



Олена Іванова, Марина Лебідь

# Доступне інформування про соціальні, реабілітаційні та адміністративні послуги



KFW



# Зміст

## Організація інформування ..... 3

Про що інформувати? ..... 3

Кого інформувати? ..... 5

В який спосіб люди можуть або не можуть  
сприймати інформацію? ..... 5

Як подавати інформацію, враховуючи  
різні комунікаційні можливості людей? ..... 6

Де поширювати інформацію? ..... 7

Як організувати інформування  
через інші організації: алгоритм дій ..... 8

## Як забезпечити доступність інформування ..... 9

Упорядкування інформації ..... 9

Принципи комунікації та надання інформації  
під час звернення ..... 13

Врахування комунікаційних потреб осіб  
з різними функціональними порушеннями ..... 14



# Організація інформування

Під час планування та інформування населення про послуги вашої організації пропонуємо користуватися [Матрицею інформування](#).

## Матриця інформування

Зміст (Про що інформувати?)	Цільова група (Кого інформувати?)	Комунікативні можливості / обмеження (В який спосіб цільові групи не / можуть сприймати інформацію?)	Формат (Як подавати інформацію, враховуючи комунікаційні можливості / обмеження?)	Канал (Де поширювати інформацію?)

Нижче подано роз'яснення щодо заповнення кожного стовпчика.

## Про що інформувати?

Для того, щоб люди користувалися послугами, вони мають знати:

- які послуги існують;
- хто має на них право;
- як їх отримати.

Отже, в інформаційних повідомленнях давайте відповіді на такі питання:

## Які послуги пропонуються?

Важливо давати опис послуги простими словами, пояснюючи, що конкретно отримає користувач.

<b>Використовуйте прості, зрозумілі слова для опису послуг</b>	<b>Уникайте опису послуг з використанням професійної лексики</b>
<p><b>Фізична реабілітація:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• заняття з відновлення та покращення координації рухів;</li> <li>• заняття з формування навичок користування протезами, ортезами та іншими технічними засобами реабілітації.</li> </ul> <p><b>Фізкультурно-спортивна реабілітація:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• фізкультурно-оздоровчі та спортивні заняття.</li> </ul> <p><b>Психологічна й педагогічна реабілітація:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навчання методам регулювання власного психологічного стану.</li> </ul>	<p>Комплекс реабілітаційних заходів, що передбачає профілактику, медичну діагностику, лікування і управління реабілітацією осіб усіх вікових категорій зі станами здоров'я, що приводять до обмежень життєдіяльності та їх супутніх станів з метою сприяння їх фізичному, поведінковому функціонуванню, включаючи якість життя, модифікації особистих факторів та факторів навколишнього середовища із застосуванням мультидисциплінарного підходу.</p>

### **Хто може отримати послугу?**

- Чи передбачено послугу для якоїсь конкретної категорії користувачів?
- Чи існують обмеження для її отримання?

### **Хто може звернутися для оформлення послуги?**

- Має звертатися лише той, хто отримуватиме послугу, чи може звернутися третя особа (родичі, знайомі, законні представники тощо)?

### **Чи передбачається оплата за послугу?**

- За яких умов можна отримати послугу безоплатно, з частковою оплатою або платно?

### **Куди звернутися?**

- Вкажіть декілька каналів зв'язку. Наприклад: телефон, адресу місцезнаходження та поштову адресу (якщо відрізняється від місцезнаходження), електронну пошту або форму для зворотного зв'язку онлайн.
- Варто зазначити не лише місцезнаходження, а й як дістатися туди громадським транспортом чи автомобілем.

### **Який час роботи закладу?**

- Вкажіть графік роботи закладу. Якщо є визначений час саме для оформлення чи отримання послуги, то насамперед зазначте його.

### **Як звернутися?**

- Вкажіть:
  - Слід звертатися лише очно чи можна дистанційно?
  - Які документи треба мати з собою?
  - Обов'язково мають бути оригінали документів чи копій достатньо?
  - Де можна отримати форму заяви?

### **В який термін приймається рішення?**

- Вкажіть:
  - Через скільки календарних чи робочих днів буде прийнято рішення щодо надання послуги або надана відповідь на звернення?

### **Як буде повідомлено рішення про надання послуги?**

- Чи буде відповідь автоматично надіслана при прийнятті рішення? Якщо так то через який канал – листом, через електронну пошту, смс-повідомлення або в інший спосіб.
- Якщо відповідь не надсилатиметься автоматично, то куди та коли можна звернутися за відповіддю – зателефонувати, прийти особисто, електронною поштою чи в інший спосіб.

## Кого інформувати?

Інформувати потрібно всі категорії, які мають право на отримання певних послуг, або їхніх представників (наприклад, батьків або законних представників дітей), а також тих, хто потенційно може потребувати таких послуг у майбутньому.

Потенційних отримувачів послуг можна розподілити на умовні групи:

- ▶ за віком (діти, молодь, люди середнього або похилого віку);
- ▶ за місцем проживання (сільські / міські жителі);
- ▶ за статусом, відповідно до якого призначаються певні пільги, послуги чи допомога (особи з інвалідністю, діти-сироти, учасники бойових дій, внутрішньо переміщені особи, безробітні, тощо);
- ▶ за складними життєвими обставинами, в яких вони перебувають чи перебували (особи, які зазнали насильства; особи, які залежні від алкоголю чи наркотиків; особи, які постраждали від торгівлі людьми; малозабезпечені тощо);
- ▶ за видами функціональних порушень (порушення зору, слуху, мовлення, когнітивні, порушення верхніх кінцівок або порушення здатності пересуватися);
- ▶ за іншими ознаками.

Такий розподіл на умовні групи важливий для цілеспрямованого поширення інформації серед конкретних категорій людей, які ми називатимемо цільовими групами.

## В який спосіб люди можуть або не можуть сприймати інформацію?

Різні люди мають різні комунікаційні можливості залежно від функціональних порушень або вікових особливостей. Комунікаційні можливості – це здатність розмовляти та сприймати інформацію, а саме розуміти та запам'ятовувати її, а також чути та бачити, зокрема розрізняти кольори.

**Когнітивні функції** мозку – це здатність розуміти, пізнавати, вивчати, усвідомлювати, сприймати та переробляти зовнішню інформацію<sup>1</sup>.

Так, у дітей **когнітивні функції** мозку ще недостатньо розвинені, а у деяких людей старшого віку рівень таких функцій може бути знижений. Тому для них важливо подавати інформацію простою мовою або у форматі легкого читання, використовувати зрозумілі картинки або фото для пояснення. Особам зі зниженням когнітивних функцій необхідно давати пам'ятки з важливою інформацією, надруковані великим шрифтом.

Є люди, які не чують, тому не сприймають усні повідомлення. Для них важлива друкована інформація або спілкування жестовою мовою. Для людей, які не бачать, а тому не можуть прочитати оголошення, доцільно проговорювати інформацію усно або розміщувати в електронному форматі, щоб вони могли її прослухати з використанням програм зчитування з екрану. Якщо людина має порушення мовлення, їй важко розпитувати персонал для отримання необхідної інформації, тому їй краще одразу отримувати максимально повну інформацію, зокрема у друкованому вигляді, щоб не виникало необхідності в перепитуваннях. Отже, слід використовувати різні **формати подання інформації** з урахуванням потреб різних людей.

<sup>1</sup> Джерело: Вікіпедія [shorturl.at/kmnD9](https://shorturl.at/kmnD9)

## Як подавати інформацію, враховуючи різні комунікаційні можливості людей?

Використовуйте різні **формати подання інформації** з урахуванням комунікаційних можливостей людей.

### Формати подання інформації

Письмові формати	Усні формати
Великошрифтовий друк Субтитрування Шрифт Брайля Проста мова Формат легкого читання Піктограми, малюнки, фото	Словесне/ голосове повідомлення Аудіо-описове коментування Жестова мова Проста мова



**Великошрифтовий друк** – друк шрифтом розміром 14 пт та більше.



**Субтитрування** – супроводження аудіовізуального ряду текстовою версією. Зокрема, субтитри мають описувати сцени, які не містять розмов, але звуковий супровід має значення. Наприклад, музика, шум листя або звук кроків тощо. Субтитри подаються у вигляді тексту в нижній частині екрана синхронізовано з аудіовідеорядом. Як альтернативу транскрипцію тексту можна подавати одним блоком нижче відеоекрана чи в окремому файлі.



**Шрифт Брайля** – рельєфно-крапковий шрифт для написання і читання, що використовується людьми з порушенням зору.

**Проста мова** – вживається усно та на письмі. Передбачає виклад інформації простими короткими реченнями. Застосовується проста граматики – без складносурядних та складнопідрядних зворотів. Термінів чи професійної лексики слід уникати або пояснювати їх. Інформаційне повідомлення структуроване та впорядковане від головної ідеї до другорядних пояснень.



**Формат легкого читання** – письмовий формат викладу інформації, із застосуванням коротких простих речень та простої граматики (без складносурядних та складнопідрядних зворотів). Застосовуються прості, загальнозрозумілі слова. Текст поділяється на короткі інформаційні блоки – абзаци. Текст супроводжується ілюстраціями, розташованими ліворуч. Текст вирівнюється по лівому краю. Використовується шрифт без зарубок (наприклад, Arial,Tahoma). Розмір шрифту – щонайменше 14-й.



**Аудіо-описове коментування (тифлокоментування)** – передбачає опис для осіб із порушенням зору того, що відбувається під час подій (громадських, культурно-мистецьких чи спортивних заходів або видовищ). Описується положення та дії дійових осіб, їхні емоції, предмети, які використовуються, тощо.



**Жестова мова** – вид мовлення, в якому літери, слова та словосполучення позначаються комбінаціями долонь та пальців рук.

Для визначення підходящих форматів можна скористатися **Таблицею форматів подання інформації залежно від комунікаційних можливостей чи видів порушень**.

**Таблиця форматів подання інформації  
залежно від комунікаційних можливостей чи видів порушень**

Формати подання інформації	Порушення / можливості					
	Порушення слуху		Порушення зору		Порушення голосу та мовлення	Порушення когнітивних функцій
	Часткові порушення	Повна втрата	Часткові порушення	Повна втрата		
Великошрифтовий друк		+	+			+
Субтитрування	+	+			+	+
Шрифт Брайля			+	+		
Проста мова		+			+	+
Формат легкого читання		+			+	+
Словесне (голосове) повідомлення			+	+		+
Аудіодискрипція			+	+		+
Жестова мова	+	+				
Піктограми, малюнки, фото	+	+			+	+

## Де поширювати інформацію?

Після виокремлення цільової групи або груп подумайте та визначте, де вони проживають або перебувають, які заклади відвідують. Куди можуть чи не можуть дістатися для отримання інформації.

Від місць, де найчастіше перебувають або які відвідують представники цільових груп, а також їхніх комунікаційних можливостей чи обмежень залежить вибір **каналів комунікації**.

Наприклад, для дітей молодшого віку, які можуть зазнавати домашнього насильства доцільно поширювати інформацію про телефони довіри в закладах освіти. Для осіб похилого віку розповідати про можливість отримання соціальних послуг можна через соціальних або медичних працівників чи розповсюджувати листівки з контактною інформацією. Для молодих жінок інформацію про відповідні соціальні послуги буде доречним викладати в соціальних мережах.

Функціональні порушення, що обмежують маніпулювання верхніми кінцівками, можуть спричинити складнощі з отриманням інформації в електронному вигляді через веб-сайти. Складнощі із ходінням означають, що людині може бути важко прийти в заклад для отримання інформації, тому важливо забезпечити її отримання дистанційно – телефоном, в розсилці через смс-повідомлення або на веб-сайті.

Отже, подумайте та визначте місця перебування цільової групи, для якої ви хочете надати інформацію: вдома, в школі, через сімейного лікаря, через соціальні мережі, на дошці оголошень в адміністративному закладі тощо.

#### Приклади каналів комунікації:

- ▶ Засоби масової інформації (телебачення, радіо, інтернет-видання).
- ▶ Інформаційні дошки.
- ▶ Веб-сайти.
- ▶ Соціальні мережі.
- ▶ Електронні канали та месенджери (електронна пошта, Вайбер, Телеграм тощо).
- ▶ Працівники організації, яка надає послуги.
- ▶ Інші організації:
  - соціальні;
  - медичні;
  - освітні;
  - громадські;
  - поліція;
  - інші.

## Як організувати інформування через інші організації: алгоритм дій

1. **Визначте організації чи установи, що контактують із вашими цільовими групами**, через які доцільно поширювати інформацію про послуги: медичні заклади (наприклад: поліклініка, лікарня, центр первинної медико-соціальної допомоги, пологовий будинок, лікарня, аптека), соціальні служби, реабілітаційні, освітні, адміністративні заклади (Центр надання адміністративних послуг, Прозорий офіс), поліція, пошта тощо.
2. **Налагодьте партнерство та оформте взаємовідносини** у разі потреби шляхом надсилання листа, укладання угоди про взаємодію.
3. **Проведіть інструктаж для персоналу** партнерської організації – як діяти, щоб передати інформацію, що говорити, які матеріали надати, де їх розмістити.
4. **Надайте матеріали**
  - **письмову інструкцію** для персоналу про те, кого саме та як інформувати чи направляти, за яких обставин, інформувати усно чи надати інформаційний продукт;
  - **інформаційні продукти** для потенційних користувачів (інфолисти / листівки/ плакати / буклети/ брошури) з короткою інформацією про послугу – її зміст, для кого надається, на яких умовах, куди звертатися.

Нижче наведено приклади інформаційних продуктів, які ви можете використовувати для інформування про ваші послуги. Вибір інформаційних продуктів залежить від каналу, через який буде поширюватися інформація, цільової групи та її комунікаційних можливостей.

#### Приклади інформаційних продуктів:

- ▶ Стаття.
- ▶ Відеосюжет.
- ▶ Голосове повідомлення.
- ▶ Інформаційна листівка.
- ▶ Інфолист.
- ▶ Плакат.
- ▶ Буклет.
- ▶ Брошура.





# Як забезпечити доступність інформування

## Упорядкування інформації

### Зробіть інформаційні повідомлення зрозумілими:

- Інформацію викладіть у порядку її важливості:
  - (1) ключове повідомлення – найважливіше для читача;
  - (2) роз'яснювальна інформація щодо ключового повідомлення;
  - (3) інформація, що пояснює контекст, наприклад законодавчі документи, що регулюють надання послуги;
  - (4) довідкова інформація з контактами, переліком необхідних документів тощо.
- Використовуйте прості речення. Одне речення має містити не більше однієї ідеї. Один параграф має містити щонайбільше одну тему.
- Зробіть речення та заголовки короткими. Бажано, щоб речення містило не більше 7-8 слів, максимально – 15. Бажано, щоб речення вміщувалося в один рядок. В заголовку має бути щонайбільше 8 слів.
- Уникайте використання абревіатур або розшифруйте їх на початку.
- Уникайте застосування складних термінів та професійної лексики, а в разі потреби пояснюйте їх.
  - Наприклад, пояснюйте терміни типу «реінтеграція», «профілактика», «адаптація», «диференційована оплата» тощо.
- Використовуйте позитивні речення замість негативних.
- Використовуйте активні дієслова замість пасивних.



### Приклади використання активних та пасивних дієслів та застосування абревіатур

 <b>Пасивні дієслова</b>	 <b>Активні дієслова</b>
<b>Фахівцем</b> із соціальної роботи ЦНСП <b>здійснено</b> перевірку умов проживання сімей в СЖО.	<b>Фахівець</b> із соціальної роботи Центру надання соціальних послуг <b>перевірів</b> умови проживання сім'ї, що перебуває в складних життєвих обставинах.
<b>...здійснює заходи щодо проведення</b> соціально-профілактичної роботи,..	<b>...проводить</b> соціально-профілактичну роботу,..

**Оформлюйте текстові повідомлення правильно:**

- Використовуйте зображення та відступи між параграфами, щоб розділити великі масиви інформації або проілюструвати інформацію.
- У тексті використовуйте такі інтервали: подвійні між параграфами; 1,5 – між рядками; 0,16 – між словами та 0,12 – між літерами.
- Текст вирівнюйте по лівому краю.
- Використовуйте марковані списки.
- Використовуйте правильні формати написання дат (дд.мм.рррр) та телефонів (0XX XXX XX XX).
- Уникайте розміщення тексту на зображеннях або тлі з візерунком.
- Якнайменше використовуйте *курсив* та **жирний шрифт** для виділення інформації всередині тексту.
- Текст з підкресленням використовуйте лише для гіперпосилань.
- Уникайте написання всього речення ВЕЛИКИМИ ЛІТЕРАМИ. Таким способом можна виділити лише одне слово чи словосполучення.
- Використовуйте шрифт розміром не менше 12 пт.
- Використовуйте шрифт такого дизайну, що легко читається, а саме: БЕЗ зарубок, БЕЗ декоративних елементів, БЕЗ тіней, НЕ *курсивний*, із однаковою товщиною та висотою літер. Наприклад, Arial (окрім Arial Narrow), Verdana, Ubuntu, Tahoma або Calibri.

**Приклади шрифтів**

 <b>Легкі для сприйняття шрифти</b>	 <b>Складні для сприйняття шрифти</b>
Бланк для заповнення (Tahoma)	Бланк для заповнення (Courier New)
Бланк для заповнення (Ubuntu)	<i>Бланк для заповнення (Mistral)</i>
Бланк для заповнення (Verdana)	Бланк для заповнення (Times New Roman)
Бланк для заповнення (Arial)	Бланк для заповнення (Arial Narrow)



- Для передачі інформації використовуйте не лише кольори, а й текст та різні графічні чи геометричні елементи. Використання таких елементів допоможе сприймати інформацію людям з порушеннями сприйняття кольорів.

**Приклади використання геометричних фігур та кольорів в оформленні інформаційних повідомлень**

 <b>Використання кольорів разом з фігурами та текстом</b>	 <b>Використання лише кольорів</b>
 Чекає початку	
 В процесі	
 Завершено	


**Використовуйте гіперпосилання коректно:**

- Зробіть текст самих гіперпосилань змістовним:
  - ▶ тексту посилання має бути достатньо, щоб зрозуміти його функцію без того, щоб читати текст навколо гіперпосилання;
  - ▶ текст кожного гіперпосилання є унікальним і не повторюється на сторінці;
  - ▶ відсутні фрази типу «натисніть тут», «посилання на» в тексті гіперпосилань.
- НЕ робіть гіперпосиланням ціле речення або параграф.

 <b>Інформативні гіперпосилання</b>	 <b>Неінформативні гіперпосилання</b>
<a href="#">Догляд вдома</a>	Інформаційна картка послуги догляд вдома <a href="#">тут</a>
<a href="#">Написати нам</a>	<a href="#">Посилання на контакту форму</a>
Перегляньте <a href="#">інформаційну картку догляд вдома</a> , щоб дізнатись про послугу.	Щоб отримати інформацію про послугу догляд двома, <a href="#">натисніть тут</a>

- Надайте пояснення щодо документів чи сторінок, на які перенаправляє користувача посилання:
  - ▶ у тексті гіперпосилання вкажіть, чи відкривається інформація за кліком в тому самому або іншому вікні чи завантажується;
  - ▶ також вкажіть формат та розмір документа, якщо він автоматично завантажується за кліком.

Приклад:


[Звіт про діяльність Центру \(PDF, 235 MB\)](#)  
[Звіт про діяльність Центру \(відкривається в іншому вікні\)](#)

- Уникайте розміщення декількох гіперпосилань у рядок. Натомість розміщуйте їх списком.

**Використовуйте кольори в текстових повідомленнях відповідно до вимог:**

- Забезпечте контрастне співвідношення кольорів тексту і тла щонайменше 3:1 для шрифтів розміром від 18 пт та 4,5:1 для тексту меншого розміру.
  - Порада: використовуйте [WebAIM для перевірки контрасту кольорів](#)<sup>2</sup>.
- Уникайте використання лише **червоного** та **зеленого** кольорів для виділення важливої інформації, оскільки люди з порушенням сприйняття кольорів часто їх не сприймають. Додавайте графічні символи або текст, що пояснюють суть виділення.

<sup>2</sup> Посилання на сервіс перевірки контрасту кольорів: <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>

**Забезпечте доступність веб-сайтів для всіх:**

- Зробіть веб-сайт доступним для всіх користувачів. Для цього він має бути сконструйований та наповнений відповідно до ДСТУ ISO/IEC 40500:2015 «Інформаційні технології. [Настанова з доступності веб-контенту](#) W3C (WCAG) 2.0» не нижче рівня AA<sup>3</sup>. Згідно чинного законодавства всі офіційні веб-сайти органів виконавчої влади мають відповідати вимогам цієї Настанови<sup>4</sup>.
- Впорядкуйте інформацію логічно, щоб її можна було легко знайти будь-якому користувачеві без знань структури чи особливостей роботи організації. Не очікуйте від користувачів знання того, які саме установи відповідають за ті чи інші послуги чи який структурний підрозділ надає певну послугу.
- Забезпечте веб-сайт функцією масштабування, тобто збільшення розміру шрифту та іншої інформації зі збереженням того ж розміру інтерфейсу.

**Застосовуйте мультимедіа та зображення правильно:**

- Уникайте контенту, що блимає з частотою більше ніж тричі на секунду.
- Забезпечте субтитри для будь-яких відеоматеріалів, розміщених на веб-сайті.
- Для відео використовуйте приховані субтитри, тобто ті, що з'являються, якщо користувач їх активує.
- Супроводжуйте відео без субтитрів та аудіоматеріали їхнім транскриптом на тій самій сторінці, де розміщено мультимедіа або давайте посилання на документ із транскриптом.
- Уникайте розміщення тексту субтитрів або будь-яких надписів на зображеннях.
- Забезпечте текст заміщення (alttext) для зображень, якщо вони важливі для донесення повної інформації або надайте посилання на оригінальний ресурс мультимедіа чи зображення, де наявний текст заміщення.

■ Приклад тексту заміщення для фото: «Чотири жінки літнього віку малюють разом».



**Фото:** Центр надання соціальних послуг та медичної реабілітації м. Мелітополь

<sup>3</sup> **Настанова з доступності веб-контенту** до цього часу не перекладена на українську мову. Версія на англійській мові <https://www.w3.org/TR/WCAG21/> та версія на російській мові: <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-ru/>

<sup>4</sup> Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо функціонування офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади. Постанова Кабінету Міністрів України від 12 червня 2019 р. № 493 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/493-2019-%D0%BF#Text>

## Принципи комунікації та надання інформації під час звернення

### Повнота відповіді

- Призначте посадову особу, уповноважену надавати інформацію про послуги та умови їх надання. Посадова особа має володіти повною інформацією щодо надання послуг, як-от необхідні документи для оформлення, умови надання та оплати тощо.
- Посадова особа має добре розумітися в темі і вміти давати відповіді на додаткові запитання щодо послуги. Якщо вона не знає відповіді, то повинна з'ясувати цю інформацію або запропонувати контакти, за якими відповідь можна отримати самостійно.
- Надавайте однакову інформацію щодо послуги, якщо поширюєте її різними інформаційними каналами – через веб-сайт, телефонний дзвінок, електронну пошту тощо.

### Зрозумілість

- Давайте відповіді, що дають змогу легко зрозуміти, як можна скористатись послугою.
- Відповідаючи, використовуйте просту мову, не застосовуйте професійної лексики, аббревіатури розшифруйте, терміни пояснюйте, мову юридичних документів розтлумачуйте.
- Використовуйте інформаційні продукти та інструменти, які спрощують розуміння та запам'ятовування інформації (листівки, буклети, записи, парафраз тощо).

### Терпимість

- Відповідайте на додаткові запитання та запити з терпимістю та розумінням.
- Охоче надавайте роз'яснення незрозумілих термінів, аббревіатур тощо.

## Врахування комунікаційних потреб осіб з різними функціональними порушеннями



### Для осіб з порушенням слуху та мовлення



- Забезпечте в закладі можливість підключення послуги онлайн-перекладача жестової мови або запросіть перекладача жестової мови. Узгоджуйте з особою зручний час для візиту з перекладачем жестової мови.
- На прохання говорити голосніше посадова особа має реагувати спокійно та починати говорити голосніше та чіткіше, переконавшись наприкінці, що її почули.
- На прохання надіслати інформацію в письмовому вигляді надсилайте максимально повну інформацію.



### Для осіб з порушенням зору

- Запропонуйте роздрукувати документ великим шрифтом.
- Забезпечте у закладі наявність лупи та пропонуйте її відвідувачам за потреби при заповненні бланків, формулярів тощо.
- На прохання розповісти, як можна дістатися до місця надання послуги, пропонуйте відео- чи аудіоопис маршруту, докладно поясніть, як дістатися самостійно або пропонуйте зустріти на зупинці громадського транспорту.
- На запитання щодо можливості заповнити всі документи в електронному форматі, що доступний для програми екранного зчитувача, пропонуйте надіслати шаблони документів у доступному форматі на електронну пошту.



### Для осіб з когнітивними порушеннями

- На перепитування через «забудькуватість» та нерозуміння слів реагуйте спокійно та пояснюйте незрозумілу інформацію або повторюйте її стільки разів, скільки потрібно для того, щоб людина зрозуміла та запам'ятала або записала.
- Переконайтеся шляхом уточнювальних запитань у тому, що людина зрозуміла та запам'ятала чи записала інформацію.
- Дайте можливість продублювати інформацію на електронну пошту або надайте інформацію в друкованому вигляді.





# Доступне інформування про соціальні, реабілітаційні та адміністративні послуги

Доступне інформування про соціальні, реабілітаційні та адміністративні послуги [авторки-упорядниці О. Іванова, М. Лебідь] – заг. ред. О. Іванова.- Київ, 2021 – 16 с.

Видання підготовлено на замовлення Українського фонду соціальних інвестицій (УФСІ) у рамках програми «Інклюзія в громадах». Програма виконується відповідно до Проєкту «Сприяння розвитку соціальної інфраструктури, УФСІVІ», що фінансується з грантових коштів Уряду Німеччини, наданих через KfW.



KfW

