

Затверджено Рішенням Правління АПУ
від 24 червня 2025 р.

Президент Микола СТЕЦЕНКО

ПОЛІТИКА комунікацій ВГО «Асоціації правників України»

Дана Політика розроблена на виконання Статуту Всеукраїнської громадської організації «Асоціація правників України» (надалі також — ВГО «Асоціація правників України», «АПУ», «Асоціація»).

Визначення термінів

- **АПУ** — Всеукраїнська громадська організація "Асоціація правників України".
- **Політика** — ця Комунікаційна політика АПУ.
- **Секретаріат** — орган АПУ, що здійснює організаційну поточну роботу.
- **Етична Комісія** — незалежний орган Асоціації, який створюється та діє з метою забезпечення дотримання членами Асоціації вимог до етичних та моральних аспектів їхньої професійної діяльності, контролю за дотриманням членами Асоціації Етичних правил правника, положень Статуту та інших внутрішніх документів Асоціації.
- **Структурні підрозділи** — комітети, відділення, секції тощо.
- **Комунікація** — будь-яка внутрішня або зовнішня дія, що передбачає передачу інформації або репрезентацію позицій АПУ.
- **Кризова ситуація** — подія, яка потенційно може вплинути на репутацію АПУ або викликати суспільний резонанс.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Ця Політика визначає принципи, механізми та процедури внутрішньої та зовнішньої комунікації Всеукраїнської громадської організації «Асоціація правників України» (далі - Асоціація), встановлює правила взаємодії з медіа, громадськістю, державними органами, партнерами, членами Асоціації та іншими зацікавленими сторонами. Мета - забезпечити послідовну, прозору, етичну та ефективну комунікацію, яка відображає місію, цінності й репутаційні орієнтири Асоціації.

1.2. Сфера дії. Політика поширюється на всіх членів Асоціації, Секретаріат, членів керівних органів, консультантів, волонтерів та інших осіб, які діють від імені або в інтересах Асоціації у сфері публічної комунікації.

1.3. Ця Політика узгоджена із:

- Статутом Асоціації;
- положенням про захист персональних даних;
- Етичними правилами правників;
- Етичним кодексом юридичного бізнесу;

- внутрішніми документами АПУ, що регулюють діяльність керівних органів.

1.4. Комунікації Асоціації базуються на принципах:

- прозорості й правдивості;
- нейтральності й аполітичності;
- поваги до прав людини;
- недискримінації;
- захисту приватності й конфіденційності;
- професіоналізму й етичності;
- відкритості до діалогу з критиками.

1.5. Відмежування відповідальності. Асоціація не несе відповідальності за особисті висловлювання або дії окремих її членів, у тому числі у публічній площині, якщо такі не були погоджені як офіційна позиція Асоціації. У свою чергу, члени Асоціації, незалежно від професійного статусу (зокрема судді, адвокати, науковці, державні службовці та інші), не несуть відповідальності за зміст або наслідки офіційних заяв, опублікованих від імені Асоціації, якщо вони не брали безпосередньої участі в їх формуванні або погодженні.

РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ

2.1. Президент Асоціації. Має виключне право публічно представляти Асоціацію та формулювати її офіційну позицію, за винятком випадків делегування цих повноважень.

2.2. Секретаріат. Секретаріат відповідає за розробку й реалізацію комунікаційної стратегії, оперативне управління репутаційними ризиками, взаємодію з медіа, інформаційні кампанії, підготовку спікерів, антикризові комунікації та звітність.

2.3. Комунікаційна команда. Складається з фахівців Секретаріату у галузі PR, маркетингу, SMM, дизайну, кризового реагування та працює за погодженим планом. У разі надзвичайної ситуації підпорядковується Президенту.

2.4. Члени керівних органів. Зобов'язані:

- погоджувати публічні заяви, якщо вони можуть бути сприйняті як позиція Асоціації;
- розмежовувати особисту думку та позицію АПУ;
- уникати ситуацій, що створюють конфлікт інтересів або загрожують репутації Асоціації.

РОЗДІЛ 3. ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ

3.1. Внутрішня комунікація — це обмін інформацією між членами Асоціації, її органами, підрозділами та представниками Секретаріату.

3.2. Інструменти: корпоративна пошта, інструменти Google, Worksection, Zoom, WhatsApp та інші.

3.3. Принципи внутрішньої комунікації:

- вчасність обміну даними;

- дотримання конфіденційності;
- рівний доступ до релевантної інформації;
- горизонтальність та повага до ролей.

3.4. Комунікаційна ескалація. У разі конфліктів або непорозумінь представники Секретаріату зобов'язані повідомити безпосереднього керівника, а за необхідності Виконавчого директора чи Президента.

РОЗДІЛ 4. ЗОВНІШНІ КОМУНІКАЦІЇ

4.1. Зовнішня комунікація — будь-яке поширення інформації про Асоціацію або її діяльність через:

- медіа (преса, ТБ, радіо);
- соціальні мережі (Facebook, Instagram, X/Twitter, LinkedIn тощо);
- публічні виступи, ключові та інші події;
- комунікації з донорами, партнерами, державними органами.

4.2. Публічні заяви. Усі публічні заяви, які містять позицію Асоціації, мають:

- узгоджуватися з Правлінням;
- містити чітке зазначення джерела (особа, яка представляє Асоціацію);
- бути завчасно погодженими з Президентом або делегованими особами.

4.3. Персональні заяви. Члени Асоціації можуть висловлювати особисті думки із зазначенням, що це не є позиція Асоціації. Рекомендується використання дисклеймера: "Позиція, висловлена в цьому дописі, є особистою думкою автора і не відображає позицію АПУ."

РОЗДІЛ 5. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

5.1. Ведення офіційних сторінок здійснюється Секретаріатом. Контент-план затверджується Секретаріатом щоквартально, включає інформаційні, освітні, аналітичні та подієві матеріали.

5.2. Використання логотипу та брендингу. Використання дозволяється лише за погодженням. У разі партнерських проєктів — відповідно до Brand Book Асоціації.

5.3. Brand Book Асоціації повинен відповідати символіці, визначеній у Положенні «Про символіку ВГО «Асоціації правників України».

5.4. Залучення членів. Члени Асоціації заохочуються до репостів і коментування, однак без зміни суті чи редагування офіційних позицій.

РОЗДІЛ 6. ТИПОЛОГІЯ ПУБЛІКАЦІЙ І ОФІЦІЙНИХ ФОРМ ПОВІДОМЛЕНЬ

6.1. Комунікації Асоціації поділяються на:

- оперативні повідомлення (анонси, реакції, заклики);
- позиційні заяви (сформульовані від імені органів чи структурних підрозділів);
- аналітичні коментарі (експертні роз'яснення);
- офіційні листи (у т.ч. до органів влади);
- спільні заяви (із зовнішніми партнерами).

6.2. Офіційна позиція публікується лише після погодження в наступній послідовності: ініціація, проект, юридична та комунікаційна оцінка Секретаріатом або залученими особами, погодження Правлінням, публікація.

РОЗДІЛ 7. КОМУНІКАЦІЯ СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ

7.1. Відділення, комітети, секції та інші структурні підрозділи Асоціації мають право здійснювати комунікації, що відповідають завданням їхньої діяльності, виключно у межах цієї Політики та затверджених регламентів.

7.2. Усі публічні заяви, коментарі, пресрелізи, візуальні продукти, створені від імені структурного підрозділу, повинні:

- бути попередньо погоджені з Секретаріатом у випадках, коли порушують загальнонаціональні теми, питання чутливого характеру або можуть бути сприйняті як офіційна позиція АПУ;
- не суперечити офіційним заявам або цінностям Асоціації;
- містити чітке маркування, що це є заява відповідного підрозділу, а не всієї організації (якщо це не є консолідована позиція).

7.3. Використання бренд-айдентики підрозділами має здійснюватися за єдиним стандартом, за погодженням із Секретаріатом. Не допускається створення окремих логотипів або модифікованих візуальних стилів без погодження.

7.4. Структурні підрозділи право створювати власні сторінки в соціальних мережах, месенджерах та вести комунікації, якщо:

- інформація є актуальною, верифікованою та етичною;
- доступ до сторінки передано щонайменше двом уповноваженим особам, одна з яких – представник Секретаріату;
- у профілі вказано, що сторінка є частиною діяльності АПУ.

7.5. У разі порушення цієї Політики з боку підрозділів АПУ, можуть бути застосовані заходи, передбачені розділом 20, включно з обмеженням або призупиненням комунікаційної автономії підрозділу.

РОЗДІЛ 8. РІВНІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА УЗГОДЖЕННЯ

8.1. Усі комунікаційні дії в межах АПУ повинні відповідати моделі розподілу відповідальності:

- Ініціатор: особа/структура, яка пропонує комунікаційний продукт;
- Узгоджувач: відповідальний координатор/радник, який перевіряє відповідність змісту політиці та етичним стандартам;
- Затверджувач: особа, уповноважена Секретаріатом/Правлінням дати дозвіл на публікацію;
- Виконавець: особа, що безпосередньо публікує або поширює матеріал.

8.2. Матриця ролей формується для кожного напрямку діяльності та має бути доступною в інтранеті АПУ.

РОЗДІЛ 9. КОМУНІКАЦІЙНА ЕТИКА СУДДІВ І ПРАВНИКІВ ПУБЛІЧНОЇ СЛУЖБИ

9.1. Судді, державні службовці та інші особи, які зобов'язані дотримуватись особливих стандартів публічної поведінки, можуть брати участь у діяльності Асоціації та коментувати публічні теми в межах, визначених чинним законодавством та етичними кодексами.

9.2. Такі особи не повинні:

- коментувати рішення судів або справи, які можуть бути предметом розгляду;
- допускати публічні висловлювання, що можуть бути сприйняті як упередженість;
- використовувати членство в АПУ для публічної легітимації своїх особистих суджень.

РОЗДІЛ 10. ВЗАЄМОДІЯ З ІНШИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

10.1. Комунікація з громадськими організаціями, міжнародними організаціями, юридичними фірмами, донорами відбувається за погодженими правилами:

- повага до репутації партнера;
- уникнення порівняльної або негативної риторики;
- узгодження заяв, якщо це спільні позиції.

10.2. У випадку конфлікту - відповідь готується лише після аналізу Секретаріатом, з погодженням Президента.

РОЗДІЛ 11. КОМУНІКАЦІЯ У ПРОЄКТНІЙ ТА ДОНОРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

11.1. Усі комунікації в межах проєктів, що фінансуються донорами, здійснюються з дотриманням вимог відповідних грантових угод, політик публічності та рекомендацій партнерів.

11.2. У комунікаціях, пов'язаних із донорами, обов'язково:

- зазначається джерело фінансування;
- використовується логотип партнера лише за умови офіційного дозволу;
- узгоджується повідомлення про результати проєкту перед публікацією, якщо це передбачено умовами підтримки;
- забезпечується доступність інформації у форматах, що не викривляють первинний зміст.

11.3. Використання фото, відео, логотипів третіх осіб, персональних історій у межах проєктів допускається лише за наявності згоди відповідних осіб або відповідно до договірних умов.

11.4. Публікації у межах донорських проєктів не можуть трактуватися як офіційна позиція АПУ, якщо це прямо не зазначено в тексті.

РОЗДІЛ 12. КРИЗОВІ СИТУАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ СКАНДАЛИ

12.1. Визначення. Кризова ситуація — будь-яка подія або публікація, що може вплинути на репутацію Асоціації, її посадових осіб або викликати суспільний резонанс.

12.2. Приклади ситуацій:

- участь члена Асоціації в скандалі (наприклад, політична заява без дисклеймера);
- поширення фейкової інформації в ЗМІ;
- звинувачення в конфлікті інтересів або упередженості;
- атаки на бренд або логотип АПУ;
- дискредитація партнера.

12.3. Протокол дій:

- негайне повідомлення Виконавчого Директора, Президента та Правління;
- оцінка репутаційного ризику;
- підготовка офіційної заяви або брифу;
- визначення спікера та меседжів;
- моніторинг згадувань і повторна комунікація.

12.4. Позиція Асоціації. Якщо немає консолідованої позиції, Президент або Правління мають право сформулювати офіційну точку з чітким зазначенням, чи є вона особистою, чи організаційною.

12.5. Принцип відкритості. Навіть у кризових випадках Асоціація діє на основі принципу транспарентності, не приховує інформацію, якщо вона не є конфіденційною або персональною згідно із законом.

РОЗДІЛ 13. РЕАГУВАННЯ НА ДЕЗІНФОРМАЦІЮ І МАНІПУЛЯЦІЇ

13.1. У разі поширення недостовірної або маніпулятивної інформації про Асоціацію, її членів або позицію, Комунікаційна команда:

- здійснює первинний фактчек;
- готує комунікаційний бриф;
- ініціює відповідь (заява, спростування, вимога до ЗМІ);
- повідомляє Правління та Президента про ситуацію.

РОЗДІЛ 14. ПОРУШЕННЯ РЕПУТАЦІЙНОЇ ЦІЛІСНОСТІ І ВИКОРИСТАННЯ БРЕНДУ

14.1. Будь-яке несанкціоноване використання назви, логотипу, айдентики або іншого візуального оформлення Асоціації без попереднього погодження з Секретаріатом вважається порушенням цієї політики.

14.2. Забороняється:

- модифікувати логотип або інші візуальні елементи;
- створювати власні інтерпретації айдентики без погодження;
- вказувати приналежність до АПУ у матеріалах, де така приналежність є фіктивною або вводить в оману.

14.3. У разі порушення Асоціація:

- публічно спростовує неправомірне використання;
- звертається до правових засобів захисту;
- ініціює розгляд Етичною Комісією або Правлінням.

РОЗДІЛ 15. ПУБЛІЧНА КРИТИКА І ВНУТРІШНІ КОНФЛІКТИ

15.1. Якщо члени Асоціації або її органи мають різні думки щодо публічних позицій:

- комунікація має бути поважною і з дотриманням процедур;
- заява про незгоду не повинна дискредитувати інших членів;
- за потреби конфлікт врегульовується медіаційно або рішенням Правління.

РОЗДІЛ 16. ПУБЛІЧНІ РЕЗОНАНСНІ СИТУАЦІЇ ЗА УЧАСТІ ЧЛЕНІВ КЕРІВНИХ ОРГАНІВ

16.1. У випадку, коли член керівного органу або публічна особа, що асоціюється з Асоціацією, стає учасником резонансної суспільно-політичної події, яка викликає широкий публічний розголос або увагу медіа, застосовується спеціальна процедура реагування, спрямована на збереження незалежності, нейтральності та репутації Асоціації.

16.2. Така ситуація може включати, але не обмежується: участю в політичному конфлікті, кримінальному провадженні, публічному скандалі, судовому процесі або публічних висловлюваннях, що викликають резонанс.

16.3. У таких випадках:

а) Секретаріат негайно інформує Президента та Правління.

б) Проводиться внутрішній аналіз потенційного впливу на репутацію Асоціації.

в) Якщо публічна позиція Асоціації необхідна - вона формується з обов'язковим зазначенням:

- що вказані події є особистими або професійними діями конкретної особи;
- що Асоціація не здійснює політичної підтримки або протидії;
- що будь-які заяви не є офіційною позицією, якщо це не було спеціально затверджено.

г) Може бути використаний формат «відмежування» - із чітким підтвердженням незалежності Асоціації від індивідуальних дій її представників.

д) Публічні заяви у відповідь на запити ЗМІ здійснюються виключно Президентом, з попереднім погодженням із Правлінням, якщо ситуація є чутливою.

16.4. Якщо подія, в якій фігурує член Асоціації, прямо впливає на цінності, репутацію або етичну позицію організації, Президент може ініціювати обговорення на Правлінні щодо:

- підтримки або солідарності;
- нейтральної позиції;
- офіційного дистанціювання;
- комунікаційної паузи до встановлення фактів;
- звернення до Етичної Комісії.

16.5. Рішення ухвалюється більшістю голосів Правління і фіксується у протоколі. Його реалізація покладається на Секретаріат.

16.6. Метою таких дій є захист інституційної незалежності Асоціації, забезпечення репутаційної безпеки та дотримання принципів професійної етики.

РОЗДІЛ 17. ТРИГЕРИ РЕПУТАЦІЙНИХ РИЗИКІВ

17.1. Секретаріат відслідковує ситуації, що підпадають під категорію потенційної репутаційної загрози. Вони включають:

- Публічні політичні заяви, що містять згадку про АПУ;
- Поширення чутливих правових позицій у конфліктах з державними органами чи іншими організаціями;
- Висвітлення в авторитетних медіа без залучення АПУ до коментування;
- Конфлікти між членами або органами, що стали публічними;
- Вірусне поширення дезінформації, що стосується АПУ.

17.2. За наявності таких сигналів, застосовується прискорена кризова процедура відповідно до Розділу 12.

РОЗДІЛ 18. ЕТИЧНІ МЕЖІ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ

18.1. Членам АПУ дозволяється зазначати свою приналежність до організації у публічних біографіях, професійних профілях (наприклад, LinkedIn), але із застереженням, що:

- Їх заяви не є вираженням офіційної позиції АПУ;
- логотип АПУ не використовується без погодження;

- згадки про членство не повинні використовуватися в адвокації, судових справах або публічних кампаніях без письмового дозволу.

РОЗДІЛ 19. СТАНДАРТИ КРИЗОВИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

19.1. Для реагування у складних або резонансних ситуаціях використовуються типові шаблони заяв: а) Заява солідарності; б) Заява нейтральності/відмежування; в) Заява про тимчасову паузу до з'ясування обставин.

19.2. Усі заяви формуються у форматі:

- предмет ситуації;
- чітка позиція АПУ або визнання відсутності позиції;
- заклик до дотримання принципів верховенства права, етики, толерантності;
- Заклик до дії чи сповіщення про дії Асоціацією.

РОЗДІЛ 20. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПОЛІТИКИ

20.1. За порушення цієї Політики передбачаються такі заходи впливу:

- усне або письмове попередження;
- обмеження доступу до публічних каналів АПУ;
- тимчасове відсторонення від комунікаційних функцій;
- направлення справи до Етичної Комісії для оцінки поведінки;
- виключення членства у відповідності до Статуту (у крайньому разі).

20.2. Порушенням вважається:

- публікація заяв від імені АПУ без погодження;
- використання бренд-айдентики з порушенням норм розділу 14;
- надання дезінформації або викривлення офіційної позиції;
- медійна провокація, що шкодить репутації Асоціації.

20.3. Рішення про застосування заходів приймає Правління або Етична Комісія.

РОЗДІЛ 21. ПЕРЕГЛЯД І ВПРОВАДЖЕННЯ

21.1. Формальний перегляд щодо необхідності вдосконалення Політики здійснюється не рідше одного разу на два роки або раніше - у разі істотних змін у медіа-середовищі чи після інформаційної кризи.

21.2. Після затвердження Політика публікується на офіційному вебсайті Асоціації та розповсюджується серед всіх членів керівних органів, комітетів, працівників Секретаріату та регіональних представництв.

21.3. Усі нові члени Асоціації при вступі зобов'язані підтвердити письмово або електронно, що ознайомлені з цією Комунікаційною політикою та зобов'язуються її дотримуватись.

21.4. Аналогічне підтвердження вимагається від будь-яких осіб, що залучаються до представлення АПУ в комунікаціях.