

Контрольный список для многоязычной и многоканальной коммуникации

*Планирование
Создание сообщения
Сотрудничество*

ПЛАНИРОВАНИЕ

❑ Составьте план и обдумайте зоны ответственности

Организациям рекомендуется иметь планы коммуникации и действий на случай непредвиденных обстоятельств. В планах должно быть указано, кто отвечает за какие области и как решаются вопросы как в повседневной жизни, так и в исключительных обстоятельствах. Убедитесь, что в организации все знают о своих обязанностях.

❑ Заранее определите ресурсы.

Убедитесь, что ресурсы, используемые в нестандартных ситуациях и исключительных обстоятельствах, определены и добавлены в планы. От наличия ресурсов будет зависеть, что вы реально можете сделать. Также убедитесь, что финансовые ресурсы выделяются на планирование и действия в кризисных ситуациях.

❑ Установите основные принципы многоязычного общения

Тщательно подумайте о том, на каких языках вы общаетесь и на чем основывается выбор языка в различных ситуациях. Каждый осведомлен об основных принципах общения и может положиться на них в случае возникновения нестандартной ситуации и исключительных обстоятельств.

❑ Выражайте мысль ясно и понятно.

Организации необходимо добиваться ясности и понятности в коммуникативном аспекте. Четкие исходные тексты облегчают перевод и его понимание как можно большему числу людей.

❑ Больше выражайтесь простым языком.

Есть ли в вашей организации те, кто умеет пользоваться простым языком? Не могли бы вы заказать обучение простому языку и повысить уровень владения им? В случае возникновения нестандартных ситуаций и исключительных обстоятельств должны быть доступны материалы на простом языке. Упрощенные фразы на финском языке также можно использовать, если перевод невозможен.

❑ Убедитесь, что процесс перевода работает.

Процессы перевода следует видеть как часть планирования других видов коммуникаций, чтобы перевод происходил быстро. Подумайте, какие методы лучше всего подходят для вашей организации. Переводятся ли материалы внутри организации или через аутсорсинг? Составлены ли инструкции для переводчиков? Проверяются ли и корректируются ли переводы?

❑ Позитивно относитесь к многоязычию.

Многоязычие иногда рассматривается как негативная вещь, которая отнимает ресурсы. Однако многоязычие открывает множество возможностей, и важно сохранять позитивное отношение к многоязычию.

❑ Обеспечьте доступность коммуникации.

Выделите ресурсы для улучшения цифровой и коммуникативной доступности и сделайте ваше сообщение доступным. Вы можете проверить, читаются ли сообщения на считывателях и открывается ли текст на изображениях в сообщении. Не забудьте добавить субтитры к вашим комментариям в видеороликах и добавить аудиодорожку к видеороликам с текстом.

❑ Ознакомьтесь с каталогом вашей организации.

Разные каталоги рассчитаны на разных людей, поэтому полезно помнить о разнообразии изображений. Подумайте, какие изображения используются в вашей организации. Кто изображен на фотографиях и кто может идентифицировать себя с людьми на фотографиях? Какие символы используются? Однозначны ли изображения?

❑ Заботьтесь обо всех.

Рекомендуется заранее спланировать деятельность по поддержанию благополучия и психологического самочувствия сотрудников и волонтеров. Это применимо как в повседневной жизни, так и при нестандартных ситуациях и исключительных обстоятельствах.

СОЗДАНИЕ СООБЩЕНИЯ

❑ Проверьте достоверность фактов.

Делитесь только проверенной информацией. Даже если сообщение срочное, убедитесь, что информация верна. Быстро опубликованная ложная информация наносит больше вреда, чем проверенная информация, которая немного запаздывает.

❑ Будьте в курсе событий.

Будьте в курсе того, что происходит в обществе. Какие сообщения исходят от властей и средств массовой информации? А какие исходят от сообщества? Какая информация необходима и где ее получить? Какой материал уже был выпущен, а какой будет выпущен позже?

❑ Выявляйте ложную информацию.

Какого рода дезинформация распространяется в сообществах? Исправьте неверную информацию, затрагивающую сообщество, предоставив проверенную информацию. Организуйте тренинги и семинары по медиаграмотности. Вы можете использовать карточки по медиаграмотности (см. <https://www.punainenristi.fi/monikielinen-koronaviestinta/>).

❑ Укрепляйте доверие.

Доверие — это результат многолетней работы. Доверие в разных сообществах сильно варьируется в зависимости от прошлого опыта, социальной интеграции и культуры страны происхождения. Доверие можно укрепить, например, путем повторения сообщений и объяснения информации.

❑ Выражайтесь понятно.

Используйте как можно более понятный и незамысловатый язык. Не думайте, что все понимают сложные слова. Поразмышляйте, есть ли в исходном тексте культурные аспекты или метафоры, которые следует раскрыть более подробно.

❑ Отправляйте сообщения в правильное время.

Публикуйте информацию, когда это необходимо. В разных сообществах одни и те же вещи могут обсуждаться в очень разное время. Если содержание сообщения быстро меняется, обязательно упомяните об этом и добавьте возможную дату в материалы.

❑ Проясните цель сообщения.

Подумайте, какую мысль вы хотите донести с помощью сообщения? Будет ли сообщение только средством передачи информации или же оно направлено на появление дискуссии или побуждение людей к действию? Если цель состоит в том, чтобы изменить поведение людей, подумайте, достаточно ли люди мотивированы, чтобы действовать так, как они хотят, исходя из своих ценностей.

❑ Подумайте о целевой группе сообщения.

Подумайте, кому адресовано ваше сообщение. Сузьте круг целевых групп, например, по языку или возрасту, и определите, какого рода информация необходима. Каковы мнения сообщества по этому вопросу и есть ли возможность для обсуждения?

❑ Найдите правильные каналы.

Выясните, какие каналы коммуникации использует ваша целевая группа. Будет ли наиболее эффективным канал в социальных сетях, обмен мгновенными сообщениями или печатные материалы? В какой форме информация усваивается лучше всего? В целом, ранее созданные каналы быстро привлекают аудиторию даже в нестандартных ситуациях и исключительных обстоятельствах.

❑ Настраивайте и индивидуализируйте сообщения.

Адаптируйте сообщения к вашей целевой аудитории. Простого перевода официальных сообщений обычно недостаточно, поскольку сообщение должно быть осмысленным, чтобы вызвать желаемые изменения в поведении. Ключевые лица в целевой группе предоставляют ценную информацию о том, какие типы сообщений работают лучше всего.

□ Сузьте и обобщите свои сообщения.

Делайте свое сообщение кратким, но расскажите все необходимое. Если возможно, ограничьте содержание сообщения одной темой.

□ Избегайте стигматизации людей.

Избегайте стигматизации конкретных групп и сообществ в сообщениях. Стигматизация вредна и может затруднить реагирование на кризисные ситуации, среди прочего, вызывая недоверие.

□ Подумайте и об изображениях.

Понятные изображения являются хорошей опорой для сообщения и облегчают его понимание. Изображения должны быть недвусмысленными. С помощью письменного текста можно уменьшить двусмысленность, которую может вызвать изображение, но это не работает для неграмотных. Смогут ли те, кому адресовано сообщение, идентифицировать себя с людьми на изображениях?

□ Используйте повторы сообщений.

В случае нестандартных ситуаций и исключительных обстоятельств важно повторять и обновлять наиболее важные сообщения, например инструкции. Обновления должны быть схожими по формату, чтобы сообщения можно было легко связать.

□ Создайте раздел «Часто задаваемые вопросы».

Создайте удобный для поиска информационный раздел, в котором будут даны ответы на часто задаваемые вопросы. Также не забывайте обновлять его.

□ Предоставьте время.

Людям и сообществам часто требуется время, чтобы усвоить новую ситуацию. Вы можете определить, есть ли в сообществах возможность для новой дискуссии. Могли бы вы организовать дискуссионное мероприятие с привлечением надежных для сообщества экспертов и переводчиков, если это необходимо? Потребности и вопросы целевых групп могут быть неожиданными, поэтому важно знать культурный контекст.

□ Проявите творческий подход.

Если кажется, что ни одно сообщение не достигает аудитории и не побуждает ее к дискуссии, рассмотрите новые способы обсуждения темы. Например, видеоролик в стихах, выполненный при участии сообщества, конкурс рисунков для детей, дневной лагерь для молодежи или ресурсный семинар для пожилых людей?

СОТРУДНИЧЕСТВО

□ Устанавливайте контакты.

Есть ли в вашем регионе другие организации и операторы, с клиентами которых вы хотите связаться? Посетите их, расскажите о своей деятельности и пригласите их к себе. Может ли сотрудничество также способствовать созданию материалов или проведению мероприятий? Нужно ли охватывать все целевые группы самостоятельно или посредником может выступить другая организация? Свяжитесь с властями, городами, муниципалитетами, представителями округов социального обеспечения, средств массовой информации и экспертами.

□ Сотрудничайте.

Работая сообща, вы избегаете дублирования, способствуете потоку информации и знаете, какого рода коммуникацию производят другие организации. Координация имеет жизненно важное значение, особенно в нестандартных ситуациях и исключительных обстоятельствах. Вместе вы также можете, например, выполнить проверку достоверности фактов.

□ Найдите ключевых людей в сообществах.

Определите ключевых людей и влиятельных лиц в ваших целевых сообществах и установите с ними контакты. Вы также можете организовать тренинг по коммуникации и тому, как справляться с нестандартными ситуациями.

□ Вступайте в сообщества.

Организируйте посещение общественных мероприятий и собрания с ключевыми лицами. Это хорошая возможность поделиться информацией об организации и ее деятельности.

□ Обеспечьте непрерывность работы сетей.

Участвуйте в сетях и поддерживайте их работу. Существующие сети и сотрудничество облегчают общение в исключительных ситуациях. Когда наступает кризис, вы можете связаться с уже знакомыми игроками, и вам не нужно начинать выстраивать доверие с нуля. Также познакомьте новых сотрудников с сетями.

□ Поделитесь материалами с другими организациями.

Готовый материал также следует использовать совместно с другими пользователями. Одной из общих платформ, на которой можно обмениваться материалами, является Партнерская платформа Министерства занятости и экономики.

□ Обеспечьте готовность сетей.

Подумайте, как сеть готова справляться с нестандартными ситуациями и исключительными обстоятельствами. Готовы ли люди в сети помогать? Могли бы вы создать сеть переводчиков и корректоров? Желательно своевременно изучить ситуацию, так как в случае нестандартных ситуаций и исключительных обстоятельств должна быть доступна информация о том, как решать возникающие вопросы.

Данный контрольный список является частью руководства по многоязычному общению *Monikielinen viestintä haltuun!* Полное руководство по многоязычному общению между организациями в нестандартных ситуациях доступно на финском, шведском и английском языках: <https://www.punainenristi.fi/monikielinen-koronaviestinta/>. Контрольный список и руководство были опубликованы в рамках координационного проекта Финского Красного Креста по многоязычной и многоканальной коммуникации во время эпидемии коронавирусного заболевания.