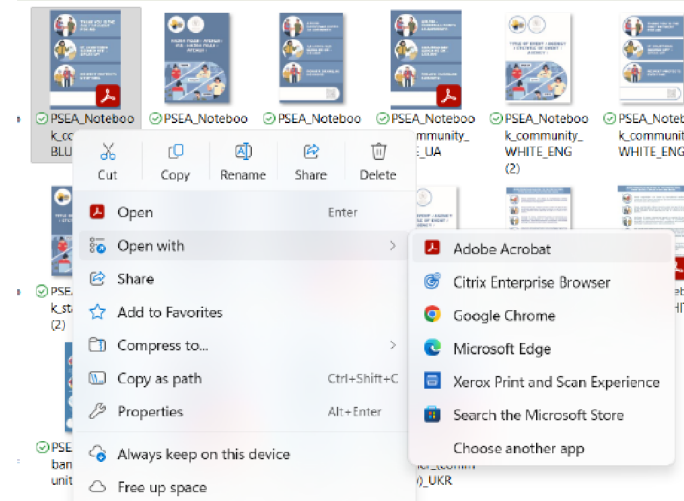
Буклет – персонал	УКР / АНГЛ	Вставте механізм повідомлення	PDF	Редагована зона на сторінках 2, 26.
Бейдж / іменний бейдж	УКР / АНГЛ	Вставте назву заходу, ім'я учасників та назву організації	PDF	Шаблон доступний для редагування.
Пауербанк	УКР / АНГЛ	Вставте логотип і короткий текст	PDF	Зона друку обмежена 3 x 6 см; текст має бути мінімальним.

Інструкції щодо редагування

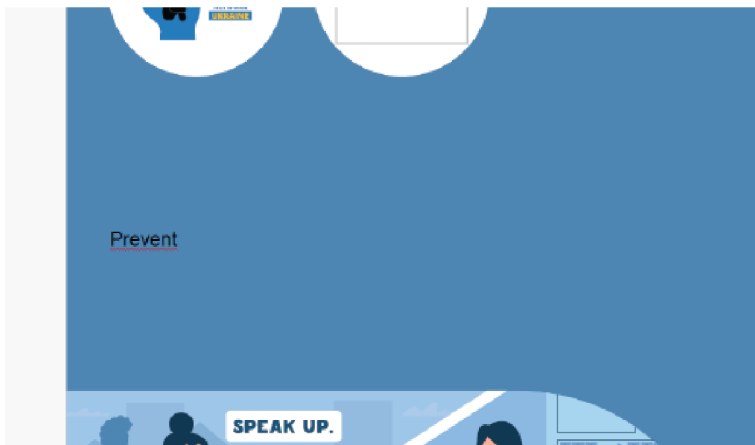
- Змінюйте лише ті області, які позначені як такі, що доступні для редагування у таблиці вище.
- Не змінюйте палітру кольорів, фон, ілюстрації або пропорції будь-яких елементів.
- Усі текстові поля, доступні для редагування, попередньо налаштовані на шрифт Open Sans, що забезпечує єдиний візуальний стиль.
- Уникайте додавання нових елементів дизайну, переміщення заповнювачів або зміни вирівнювання.

ЯК ВСТАВИТИ ТЕКСТ

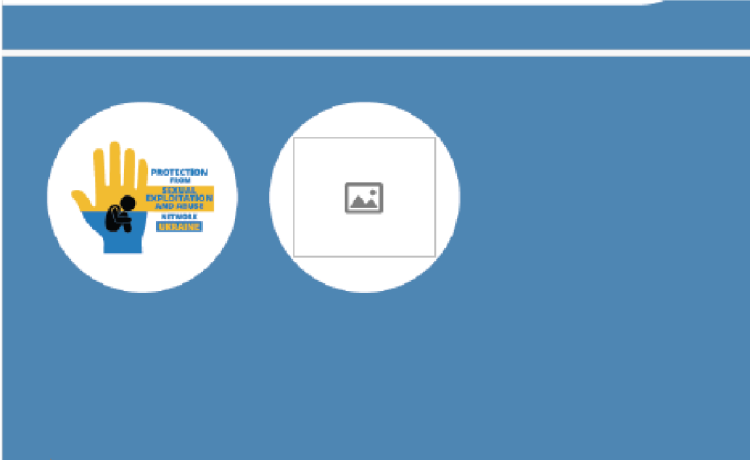
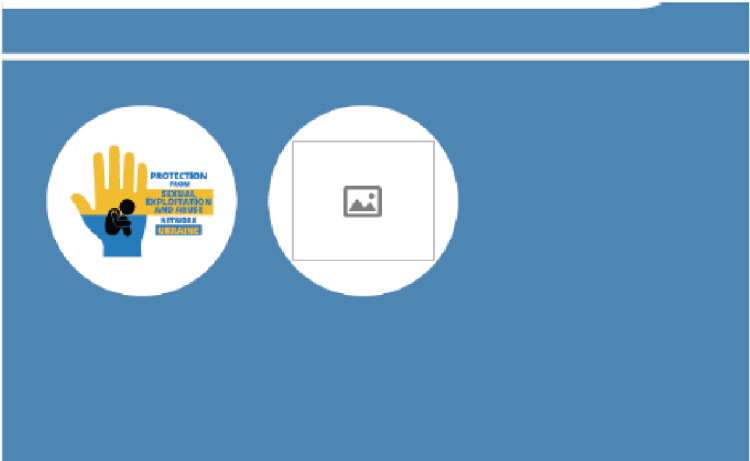
1. Відкрийте файл, який підлягає редагуванню, у вашому браузері (для інтерактивних PDF-файлів) або в Adobe Reader / Acrobat.



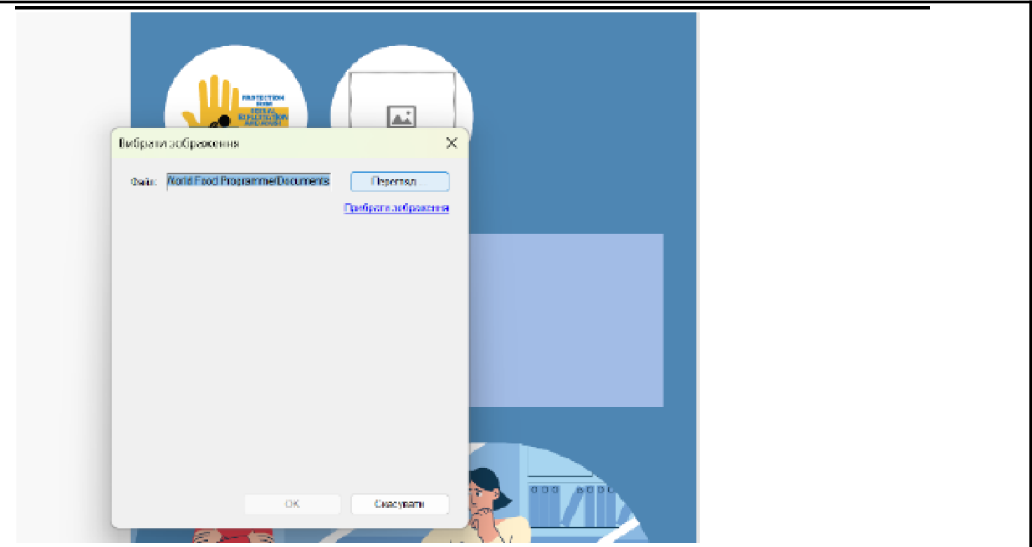
2. Двічі клацніть усередині виділеного текстового поля.
 - Введіть або вставте інформацію, що стосується вашої організації (наприклад, номер гарячої лінії, адреса електронної пошти, QR-код або ім'я співробітника).
 - Попередньо налаштовані параметри шрифту, розміру та кольору застосуються автоматично.



Не створюйте нові текстові поля та не переміщуйте існуючі.

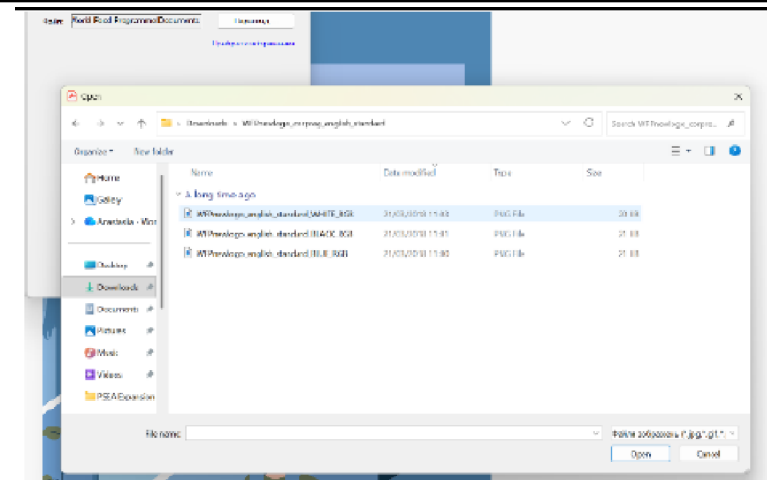
3. Клацніть поле з написом «Логотип», лише якщо вам також потрібно вставити логотип (див. інструкції нижче, як вставити логотип)	
4. Збережіть та експортуйте файл як PDF-файл, готовий до друку (СМΥΚ, 300 DPI), перш ніж друкувати або ділитися ним.	
ЯК ВСТАВИТИ ЛОГОТИП	
1. Клацніть на спеціальному полі логотипу (контурована або затінена область)	

2. Виберіть файл логотипу на своєму пристрої.



3. Використовуйте файл високої роздільної здатності PNG або SVG з прозорим фоном.

- Переконайтеся, що логотип має відповідні пропорції та залишається в межах визначеної зони.
- Не змінюйте розмір, не розтягуйте і не переміщуйте логотип за межі заповнювача.



4. Перед друком або поширенням збережіть та експортуйте файл у форматі PDF, готовому до друку (СМΥΚ, 300 DPI).

Додаток 4: Технічні вимоги до друку

У таблиці нижче наведено технічні параметри друку для кожного продукту. Ці специфікації забезпечують візуальну узгодженість матеріалів.

Усі розміри є орієнтовними та можуть коригуватися залежно від полів друку та доступних форматів паперу, однак пропорції повинні залишатися незмінними.

Продукт	Розмір / формат	Папір / матеріал	Покриття	Примітки
Банер – персонал	80 x 200 см (стандартний ролап)	ПВХ або синтетична тканина	Матове, повнокольорове	Розміщується на тренінгах, зустрічах, у вхідних зонах. Залиште нижнє поле 3 см для кріплення в основі. Перед друком вставте механізм повідомлення.
Банер – громади	80 x 200 см (стандартний ролап)	ПВХ або синтетична тканина	Матове, повнокольорове	Таке саме співвідношення розмірів, як і у версії для персоналу; перед друком додайте логотип організації.
Буклет – персонал	A5, 28 сторінок	Обкладинка 200 г/м ² / сторінки 100 г/м ²	Матове ламінування обкладинки	Скріплено скобами або клеєм. Перед друком перевірте порядок сторінок і додайте механізм повідомлення.
Буклет – громади	A5, 22 сторінки	Обкладинка 200 г/м ² / сторінки 100 г/м ²	Матове ламінування обкладинки	Скріплено скобами або клеєм. Перед друком перевірте порядок сторінок.
Записник (синій / білий) – персонал	A5, передня та задня обкладинка	Обкладинка 250 г/м ² / сторінки 100 г/м ²	Матове ламінування обкладинки	Спиральне або клейове скріплення. Поля для редагування лише на обкладинках. Перед друком додайте номер гарячої лінії та логотип.
Записник (синій / білий) – громади	A5, передня та задня обкладинка	Обкладинка 250 г/м ² / сторінки 100 г/м ²	Матове ламінування обкладинки	Спиральне або клейове скріплення. Поля для редагування лише на обкладинках. Перед друком додайте номер гарячої лінії та логотип.

Бейдж / іменний бейдж	10 x 15 см (лицьова сторона)	Картон 250 г/м ²	Матове	Можна заламінувати або вставити в пластиковий чохол. Додайте текст перед друком.
Наліпка	Кругла форма, 45 x 45 мм, 4 мм поле для друку	Вініл	Глянцеве / водостійке	Може друкуватися як окремими наліпками, так і у вигляді наборів по 6 штук.
Постер	A2	Папір для постерів	Матове	Має бути читабельним з відстані 2-3 метри.
Область друку на шопері	Область друку 36 x 30 см	Бавовна або еко-полотно	Односторонній друк	Не підлягає редагуванню.
Пауербанк	Область друку 3 x 6 см	Пластикова або металева поверхня	УФ-друк / лазерне гравірування / наліпка	Вставте лише логотип і короткий текст. Перед виробництвом обов'язково узгодьте тестовий друк з постачальником.
Футболка	Діаметр: перед 7-8 см, спина 20 x 25 см	Суміш бавовни або поліестеру	Трафаретний друк / термоперенесення	Переважно білий фон.
Ручка	140 x 10 мм	Пластик	Матове	Не підлягає редагуванню. Перевірте вирівнювання по центру.
Світловідбивний браслет	30 x 300 мм	Світловідбивний силікон або ПВХ	Матове	Не підлягає редагуванню.
Візитівки / поштові листівки	5 x 10 см	Картон 300 г/м ²	Матове	Не підлягає редагуванню.

Шаблон PowerPoint

Шаблон презентації, наданий у рамках цієї Комунікаційної кампанії, розроблений для того, щоб усі партнери та контактні особи використовували єдину візуальну ідентичність під час підготовки заходів з підвищення обізнаності, навчальних матеріалів або внутрішніх брифінгів щодо ЗСЕН.

Загальні вимоги до дизайну	Шрифт: Open Sans Розміри шрифту: • Слайд заголовка: 44 пт • Заголовки розділів: 32 пт • Основний текст: 18-22 пт • Примітки/посилання: 12 пт Вирівнювання: текст по лівому краю, заголовки по центру.
Як користуватися шаблоном	• Відкрийте шаблон у PowerPoint або Google Slides (дизайн зберігається в обох програмах). • Продублюйте наявні слайди, щоб зберегти структуру та макет. • Замініть текст і зображення заповнювача лише у визначених областях. • Не переміщуйте та не видаляйте поля верхнього та нижнього колонтитулів або розміщення логотипа. • Використовуйте існуючі типи слайдів (заголовок, розділювач розділів, зміст, кінцевий слайд) для забезпечення узгодженої структури.
Перевірка доступності	Перш ніж закінчити будь-яку презентацію: Перейдіть до розділу Review (Переглянути) – Check Accessibility (Перевірити доступність) у PowerPoint (або скористайтесь додатковою функцією Check Accessibility (Перевірити доступність) у Google Slides). Усуньте всі зауваження, які стосуються: • відсутніх заголовків слайдів; • недостатнього контрасту кольорів; • відсутнього альтернативного тексту для зображень або некоректного порядку читання текстових полів. • Використовуйте прості елементи дизайну з високим контрастом та уникайте тексту розміром менше 18 пт.