



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАКАЗ

20 12 20 22 р.

м. Київ

№ 1151

Про затвердження
Комунікаційної стратегії
Міністерства освіти і науки
України на 2023-2030 роки

Відповідно до вимог Законів України «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації», рішення засідання колегії Міністерства освіти і науки України від 17 жовтня 2022 року, протокол №2, з метою забезпечення відкритості та прозорості у діяльності Міністерства освіти і науки України

НАКАЗУЮ:

1. Затвердити Комунікаційну стратегію Міністерства освіти і науки України на 2023-2030 роки (далі – Комунікаційна стратегія МОН), що додається.
2. Затвердити План реалізації Комунікаційної стратегії Міністерства освіти і науки України на 2023-2030 роки (далі – План), що додається.
3. Відділу преси та інформації (Тихончик Т.) забезпечити реалізацію Комунікаційної стратегії МОН відповідно до Плану.
4. Керівникам самостійних структурних підрозділів Міністерства освіти і науки України, підпорядкованих підприємств та установ сприяти своєчасному виконанню завдань, визначених Комунікаційною стратегією МОН.
5. Контроль за виконанням цього наказу залишаю за собою.

Міністр

Сергій ШКАРЛЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Міністерства освіти і науки України

20 грудня 2022 року № 1151

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НА 2023-2030 РОКИ

Міністерство освіти і науки України (далі – Міністерство) є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах освіти і науки, наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, трансферу технологій тощо.

Одним із найважливіших інструментів забезпечення ефективної державної політики у сфері освіти, науки та інновацій є комунікація між Міністерством і зацікавленими сторонами. Комунікаційна діяльність має бути спрямована на підвищення рівня довіри до Міністерства та сприйняття її як ефективної інституції громадянами України, організацій громадянського суспільства, засобів масової інформації, міжнародних аудиторій та інших стейкхолдерів.

Підходи до реалізації стратегії потребують суттєвих структурних змін і перерозподілу комунікаційних потоків, перегляду співпраці між структурними підрозділами Міністерства, застосування новітніх технологій та способів поширення інформації, створення нової офіційної візуальної ідентичності Міністерства, послідовної роз'яснювальної роботи зі структурними підрозділами щодо здійснення ними зовнішніх комунікацій від імені Міністерства для формування єдиного злагодженого напрямку щодо популяризації освіти, науки, інновацій та реформ країни у відповідних сферах.

Комунікаційна стратегія Міністерства освіти і науки України на 2023-2030 роки (далі – Комунікаційна стратегія МОН) має на меті налагодження сучасної та зрозумілої комунікації з усіма цільовими аудиторіями шляхом своєчасного донесення важливої інформації через основні канали комунікації – власні та партнерські. Завдяки цьому зростатиме рівень довіри громадян до дій Міністерства та зміцнюватиметься підтримка реформ у сфері освіти.

Комунікаційна стратегія МОН є конвенціональною (такою, що забезпечує погодження та сприйняття цільовими аудиторіями політики Міністерства та Уряду) та базується на принципах діалогу.

Комунікації Міністерства створені на основних принципах діяльності Міністерства, демонструють цінності інституції, відповідають її основним репутаційним характеристикам.

I. АНАЛІЗ СИТУАЦІЇ

1.1. Аналіз ситуації. SWOT-аналіз

Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів впливу (SWOT-аналіз) має за мету виявити сильні та слабкі сторони Міністерства як інституції, що здійснюватиме комунікаційну діяльність протягом наступних восьми років, та спланувати можливості для покращення комунікативно-інформаційної складової, нівелювання загроз. Таким чином, передбачається посилення нових можливостей у роботі Міністерства, визначення ймовірних ризиків (внутрішніх та зовнішніх) та їх усунення, використання переваг (сильних сторін) для корекції репутаційної складової органу та виконання ним своїх функцій повною мірою.

<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none">1) сфера освіти, науки та інновацій стосується майже кожного громадянина України – велике охоплення цільової аудиторії;2) активна професійна діяльність освітян та престиж за межами України;3) освітні, наукові, інноваційні та спортивні досягнення здобувачів освіти, що створюють позитив сфери, країни та нові умови для професійного становлення;4) професійна комунікація Міністерства та активна співпраця, зокрема, з установами, закладами освіти, громадськими організаціями, що позитивно впливає на якість роботи та отримання позитивних результатів;5) спільна робота з лідерами суспільної думки в різних сферах різних країн, а також можливість досліджувати та застосовувати найкращі міжнародні практики в Україні.	<p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none">1) інституційна пам'ять негативно формує думку суспільства щодо діяльності Міністерства, зокрема, комунікаційній;2) внутрішня комунікація між структурними підрозділами Міністерства, установами, закладами, стейкхолдерами, цільовою аудиторією потребує вдосконалення;3) на всіх етапах прийняття рішень бракує даних для оцінки, як поточної ситуації, так і результатів комунікаційних проєктів;4) не готовність до сучасних комунікативних викликів працівників, які не прагнуть підвищувати і осучаснювати свою професійну кваліфікацію. Продовжують працювати «як звикли» і уповільнюють процес змін.
---	---

<p>Можливості:</p> <p>1) максимальне висвітлення діяльності Міністерства, а також реформування і покращення якості освіти та науки України;</p> <p>2) нові підходи до комунікацій та відкритість можуть суттєво змінити і поліпшити репутацію Міністерства;</p> <p>3) готовність підтримувати комунікаційну діяльність з міжнародними стейкхолдерами та популяризувати українську освіту, науку, інновації, діяльність Міністерства тощо;</p> <p>4) спільна та синхронна робота у сфері комунікацій структурних підрозділів Міністерства, установ, що належать до підпорядкування Міністерства, закладів освіти, громадських організацій, публічних осіб, ЗМІ тощо.</p>	<p>Загрози:</p> <p>1) недовіра та відсутність розуміння у важливості комунікаційної діяльності для Міністерства;</p> <p>2) слабка інституційна спроможність комунікаційної діяльності;</p> <p>3) втрата деяких комунікаційних практик та зв'язків і неспроможність впроваджувати зміни.</p>
--	--

II. ВІЗІЯ, МІСІЯ ТА ЦІННОСТІ МІНІСТЕРСТВА

2.1. Візія Міністерства

Міністерство освіти і науки України – відкритий і зорієнтований на взаємодію та партнерство центральний орган виконавчої влади, який відповідає перед суспільством за стійкий та інноваційний розвиток системи освіти і науки України на національному, європейському та глобальному рівнях, має довіру освітянської та наукової спільноти, міжнародних партнерів і українського суспільства в цілому.

2.2. Місія Міністерства

Творення в Україні інклюзивного та інноваційного суспільства, в якому кожний громадянин має рівні можливості для розвитку свого таланту впродовж життя заради формування згуртованої спільноти громадян, спроможних до активної творчої співучасті у стійкому розвитку України.

Наша місія полягає в розробленні і здійсненні державної політики, що гарантує:

1) усебічний розвиток людини, як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей; формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації

компетентностей; виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству; збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу українського народу; підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору;

2) розвиток науки, як джерела економічного зростання і невід'ємної складової національної культури та освіти; створення умов для реалізації інтелектуального потенціалу громадян у сфері наукової і науково-технічної діяльності; забезпечення використання досягнень вітчизняної та світової науки і техніки для задоволення соціальних, економічних, культурних та інших потреб.

2.3 Цінності

- 1) людиноцентризм;
- 2) верховенство права;
- 3) дотримання прав і свобод людини і громадянина;
- 4) законність;
- 5) гуманізм;
- 6) академічна доброчесність;
- 7) академічна свобода;
- 8) прозорість та відкритість;
- 9) відповідальність та підзвітність;
- 10) професійність та постійне удосконалення.

2.4. Інформаційний супровід реформ у сфері освіти і науки, зокрема в напрямі:

- 1) дошкільної освіти;
- 2) загальної середньої освіти;
- 3) позашкільної освіти;
- 4) інклюзивної освіти;
- 5) спеціальної освіти;
- 6) професійної (професійно-технічної) освіти;
- 7) фахової передвищої освіти;
- 8) вищої освіти;
- 9) освіти дорослих, зокрема післядипломної освіти;
- 10) науки, зокрема шкільної та молодіжної науки;
- 11) інновацій та трансферу технологій;
- 12) пріоритетів цифрової трансформації освіти і науки;
- 13) європейської інтеграції та гендерної рівності.

2.5. Основні принципи діяльності Міністерства у сфері комунікацій:

- 1) прозорість роботи: миттєве інформування аудиторій про діяльність та події Міністерства, прийняті законодавчі рішення;
- 2) відкритість, оперативність та гнучкість: постійна комунікація зі стейкхолдерами, врахування їхніх інтересів та потреб в інформації під час комунікаційної діяльності;
- 3) об'єктивність і толерантність до всіх думок.

III. ЗМІСТ КОМУНІКАЦІЙ

3.1. Обґрунтування Комунікаційної стратегії МОН

Комунікаційна стратегія МОН доповнює План дій з реалізації відкритості Парламенту і ставить за мету посилити інституційну спроможність Міністерства, здійснювати сучасне, повне та неупереджене інформування про діяльність Міністерства. У документі враховано освітні проекти, реалізація яких є серед пріоритетів діяльності Міністерства – План відновлення України, впровадження реформи «Нова українська школа», проект «Здорова Україна», програми «Безбар'єрність», «Шкільне харчування», «Національної програми психічного здоров'я та психосоціальної підтримки» тощо.

Також Комунікаційна стратегія МОН спрямована на розвиток європейської інтеграції та гендерної рівності, зокрема шляхом посилення міжнародної комунікаційної діяльності.

Канали комунікації – медійні засоби, за допомогою яких і через які Міністерство здійснює комунікаційну діяльність.

Комунікаційна діяльність МОН – комплекс засобів та заходів, що реалізуються у частині організаційного, інформаційного забезпечення діяльності Міністерства, структурних підрозділів Міністерства, Міністра, заступників Міністра, директоратів із цільовими (зовнішніми) аудиторіями, установами та закладами освіти тощо.

3.2. Цільові аудиторії:

- 1) учасники освітнього процесу: здобувачі освіти та їхні батьки, молоді фахівці, освітяни, науковці тощо;
- 2) представники центральних органів виконавчої влади;
- 3) місцеве самоврядування;
- 4) партнерські організації;
- 5) неурядові організації: громадські об'єднання вчителів, викладачів та науковців, батьків школярів тощо;
- 6) міжнародні уряди та громадяни інших держав;
- 7) приватні заклади освіти.

3.3. Візуальний стиль

Пріоритетами теперішньої діяльності Міністерства є завершення розпочатих реформ у сфері освіти, науки та інновацій. А також на часі побудова такої системи, за якої якісну освітню підготовку отримуватимуть фахівці, які відтворюватимуть процеси науково-технічного прогресу, що визначатиме перспективи високотехнологічного розвитку країни у майбутньому. Стратегічним кроком передбачено відбудова систем у період воєнного стану України, а також після перемоги.

Саме ці пріоритети вимагають зміни айдентики Міністерства.

Основоположними елементами нової айдентики є дві лінії, які нібито окреслюють частину простору. Розташування ліній, їхній формат утворюють динамічну фігуру у формі літер Міністерства.

Водночас лінії не замкнені, що символізує здатність до розширення, сприйняття і утворення нових форм, наповнення новим змістом, готовність до виходу за межі відомого. Рух і поєднання ліній дозволяє отримати ефект синергії, коли з двох простих елементів при їхньому поєднанні може бути утворено безліч нових – різноманітних за змістом і призначенням.

Для оптимізації візуальних образів пропонується гнучкий підхід до логоблоку Міністерства.

Нова візуалізація для Міністерства – це унікальна айдентика без використання державної символіки – Малий Герб і Державний прапор або їхніх елементів.

Як фірмовий шрифт використовується авторська шрифтова композиція «МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ».

Візуальний стиль Міністерства може поширюватися як на фізичні носії, так і віртуальні (сторінки в соціальних мережах, вебсторінки, фото- та відеоматеріали тощо). Використання інших візуальних стилів – заборонено.

3.4. Шрифти

Основним шрифтом для набору більшості текстів використовувати сучасну та інклюзивну гарнітуру – e-Ukraine. Перехідним шрифтом та рекомендованим залишається Innerspace Regular, а також Innerspace Bold.

3.5. Кольори

Головними кольорами візуального стилю Міністерства є синій (PANTONE — 2726 C, жовтий (PANTONE — 7408 C), чорний (PANTONE — BLACK C) та білий (СМУК 0/0/0/0).

Рекомендованими кольорами є:

- 1) зелений (RGB 41/207/123);
- 2) блакитний (PANTONE — 293 C);
- 3) світло-блакитний (СМУК 27/10/0/0);

- 4) темно-синій (СМУК 100/97/40/40);
- 5) сірий (PANTONE — 877 C);
- 6) темно-сірий (СМУК 0/0/0/70);
- 7) світло-жовтий (СМУК 0/15/75/0);
- 8) коричневий (PANTONE — 871 C).

Також можна використовувати градієнти із головними та рекомендованими кольорами та фон «зерно». Використання інших шрифтів і кольорів може бути дозволено у випадку створення інформаційних матеріалів у партнерстві, або інших вимог, що не заперечують умовам Комунікаційної стратегії МОН та погоджено із відділом преси та інформації.

3.6. Візуальні матеріали

Кожна візуальна робота має містити лого Міністерства та погоджуватися із відділом преси та інформації (у випадку створення матеріалів партнерами).

Усі візуальні матеріали Міністерства мають будуватися по встановленим правилам. Мають бути простими, не перевантаженими інформацією.

Щоб досягти цього, не можна використовувати великі об'єми тексту, складну для сприйняття інформацію потрібно спрощувати та робити доступною і зрозумілою.

Можуть використовуватися графічні елементи, які відповідають напряму до якого створюється матеріал та бути сучасними й зрозумілими.

3.7. Створення умов ефективної комунікації між зацікавленими сторонами та Міністерством для:

- 1) здобуття особами дошкільної, загальної середньої, позашкільної, спеціальної, спеціалізованої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої і вищої освіти, інклюзивного навчання, освіти дорослих, зокрема післядипломної освіти, наукових ступенів та вчених звань, цифрових компетентностей;
- 2) доступності до державних програм з підготовки фахівців, педагогічних, наукових, науково-педагогічних і робітничих кадрів, підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів у розрізі галузей знань;
- 3) популяризації державної політики з розвитку державної мови, національно-патріотичного виховання, фізичного виховання і спорту в закладах освіти;
- 4) презентації України перед зовнішніми стейкхолдерами як освітнього бренду, а території України як освітньо-наукового хабу;
- 5) просування державних цільових наукових та науково-технічних програм з пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки;
- 6) супроводу професійної підтримки та допомоги педагогічним працівникам (здійснення супервізії);

7) здійснення інформаційних заходів щодо проведення єдиної науково-технічної та інноваційної політики у сферах освіти і науки, наукової, науково-технічної діяльності;

8) ведення та функціонування Єдиної державної електронної бази з питань освіти, інших державних електронних баз та реєстрів, інших інформаційних систем у сфері, що належить до його компетенції.

IV. КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

4.1. Освіта і наука – стратегічні сфери для країни, яка прагне бути конкурентоспроможною в сучасному світі. Розвиток демократичного, успішного, активного суспільства, розвиток будь-яких сфер (безпека, оборона, економіка, медицина, промисловість, ІТ чи агро) – все це неможливо без добре освічених, ерудованих, креативних громадян.

4.2. Україна прагне стати країною щасливих і конкурентоспроможних людей у глобальному світі. Освіта – основа нової країни.

4.3. Дошкільна, шкільна, позашкільна та інклюзивна освіта – запорука самореалізації кожної дитини.

- 1) Дошкілля – фундамент освіти. Діти – промені майбутнього.
- 2) Загальна середня освіта формує успішну людину.
- 3) Позашкілля – всебічний розвиток, раннє виявлення здібностей, формування громадянина та майбутнього фахівця.
- 4) Інклюзія – іспит на дорослість суспільства, прийняття і залучення усіх його членів.
- 5) Психоемоційна підтримка усіх учасників освітнього процесу, як норма здорового суспільства.
- 6) Фізична культура та спорт – важливі складові повноцінного формування особистості.
- 7) Вихователі, вчителі – творці майбутнього покоління. Разом розвиваємо, творимо, допомагаємо.
- 8) Керівники закладів освіти – рушійна сила змін в громадах.
- 9) Батьки. Підтримуємо один одного, спільно будуємо Нову українську школу та створюємо безпечне освітнє середовище.
- 10) Здобувачі освіти. Ти маєш право на якісну освіту. Ти маєш право на цікаві заняття, безпечні та комфортні умови.

4.4. Професійна освіта – це навички і знання для реалізації власного потенціалу. Без професійної освіти неможливий економічний розвиток регіонів.

- 1) Учні. Професійна освіта – це можливість перетворити свій талант у справжню професію, почати швидко заробляти гроші.
- 2) Батьки. Професійна освіта – це можливість за короткий період отримати знання і навички, які завжди будуть потрібні на ринку праці.
- 3) Педагоги. Сильні програми, знання та навички для викладання в закладах професійної освіти – це умова гідної оплати та сильних випускників.
- 4) Роботодавці. співпраця із закладами професійної освіти – це інвестиція у професійні кадри із практичними знаннями та навичками.

4.5. Вища освіта формує людину майбутнього.

- 1) Здобувачі освіти. Вища освіта – це шлях до самореалізації у професії, яка цікавить, та фундамент, на якому можна будувати кар'єру та змінювати країну.
- 2) Батьки. Вища освіта – це інвестиція у стабільне та перспективне майбутнє.
- 3) Викладачі. Наукові здобутки, інноваційні підходи та колаборація із зарубіжними колегами – запорука гідної оплати та сильних здобувачів освіти.
- 4) Роботодавці. Співпраця із закладами вищої освіти – це інвестиція у професійні кадри із ґрунтовними знаннями та навичками.

4.6. Наука та інновації як фундамент сучасного майбутнього.

- 1) Науковці. Ви – інтелектуальний потенціал країни. Ваш внесок у розвиток та удосконалення України неоціненний, адже саме вашими зусиллями вже сьогодні формується майбутнє України. Ваш досвід та беззаперечний авторитет сприяє міжнародній науковій інтеграції та є основою створення спільних проєктів із закордонними партнерами навіть в умовах воєнного стану. Ми робитимемо усе для забезпечення умов для провадження наукової та науково-технічної діяльності на високому рівні.
- 2) Молоді вчені. Ви – майбутнє української науки. Від початку повномасштабного вторгнення РФ чимало молодих вчених стали волонтерами, захисниками інноваційного дослідницького фронту нашої держави, продовжуючи свою наукову та викладацьку діяльність, усі вкотре переконалися у тому, яка прогресивна, розумна і небайдужа в нас молодь, і разом з тим, як багато важить воля і зусилля кожного з вас, кожної людини, що закладає свою цеглинку у нашу перемогу і розбудову успішної, інноваційної держави. Держава всіляко підтримуватиме молодих учених.
- 3) Науковці, що виїхали за кордон у зв'язку з військовим вторгненням РФ в Україну. Своїми дослідженнями та активною громадянською позицією ви формуєте позитивний імідж української науки за кордоном, відстоюєте честь та інтереси нашої держави. Складні умови через російську агресію

відкрили повною мірою значення справжньої солідарності, солідарності міжнародної наукової спільноти. Молоді науковці мають повернутися в Україну та успішно продовжили свою наукову працю задля розвитку і процвітання України.

- 4) Керівники наукових установ. У вас надвідповідальна місія, адже саме ви забезпечите реалізацію пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки. Ми нарощуватимемо та створюватимемо нові інструменти для підтримки Ваших наукових напрямів, оновлення дослідницької інфраструктури та реконструкції майнових комплексів для найкращого розкриття потенціалу наукових установ.
- 5) Проректори з наукової роботи в університетах. Ви – рушійна сила університетської науки. Спільними зусиллями забезпечимо досягнення наукової досконалості та взаємодію з підприємницьким сектором. Ви завжди гідно представляєте Україну, з року в рік забезпечуючи виборення колективами науковців університетів призових місць на міжнародних конкурсах, вирішуючи глобальні світові та національні виклики, що потребують інноваційних рішень. Ваш досвід відкриє конкурентоспроможність країни та забезпечуватиме розвиток високотехнологічного сектору економіки.
- 6) Винахідники. Ви – ті, ким ми щиро пишаємося, кого високо цінуємо, і на кого покладаємо великі сподівання щодо технологічного поступу і повоєнної розбудови української держави. Разом з Вами ми модернізуємо країну на високотехнологічній основі.
- 7) Засновники та керівники наукових парків. Ви акумулюєте наукові результати університетів та наукових установ та забезпечите їх впровадження. Спільними зусиллями нам вдасться поєднати науковий та промисловий потенціал країни. Ми готові й надалі створювати нормативно-правове поле для того, щоб наукові парки стали чільною ланкою інноваційних процесів в Україні так, як це є в провідних країнах.
- 8) Стартапери. Ви – рушійна сила швидких технологічних змін та рішень задля соціального та економічного добробуту країни та її громадян, ви вражаєте весь світ інноваційними ідеями та швидкістю масштабування. На вас ми покладаємо великі сподівання щодо швидкого повоєнного відновлення української держави. Міністерство і далі створюватиме інструменти підтримки інновацій, трансферу знань від ідеї до впровадження, проводитиме міжнародні заходи для залучення інвестицій у науку та розробки.
- 9) Підприємці. Ви – основа економіки та майбутнього відновлення країни. Саме ваша зацікавленість у новітніх технологічних рішеннях буде рушієм модернізації країни, її конкурентоздатності та забезпечення національної безпеки через відсутність продуктової та товарної залежності від країни-агресора. Ми готові створювати умови, щоб наука продукувала розв'язання проблем, які є найбільш нагальними для бізнесу.

- 10) Громадяни України. Ви є споживачами продукції, товарів та послуг, які створюються також із застосуванням новітніх знань та розробок вітчизняних учених. Міністерство створюватиме умови, щоб у вашому повсякденному житті було більше речей, створених в Україні та на основі результатів українських учених.
- 11) Учні, студенти. Ви – майбутнє України, потенційні «Ілони Маски» та «Стіви Джобси». Міністерство й надалі буде створювати умови, щоб ви могли більше дізнатися про науку, про те, що «наука – це цікаво, корисно та прибутково», щоб ви могли обрати той шлях, який вам більше до душі – бути відомим науковцем, кваліфікованим інженером чи успішним підприємцем.

V. КЛЮЧОВІ АУДИТОРІЇ ТА КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЇ

Відправним пунктом усіх комунікацій Міністерства є їхня відповідність конкретним цільовим аудиторіям (далі – ЦА), а також розуміння впливу цих комунікацій на обізнаність або зміну їхньої поведінки.

Ключові аудиторії для комунікацій Міністерства класифікуються за напрямками діяльності Міністерства. Для різних груп ЦА визначено мови комунікації. Українська мова обов'язкова для комунікації з такими аудиторіями:

- 1) громадяни України;
- 2) Офіс Президента України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, інші центральні органи виконавчої влади;
- 3) українські медіа, українські лідери суспільної думки;
- 4) українські експерти;
- 5) українська громада за кордоном.

Англійська мова та мови країн перебування обов'язкові для комунікації, спрямованої на такі аудиторії:

- 1) політичне керівництво іноземних країн, іноземні та міжнародні організації;
- 2) громадяни іноземних країн;
- 3) іноземні журналісти;
- 4) іноземні лідери суспільної думки;
- 5) іноземні експерти та менеджери у сфері освітніх, наукових та інноваційних проєктів;
- 6) іноземні академічні кола.

Міністерство використовує як зовнішні канали комунікації (медіа, публічні події, офіційні канали спілкування тощо), так і власні.

Власні канали комунікації Міністерства:

- 1) офіційний вебсайт Міністерства;
- 2) канал Міністра в Telegram;

- 3) сторінка Міністерства у Facebook;
- 4) акаунт Міністерства у Twitter;
- 5) сторінки заступників міністрів у Facebook;
- 6) канал Міністерства в Telegram;
- 7) сторінка Міністерства в YouTube;
- 8) сторінка у TikTok.

Для залучення представників громадськості до обговорення важливих питань широко використовуються прямі розсилки інформації цільовим аудиторіям, громадські консультації на сайті Міністерства, публічні консультації, робота «гарячих телефонних ліній», різноманітні опитування та соціологічні опитування, а також пресрелізи, коментарі та інтерв'ю в засобах масової інформації, зустрічі з громадськістю, публічні виступи керівництва під час комунікаційних заходів – пресконференцій, брифінгів, прямих ефірів на радіо та телебаченні, ток-шоу тощо.

VI. СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ

6.1. Стратегічна ціль 1. Формування та реалізація державної політики у сферах освіти і науки, наукової, науково-технічної діяльності та інноваційної діяльності, цифрової трансформації в зазначених сферах з метою забезпечення сталого функціонування сфер освіти і науки у період воєнного стану.

Налагодження ефективних двосторонніх каналів зв'язку зі стейкхолдерами та перетворення таких відносин на партнерські. Особливо у кризові періоди, спричинені коронавірусною інфекцією COVID-19, введення правового режиму воєнного стану в Україні виникла потреба у нових підходах до комунікацій. Йдеться насамперед про надання переваги цифровим і дистанційним рішенням у комунікаціях, достатньо гнучких для популяризації української освіти, науки та інновацій, незважаючи на зміни зовнішніх обставин:

- 1) створення системи ранньої діагностики реакції цільових аудиторій на діяльність Міністерства;
- 2) розбудова системи каналів інформаційного супроводу діяльності Міністерства;
- 3) розширення кола агентів змін серед представників ЦА;
- 4) створення позитивного іміджу Міністерства та Уряду.

6.2. Стратегічна ціль 2. Розбудова цифрової освітньої та наукової екосистеми, зокрема шляхом оновлення цифрового освітнього середовища, розвитку цифрових компетентностей, дебіюрократизації управління освітою і наукою, автоматизації послуг і процесів у сферах освіти і науки:

- 1) забезпечення функціонування, наповнення та розвитку підрозділу «Цифрова освіта» на офіційному вебсайті Міністерства (також розміщення

в цьому підрозділі посилань на ключові цифрові сервіси в освіті та науці, наприклад, Всеукраїнська школа онлайн, Автоматизований інформаційний комплекс освітнього менеджменту, Єдина державна електронна база з питань освіти тощо, та інших, що заплановані до створення);

- 2) забезпечення сталої комунікації Міністерства із ключовими стейкхолдерами у сфері освіти та науки з питань, що стосуються цифрової трансформації освіти і науки.

6.3. Стратегічна ціль 3. Розбудова і впровадження комплексної системи психологічної підтримки та супроводу учасників освітнього процесу, які постраждали внаслідок воєнних дій:

- 1) забезпечити діалог між учасниками освітнього процесу задля підтримки психоемоційного стану;
- 2) забезпечити інформування щодо наявних інструментів та матеріалів для психологічної підтримки та супроводу учасників освітнього процесу.

6.4. Стратегічна ціль 4. Трансформація дошкільної, повної загальної середньої, позашкільної, спеціалізованої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої, вищої освіти, освіти дорослих з метою розвитку та посилення людського потенціалу країни у повоєнний період:

- 1) забезпечити діалог з усіма ключовими аудиторіями для впровадження ефективної системи прийняття рішень під час формування політики у сфері освіти;
- 2) забезпечити поінформованість громадськості та ЗМІ щодо перебігу трансформація дошкільної, повної загальної середньої, позашкільної, спеціалізованої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої, вищої освіти, освіти дорослих;
- 3) забезпечувати популяризацію української освіти усіх рівнів та налагодження комунікації серед зацікавлених стейкхолдерів для залучення в процес модернізації закладів освіти, матеріально-технічної бази, обмін досвідом тощо.
- 4) отримання зворотного зв'язку від учасників освітнього процесу та поширення актуальних кейсів.

6.5. Стратегічна ціль 5. Реалізація реформ у сферах науки та інновацій задля відновлення економіки та розбудови обороноздатності України:

- 1) забезпечити проведення публічних заходів щодо популяризації науки в Україні (форумів, днів науки, наукових та науково-практичних конференцій, круглих столів тощо);

- 2) забезпечити поінформованість громадськості про досягнення українських науковців через розширення доступу до результатів їхньої наукової діяльності;
- 3) забезпечити діалог з усіма ключовими аудиторіями для впровадження ефективної системи прийняття рішень під час формування політики у сфері наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності;
- 4) забезпечити належну комунікаційну спроможність Міністерства у взаємодії з науковцями, інноваторами, вченими та громадянським суспільством з питань функціонування та розвитку науки та інновацій;
- 5) забезпечити інформування вчених та інноваторів про можливості використання електронних ресурсів наукової інформації та літератури, поширення інформації про тренінги та вебінари, присвячені питанням використання бібліографічних, повнотекстових, патентних баз даних та інших електронних ресурсів, публікації результатів досліджень у виданнях, які індексуються міжнародними базами даних.

6.6. Стратегічна ціль 6. Реформування підходів до фінансування освіти шляхом підвищення ефективності використання наявних ресурсів і залучення додаткових коштів для підвищення якості освіти та реалізації стратегічних пріоритетів розвитку сфери.

6.7. Стратегічна ціль 7. Гармонізація освітнього і наукового законодавства України з законодавством Європейського Союзу, імплементація європейських принципів, підходів та практик в освітній та науковій сферах.

VII. ІНСТРУМЕНТИ ВИКОНАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МОН

7.1. Взаємодія із засобами масової комунікації:

- 1) вибір і співпраця з телеканалами, радіостанціями, електронними ЗМІ, виданнями (профільними, масовими, глянцевиими), які мають найбільшу ЦА;
- 2) складання/вибір медіакарти для просування/висвітлення інфоприводів. Медіакарту розробляє та постійно оновлює відділ преси та інформації;
- 3) регулярне створення інфоприводів. Щоквартальний/щомісячний план передбачених інфоприводів (подій) розробляє відділ преси та інформації на підставі пропозицій від усіх структурних підрозділів Міністерства, установ, закладів освіти та партнерів з погодженням профільного заступника Міністра. У плані зазначається зміст інфоприводу (дата, подія, особа), медіакарта, необхідні ресурси для реалізації, відповідальні особи. План на кожен місяць/квартал подається структурними підрозділами,

установами та організаціями із погодженням профільного заступника Міністра до відділу преси та інформації не пізніше 15 числа кожного місяця на наступний період поточного року.

- 4) професійна підготовка PR-текстів (пресрелізи, інформаційні та аналітичні статті, іміджеві тексти, біографії, інфографіки) відповідно до щоквартального/щомісячного плану інфоприводів, або за потреби;
- 5) зйомки тематичних сюжетів, проведення інтерв'ю, участь у тематичних ток-шоу відповідно до щоквартального/щомісячного плану інфоприводів, або за потреби;
- 6) експертні коментарі керівництва та працівників з попереднім погодженням, відповідно до щоквартального/щомісячного плану інфоприводів, або за потреби;
- 7) спеціальні медіапроекти на соціально гострі теми, або теми, присвячені актуальним проектам Міністерства у форматі пресконференцій, презентацій, брифінгів, престурів, пресланчів) відповідно до щоквартального/щомісячного плану інфоприводів, або за потреби;
- 8) постійний моніторинг інформаційного середовища здійснює відділ преси та інформації.

7.2. Digital-комунікації:

- 1) постійна робота над покращенням та наповненням сайту;
- 2) пряма реклама (текстова, аудіо-, відеопродуктів, заходів, подій через всі медіа канали);
- 3) спецпроекти з партнерства і підтримки (патронат) заходів партнерів;
- 4) SEM (Search Engine Marketing – пошуковий маркетинг), SEO (Search Engine Optimization – пошукова оптимізація), SEA (Search Engine Advertising – контекстна реклама в пошукових системах), VSM (Video Search Marketing) – контекстна відеореклама для відеохостингів), SMO (Social Media Optimization – оптимізація ресурсів під соціальні мережі);
- 5) SMM (використання соціальних мереж, як інформаційного каналу для просування продуктів, інформаційного супроводження, отримання зворотного зв'язку). Підтримка наявних та створення нових груп у соціальних мережах, як постійних, так і для просування або реалізації окремих продуктів, подій. Вибір майданчиків (соціальних мереж) під відповідну цільову аудиторію. Оформлення груп повинно відбуватися в єдиному корпоративному стилі, відповідати визначеній айдентиці Міністерства;
- 6) influence-маркетинг – робота з блогерами та лідерами думок. Налагодження партнерських відносин з активними і системними блогерами, експертами, найактивнішими кореспондентами;
- 7) створення ігор та додатків (як потенційно важливий канал популяризації продуктів та реформ Міністерства серед молоді);
- 8) Digital-PR;
- 9) офіційні поштові розсилання інформації через e-mail, sms;

- 10) мобільні застосунки.

7.3. Спеціальні заходи:

- 1) ділові події (презентації, форуми, конференції, круглі столи, переговори тощо);
- 2) події для масових аудиторій (свята, фестивалі, спортивні змагання, шоу, концерти тощо);
- 3) події для співробітників (наради, зібрання, тимбілдинг, корпоративні свята тощо);
- 4) корпоративний імідж з урахуванням GR (government relations – відносини з партнерами з Уряду) та SR (Social Responsibility – соціальна відповідальність);
- 5) інформаційний супровід і донесення інформації до ключових стейкхолдерів через визначені для них інструменти і методи. Здійснюється відповідно до Комунікаційної стратегії МОН, медіакарти, щоквартального/щомісячного плану відповідно до встановлених інформок. У випадку виявлення фейкових та неправдивих матеріалів у ЗМІ, на телебаченні та соціальних мережах діяти відповідно до правил спростування такої інформації;
- 6) CRM. Ведення інформаційної бази стейкхолдерів.

7.4. Робота із внутрішньою цільовою аудиторією:

- 1) система внутрішніх горизонтальних та вертикальних комунікацій (наради, зібрання, переговори, інформаційні стіни, корпоративні засоби комунікації);
- 2) формування корпоративної культури (місія, цінності, документи корпоративної поведінки, традиції, «ритуали», корпоративний стиль);
- 3) заходи в галузі нематеріальної мотивації (свята, тимбілдинг, система адаптації та заохочення, конкурси, підвищення кваліфікації тощо).

VIII. ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МОН

Комунікаційна стратегія МОН за потреби переглядається на засіданні колегії Міністерства та у разі схвалення змінюється та/або продовжується наказом.

Координує реалізацію, звітує про виконання, приймає пропозиції та розробляє проекти змін до Комунікаційної стратегії МОН відділ преси та інформації спільно з структурними підрозділами Міністерства. Аналіз та подальша оптимізація інформаційних потоків має запобігти дублюванню комунікаційних функцій різними підрозділами, прискорити рух інформації з метою вироблення оновлених процедур обміну та поширення інформації всередині Міністерства та назовні. Відділ преси та інформації – центр, що координує та забезпечує комунікаційну діяльність Міністерства.

До виконання всіх завдань Комунікаційної стратегії МОН можуть долучатися представники структурних підрозділів Міністерства, організацій громадянського суспільства, установ, закладів освіти, проекти міжнародної технічної допомоги тощо.

Реалізація затвердженої Комунікаційної стратегії МОН має на меті формування єдиного механізму інформаційної діяльності Міністерства.

Новостворені правила брендингу є обов'язковими для використання на всіх каналах комунікації Міністерства: офіційний вебсайт, візитки, розсилки, банери, роздаткові матеріали, заставки, сторінки Міністерства у соціальних мережах тощо.

ІХ. ОЧІКУВАННЯ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МОН

У межах Комунікаційної стратегії МОН заплановано покращити імідж Міністерства та підвищити його авторитет, продемонструвати важливість та необхідність його діяльності. Підвищити рівень довіри громадян до дій і рішень Міністерства, зміцнити підтримку громадянським суспільством державної політики у сфері освіти, науки та інновацій.

Ефективна реалізація Комунікаційної стратегії МОН передбачає підвищення рівня поінформованості усіх ключових аудиторій суспільства про діяльність органу та налагодження зворотного зв'язку з ключовими аудиторіями для подальшої ефективної взаємодії.

9.1. Очікувані результати:

- 1) ребрендинг Міністерства відповідає викликам часу;
- 2) налагоджено конструктивний діалог між Міністерством та громадськістю і ЗМІ;
- 3) сформовано спільну та синхронну роботу у сфері комунікацій структурних підрозділів Міністерства, установ, що належать до підпорядкування Міністерства, закладів освіти, громадських організацій, публічних осіб, ЗМІ тощо.

9.2. Ключові показники ефективності реалізації стратегії:

- 1) збільшення кількості позитивних згадувань/публікацій про діяльність Міністерства у друкованих та інтернет ЗМІ;
- 2) присутність відомства в інформаційному просторі через генерування власних новин, 60-70% публікацій відтворюють ключові повідомлення Міністерства.

9.3. Ключові показники ефективності відслідковуються через:

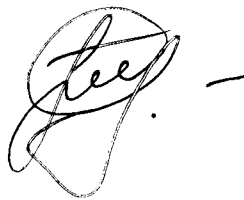
- 1) аналітику соціальних мереж і присутності в інтернеті (охоплення, відгуки, репости, коментарі, уподобання);
- 2) динаміку збільшення читачів на офіційних сторінках в соціальних мережах;
- 3) кількісні показники залучення ЗМІ до заходів;
- 4) кількість публікацій в ЗМІ;
- 5) моніторинг громадської думки на регулярній основі щодо діяльності Міністерства дозволить скоригувати діяльність органу, зокрема у сфері зовнішніх комунікацій.

X. ВПРОВАДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МОН ТА ФІНАНСУВАННЯ

Комунікаційна стратегія МОН буде здійснюватися відповідно до Плану реалізації Комунікаційної стратегії Міністерства освіти і науки України на 2023-2030 роки та подання на розгляд відділом преси та інформації звіту колегії Міністерства освіти і науки України (по завершенню дії Комунікаційної діяльності МОН або за потребою) щодо результатів впровадження Комунікаційної стратегії МОН.

Виконання комунікаційної стратегії забезпечуватиметься за рахунок і в межах бюджету, передбаченого на діяльність Міністерства.

Начальник відділу



Тетяна ТИХОНЧИК

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Міністерства освіти і науки України


20 грудня 2022 року № 1151

**ПЛАН РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НА 2023-2030 РОКИ**

№	Етапи	Зміст	Період
1.	Впровадження елементів бренбуку Комунікційної стратегії МОН.	Заміна візуальних складових комунікційної діяльності (сайт, соціальні мережі, інфографіки, презентації тощо)	Старт – Січень 2023 року
2.	Реструктуризація системи внутрішньої комунікції Міністерства.	Налагодження внутрішньої комунікції структурних підрозділів Міністерства із відділом преси та інформації: 1) інформування працівників Міністерства та підприємств та установ, що належать до підпорядкування Міністерства щодо запровадження Комунікційної стратегії МОН; 2) впровадження щоквартального/щомісячного плану відповідно до щотижневки та поданих пропозицій погодженими з профільними заступниками Міністра. 3) ведення динаміки збільшення кількісних та якісних показників, наданих матеріалів до відділу преси та інформації від структурних підрозділів Міністерства, підприємств та установ, що належать до підпорядкування Міністерства.	Старт – Січень 2023 року щомісячно щотижнево
3.	Інформаційна кампанія щодо запровадження	Створення та планування релізів та візуалів щодо впровадження Комунікційної стратегії МОН.	Старт – січень 2023

	Комунікаційної стратегії МОН.		
4.	Створення щоквартального/щомісячного плану на кожен рік та посткомунікація за потреби.	Щорічний аналіз комунікаційної діяльності відповідно до щоквартального/щомісячного планів. Подання на розгляд відділом преси та інформації звіту колегії Міністерства освіти і науки України (по завершенню дії Комунікаційної діяльності МОН або за потребою) щодо результатів впровадження Комунікаційної стратегії МОН. Створення та оприлюднення матеріалів для посткомунікації.	постійно

Начальник відділу



Тетяна ТИХОНЧИК