

Затверджено
Протоколом № 5 від 19 червня 2026 року
Засідання Правління Громадської організації
«Асоціація сімейних медіаторів України»

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ “АСОЦІАЦІЯ СІМЕЙНИХ МЕДІАТОРІВ УКРАЇНИ”

1. Загальні положення

1.1. Визначення та мета комунікаційної політики

Комунікаційна політика Громадської організації “Асоціація сімейних медіаторів України” (далі - ГО АСМУ або Асоціація) - це принципи, правила та комплексна концепція комунікаційної взаємодії всередині організації та від імені організації назовні, з фізичними та юридичними особами, розроблена та впроваджена з метою створення сприятливих умов стабільної діяльності у визначених комунікаційних напрямках, підвищення ефективності реалізації місії та завдань ГО АСМУ.

Метою цієї Політики є створення зрозумілих, послідовних і професійних правил комунікації, які сприяють реалізації статутних цілей Асоціації, зміцненню довіри до неї та належному представництву сімейної медіації в Україні.

1.2. Політика поширюється на:

- членів Правління;
- членів Асоціації;
- осіб, уповноважених здійснювати комунікацію від імені Асоціації;
- осіб, які готують, погоджують або поширюють інформаційні матеріали через комунікаційні ресурси Асоціації.

1.2.1. Офіційною позицією Асоціації вважається позиція, висловлена:

- у документах, заявах, коментарях або публікаціях, погоджених у встановленому порядку;
- уповноваженими особами в межах наданих їм повноважень;
- за рішенням Правління.

1.2.2. Члени Асоціації мають право на особисту публічну позицію, але при цьому мають утримуватися від створення враження, що така позиція є офіційною позицією ГО АСМУ, якщо вона не була погоджена.

1.3. Політика застосовується до:

- офіційного сайту Асоціації;
- сторінок Асоціації в соціальних мережах;
- розсилок;
- презентаційних, друкованих та цифрових матеріалів;
- публічних заяв, коментарів, анонсів, інформаційних повідомлень та інших матеріалів, що поширюються від імені Асоціації.

2. Комунікаційні цілі ГО АСМУ

2.1 Головні комунікаційні напрямки ГО АСМУ:

2.1.1. Популяризація медіації як мирного способу врегулювання сімейних конфліктів у суспільстві.

2.1.2. Інформування сімейних медіаторів про можливості розвитку та професіоналізації.

2.2. Комунікація Асоціації здійснюється на засадах:

- професійності;
- доброчесності;
- поваги до людини;
- достовірності інформації;
- послідовності;
- неупередженості;
- етичності;
- дотримання конфіденційності;
- відповідності місії, цінностям та репутаційним інтересам* Асоціації.

*Репутаційні інтереси АСМУ - це немайнові інтереси, пов'язані з формуванням, збереженням і захистом ділової репутації, довіри та позитивного сприйняття організації з боку зацікавлених сторін (партнерів, клієнтів, суспільства, держави).

Асоціація у своїй комунікації:

- не поширює недостовірну, маніпулятивну або неперевірену інформацію;
- не допускає мови ворожнечі, дискримінації, приниження, токсичної або образливої комунікації;
- не поширює інформацію, яка суперечить законодавству України, професійній етиці медіатора.

2.3. У разі підготовки матеріалів на чутливі теми, пов'язані з сімейними конфліктами, дітьми, вразливими групами населення або практикою медіації, особлива увага приділяється етичності, точності формулювань і недопущенню розкриття конфіденційної інформації.

2.4. Правління:

- затверджує цю Політику та зміни до неї;
- затверджує члена ГО АСМУ, відповідального за комунікаційний напрямок;
- визначає ключові комунікаційні пріоритети;
- ухвалює рішення у спірних, чутливих або репутаційно значущих питаннях;
- погоджує використання логотипа у випадках, передбачених цією Політикою.

2.5. Член Асоціації, відповідальний за комунікаційний напрямок:

- координує щоденну реалізацію комунікаційної політики та стратегії;
- організовує підготовку та погодження матеріалів;
- здійснює первинний розгляд запитів про поширення інформації;
- приймає рішення у межах цієї Політики, крім випадків, віднесених до компетенції Правління;
- ініціює винесення питання на розгляд Правління у випадку сумніву, конфлікту інтересів або репутаційного ризику.

2.6. Члени Асоціації, які готують або подають матеріали для поширення від імені Асоціації, зобов'язані дотримуватися цієї Політики.

2.7. Особисті публічні висловлювання членів Асоціації не вважаються офіційною позицією ГО АСМУ, якщо інше прямо не зазначено або якщо особа не була уповноважена виступати від імені Асоціації.

3. Перелік комунікаційних платформ ГО АСМУ, їхні характеристики, а також порядок їхнього використання

Перелік офіційних комунікаційних ресурсів, а також відповідальні особи за їх адміністрування та наповнення, затверджуються окремим рішенням Правління або внутрішнім розпорядженням.

Вид платформи	Посилання	Спосіб комунікації	Спосіб долучення	Реклама подій партнерів
Сайт	https://www.afmu.org.ua/	Односторонній з можливістю звернення	Відкритий доступ	Ні
Facebook	https://www.facebook.com/afmu.org.ua	Односторонній з можливістю коментування та написання особистих повідомлень	Відкритий доступ	Так
Instagram	https://www.instagram.com/family_mediators_ua/	Односторонній з можливістю коментування та написання особистих	Відкритий доступ	Так

		повідомлень		
YouTube	https://www.youtube.com/@family_mediators_ua	Односторонній з можливістю коментування	Відкритий доступ	Ні
Відкрита група Телеграм	http://afmu.org.ua/	Односторонній з можливістю коментування	Відкритий доступ	Так, не частіше 2 на місяць за умови взаємної реклами
Чат членів АСМУ	надається лише членам	Двосторонній	Закритий доступ (лише для членів)	Відповідно до правил взаємодії в чаті
LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/afmu/	Односторонній з можливістю коментування та написання особистих повідомлень	Відкритий доступ	Ні

4. Вимоги до матеріалів

4.1 На комунікаційних платформах ГО АСМУ можуть поширюватися інформація та матеріали, які створені членами управлінських та/або виконавчих органів ГО АСМУ, безпосередньо членами ГО АСМУ, а також іншими організаціями або особами, матеріали яких сприяють реалізації місії ГО АСМУ.

4.2 Матеріали повинні відповідати таким вимогам:

- містять доброчесну, актуальну, повну та перевірену інформацію, що змістовно відповідає місії та цілям Асоціації загалом та/або комунікаційним цілям зокрема. Відповідальність за зміст матеріалу несе автор;
- викладені об'єктивно та збалансовано, з дотриманням цінностей ГО АСМУ (довіра, підтримка, професіоналізм);
- написані в дружньо-професійній тональності;
- не містять токсичних висловлювань, лайливої лексики, а також іншої інформації, поширення якої заборонено відповідно до ст. 28 Закону України «Про інформацію»;
- не порушують принцип конфіденційності медіації.

У разі підготовки інформаційних, навчальних або презентаційних матеріалів у межах діяльності Асоціації перевага надається використанню затверджених шаблонів, з необхідністю дотримання візуального стилю та узгоджених формулювань.

Матеріали готуються за шаблоном АСМУ і за 3 дні надсилаються на перегляд та погодження особі, відповідальній за комунікаційний напрямок, якщо не погоджено інше.

4.3. Відповідальна особа здійснює первинний розгляд матеріалу та приймає одне з рішень:

- погодити до поширення;
- повернути на доопрацювання із зауваженнями;
- передати на розгляд Правління.

4.4. Правління розглядає матеріали у випадках, якщо:

- матеріал стосується офіційної позиції Асоціації;
- матеріал має потенційний репутаційний ризик;
- матеріал стосується чутливих, спірних або конфліктних питань;
- використовується логотип Асоціації у випадках, що потребують рішення Правління;
- є сумнів щодо відповідності матеріалу цій Політиці.

4.5. У разі відмови у поширенні матеріалу особі, яка його подала, повідомляється, що матеріал не відповідає вимогам цієї Політики, комунікаційним пріоритетам або поточним ресурсним можливостям Асоціації.

4.6. Порядок використання матеріалів

Якщо матеріали готуються членами АСМУ для проведення заходів в межах діяльності Асоціації, які організовані зусиллями АСМУ, то такі матеріали після проведення заходу залишаються доступними для подальшого використання Асоціацією, зі збереженням авторства розробників.

5. Особливості поширення інформації про некомерційні (безоплатні) події третіх осіб

5.1. Поширення інформації про некомерційні (безоплатна участь) третіх осіб можлива за умови виконання низки критеріїв:

- звернення такої третьої особи з проханням про розміщення інформації про подію (повідомлення члену АСМУ, відповідальному за комунікаційний напрямок);
- надання тексту та картинки для розміщення, формат яких відповідає вимогам цієї Політики;
- подія повинна бути тематично пов'язана із сімейною медіацією, врегулюванням сімейних конфліктів, правами дитини, доступом до правосуддя, розвитком медіації або суміжними до діяльності Асоціації напрямками;

- не суперечить місії, цінностям та репутаційним інтересам Асоціації;
- відповідає вимогам цієї Політики;
- ГО АСМУ розміщує інформацію про події партнерів відповідно до контент-плану.

5.2. У разі, якщо подія стосується медіації загалом (комерційної, трудової тощо) або інших тем і не має безпосереднього відношення до сімейних конфліктів, ГО АСМУ може розглянути можливість публікації інформації про таку подію за умови:

- не більше двох матеріалів на місяць щодо тем, зазначених вище;
- взаємна публікація про події ГО АСМУ на комунікаційних платформах іншої організації.

5.3. Для розгляду питання про поширення інформації надається:

- короткий опис події;
- дата, час, формат і посилання на реєстрацію або участь;
- інформація щодо безоплатності;
- текст анонсу;
- візуальні матеріали, якщо вони передбачені;
- інформація про організатора.

5.4. Рішення про поширення інформації про некомерційну подію приймається відповідальною особою за комунікаційний напрямок, а у спірних випадках — Правлінням.

5.5. Асоціація не зобов'язана поширювати всі отримані анонси. Рішення ухвалюється з урахуванням відповідності події цій Політиці, комунікаційних пріоритетів, репутаційних міркувань та наявних організаційних ресурсів.

5.6. Обсяг і формат поширення інформації про некомерційні події третіх осіб визначаються Асоціацією самостійно.

6. Поширення інформації про комерційні події третіх осіб (події, за участю в яких передбачена оплата).

Інформація про комерційні події третіх осіб може поширюватися в закритому чаті членів АСМУ у випадку, якщо такі треті особи пропонують спеціальні умови участі для членів Асоціації у такій події.

Рішення про таке поширення приймається Правлінням. АСМУ залишає за собою право відмовити в поширенні, скориставшись правом не надавати пояснень причин такої відмови.

Інформація про подію має відповідати всім вимогам, зазначеним в пункті 5 цієї Політики, а також містити інформацію про вартість та суть спеціальних умов для членів АСМУ.

7. Комунікаційні положення щодо організації заходів

7.1 Визначення:

- Організатор — це юридична або фізична особа, яка займається повним плануванням, підготовкою та проведенням подій. Відповідає за розробку концепції, написання сценарію, підбір локації, бюджетування, управління підрядниками та координацію всього процесу для досягнення цілей заходу.
- Співорганізатор — це юридична або фізична особа, яка бере участь в організації події разом з організатором. Співорганізатори часто відповідають за один або декілька конкретних аспектів (наприклад, фінансування, технічне забезпечення, залучення учасників, надання локації, комунікація тощо). Співорганізатор поділяє відповідальність за результат.
- Партнер — це юридична або фізична особа, яка підтримує реалізацію події чи проєкту фінансово, інформаційно, експертно, технічно або ресурсно, але не здійснює спільного загального організаційного управління і не несе рівної з організатором відповідальності за проведення.
- Учасник — це фізична особа, яка безпосередньо залучена до події. Може виступати як доповідач або відвідувач (глядач), що бере активну чи пасивну участь у процесі, наприклад, навчається, обмінюється досвідом або переглядає виступ тощо.

7.2 Залучення АСМУ як партнера або співорганізатора заходів

7.2.1. ГО АСМУ може бути залучена до заходу як партнер або співорганізатор у разі, якщо захід відповідає місії, цінностям, статутним цілям, комунікаційним та стратегічним пріоритетам Асоціації.

7.2.2. Рішення про участь ГО АСМУ як партнера або співорганізатора заходу приймається Правлінням або уповноваженою ним особою з урахуванням:

- тематики заходу;
- його відповідності діяльності Асоціації;
- очікуваного репутаційного ефекту;
- наявних організаційних, людських та часових ресурсів;
- умов участі АСМУ в заході.

7.2.3. Статус АСМУ як партнера або співорганізатора заходу має бути чітко визначений до початку комунікації про захід.

7.2.4. У разі залучення АСМУ як партнера або співорганізатора мають бути попередньо узгоджені:

- формат участі АСМУ;
- обсяг організаційної, експертної, інформаційної або іншої підтримки;
- порядок використання назви та логотипа АСМУ;
- порядок погодження анонсів, програм, візуальних та інших комунікаційних матеріалів;
- умови фінансової участі сторін, якщо такі передбачені.

7.2.5. Використання статусу партнера або співорганізатора не допускається, якщо АСМУ фактично не бере участі в підготовці, змістовному наповненні, інформаційному супроводі або іншій погодженій формі підтримки заходу.

8. Оплатність заходів

8.1. Захід, організатором, співорганізатором або партнером якого є ГО АСМУ, може бути безоплатним, оплачуваним або передбачати благодійний внесок.

8.2. Інформація про умови участі у заході, зокрема про оплатність або наявність благодійного внеску, має бути викладена чітко, прозоро і недвозначно в усіх основних комунікаційних матеріалах про захід.

8.3. Якщо ГО АСМУ є організатором або співорганізатором заходу, рішення про оплатність заходу, розмір оплати, наявність благодійного внеску або інші фінансові умови участі приймаються завчасно та мають бути належним чином відображені в комунікації про захід.

8.4. ГО АСМУ може зазначати умовою участі в заході внесення організаційного/реєстраційного внеску. Якщо такий внесок є умовою участі у заході, це має бути прямо зазначено як умова участі із зазначенням розміру такого внеску.

8.5. Розміщення пропозиції щодо благодійного внеску

8.5.1. Якщо ГО АСМУ виступає організатором або співорганізатором заходу, у комунікаційних матеріалах може бути розміщена пропозиція щодо благодійного внеску на підтримку діяльності Асоціації або на покриття витрат, пов'язаних з організацією заходу.

8.5.2. Пропозиція щодо благодійного внеску має бути сформульована чітко та прозоро і не повинна вводити в оману щодо його обов'язковості.

9. Використання логотипа або брендованої продукції АСМУ

9.1 Використання логотипа можливе лише після погодження:

- для публікацій в соціальних мережах та/або на сайтах, презентацій тощо: погоджує член ГО АСМУ відповідальний за комунікаційний напрям;
- для друкованих матеріалів: рішення Правління або письмове погодження за підписом Голови Правління;
- для сертифікатів: рішення Правління;

Логотип використовується у разі, якщо ГО АСМУ була організатором, співорганізатором або партнером проведеного навчання/заходу.

Суб'єкт освітньої діяльності, який приєднався до Зasad базової підготовки сімейного медіатора, затверджених ГО «Асоціація сімейних медіаторів України», має право повідомляти про таке приєднання у своїх інформаційних, рекламних та інших комунікаційних матеріалах.

Таке повідомлення має бути точним, добросовісним і не повинно створювати враження, що ГО «Асоціація сімейних медіаторів України» здійснила акредитацію, сертифікацію, перевірку або схвалення конкретної освітньої програми, суб'єкта освітньої діяльності чи виданих ним сертифікатів, якщо інше прямо не підтверджено Асоціацією.

На сертифікатах про завершення базової підготовки сімейного медіатора зазначається дисклеймер у формулюванні, передбаченому Засадами базової підготовки сімейного медіатора.

Не допускається довільна зміна, скорочення або доповнення цього формулювання, якщо внаслідок цього може бути спотворено його зміст або створено неправильне уявлення про статус освітньої програми чи характер взаємодії з Асоціацією.

- для продукції: рішення Правління.

9.2 Вимоги до розміщення логотипа:

- достатня відстань навколо логотипу (погоджується для кожного випадку окремо)
- однаковий розмір з іншими логотипами організацій того ж порядку (організатор / співорганізатор / партнер тощо)

10. Дії у кризових та спірних комунікаційних ситуаціях

10.1. У випадку кризової, конфліктної або репутаційно чутливої ситуації публічне реагування від імені Асоціації здійснюється лише після розгляду ситуації та голосування Правління відповідно до Протоколу.

Якщо питання стосується члена Правління, то такий член утримується від голосування. В таких випадках на засідання Правління обов'язково запрошуються члени Наглядової ради з правом дорадчого голосу.

10.2. До моменту погодження офіційної позиції, членам Асоціації, які не уповноважені на публічне реагування, рекомендується утримуватися від коментарів.

10.3. У невідкладних випадках первинне коротке повідомлення може бути підготовлене особою відповідальною за комунікаційний напрямок, погоджене з Головою Правління та опубліковане.

11. Відповідальність

11.1. Особи, які використовують комунікаційні ресурси Асоціації або діють від її імені у сфері комунікації, несуть відповідальність за дотримання цієї Політики в межах своїх повноважень.

Відповідальність може включати:

- обов'язок спростування/видалення публікації на вимогу особи, відповідальної за комунікаційний напрямок;
- відсторонення від виконання покладених повноважень особи, відповідальної за комунікаційний напрямок до відповідного рішення Правління.

11.2. У випадку, якщо є інформація щодо ймовірного порушення положень цієї Політики членами АСМУ або третіми особами:

- Правління розглядає такий випадок та приймає рішення щодо наявності порушення та способу його усунення;
- у разі встановлення порушення, особа, відповідальна за комунікаційний напрямок надсилає такий особі офіційне звернення за підписом Голови Правління з вимогою щодо усунення виявленого порушення у строки й у спосіб визначений Правлінням;
- така особа зобов'язана усунути порушення у строки й у спосіб визначений Правлінням;
- якщо така особа, яка є членом АСМУ, не вжила відповідних заходів у строки й у порядку, встановленому Рішенням Правління з моменту отримання звернення і за рішенням Правління, її дії визнаються такими, що завдали та завдають репутаційної шкоди Асоціації, до неї застосовується відповідальність відповідно до Статуту;
- АСМУ залишає за собою право у будь-якому разі вжити публічних заходів щодо усунення виявленого порушення.

11.3. Правління здійснює загальний нагляд за дотриманням цієї Політики.

11.4. Член Асоціації, відповідальний за комунікаційний напрямок, здійснює поточний контроль за дотриманням цієї Політики у щоденній комунікаційній роботі.

12. Кінцеві положення

12.1. Ця Політика набирає чинності з моменту її затвердження Правлінням ГО АСМУ.

12.2. Політика має бути оприлюднена на офіційному сайті Асоціації та/або в інших офіційних комунікаційних ресурсах.

12.3. Зміни до цієї Політики затверджуються рішенням Правління ГО АСМУ.

12.4. Ця Політика діє до затвердження нової редакції або до визнання її такою, що втратила чинність, рішенням Правління ГО АСМУ.

12.5. Додатки є невід'ємною частиною цієї Політики.

Додаток 1. Шаблон презентації - [завантажити](#)

Додаток 2. Правила брендування - [завантажити](#)

Додаток 3. Правила комунікації в чаті членів - [завантажити](#)