



## Україна: рекомендації щодо надання узгодженої інформації в контексті «постключового повідомлення»

**Координувати інформацію перед її публікацією набагато важливіше, аніж створювати повідомлення на будь-яку тему, що буде спрямоване лише на певний сектор**

Обмін інформацією має бути двостороннім і динамічним, тож ключові повідомлення будуть менш дієвими, ніж розмови. Ця інформація має бути доступна всім працівникам, яких залучено до дій на передовій, щоб вони мали змогу надавати її людям у режимі реального часу. Ми маємо надавати інформацію за допомогою механізмів координації, зокрема для того, щоб колеги могли зрозуміти проблеми різних постраждалих людей, а також щоб ми могли вчитися один в одного й адаптувати та перепрофілювати контент, який надали інші установи.

**Регулярно оновлюйте інформацію про пункти надання послуг**

Найголовніший тип узгодженої інформації, яку ми маємо поширювати, — де та як люди можуть отримати доступ до послуг, які надаємо ми й наші партнери, зокрема в країнах, куди вони прибувають. Переконайтеся, чи є ця інформація повною. Додайте щонайменше таку інформацію:

- місцезнаходження пунктів надання послуг;
- хто має право отримати відповідну послугу (і які документи можуть стати в пригоді, щоб довести ваше право на отримання цієї послуги);
- мови, якими доступна послуга, і проміжки часу, в які послуга надається тією чи тією мовою;
- проміжки часу, впродовж яких надається послуга (як у фізичному місці, так і в телефонному режимі чи за допомогою повідомлень);
- чи доступна послуга людям з інвалідністю та як вони можуть її отримати;
- чи передбачає послуга приміщення для матерів, що годують грудьми, і для людей із маленькими дітьми;
- час очікування (щоб дати людям змогу планувати свій час).

**Збирайте найактуальнішу інформацію, яку створено локально**

Повідомлення загального характеру не такі дієві, як інформація, що є актуальною для конкретної місцевості. Наприклад, щодо теми наземних мін, працівники гуманітарної сфери можуть знати узагальнену інформацію про протипіхотну безпеку, однак місцеві жителі, можливо, вже зібрали інформацію про конкретний спосіб використання наземних мін на їхній місцевості, а також про те, де і як їх розміщено в певних географічних районах. Що більш конкретно є інформація, то більш корисною і актуальною вона буде. Відтак ті, хто створює локальний контент, матимуть ідеальні умови для створення гіперлокальної інформації.

**Створюйте повідомлення для інформаційних цілей, а не для контролю**

Повідомлення від гуманітарних установ зазвичай мають форму настанов чи списку заборонених і рекомендованих дій. Проте наше завдання — допомагати, а не керувати натовпом. Наказові повідомлення варто залишити уряду. Люди



заслужують на те, щоб їм дохідливо донесли всю інформацію, а вони, зі свого боку, змогли самостійно прийняти обґрунтоване рішення.

### **Укажіть причину**

Повідомлення від гуманітарних установ зазвичай доносять людям, що слід робити, або інформують їх про рішення, прийняті в системі гуманітарної допомоги, проте вони не завжди містять роз'яснення причин. Якщо ми не будемо пояснювати людям, навіщо їм потрібно виконувати певну дію або чому ми прийняли певне рішення, люди будуть робити власні висновки. Такі припущення стають підґрунтям для чуток і можуть зруйнувати довіру між гуманітарними організаціями й людьми, яких вони прагнуть підтримати.

### **Зрозумійте різницю між завжди актуальною інформацією та інформацією, що швидко втрачає свою актуальність**

Під час створення контенту для постраждалого населення варто спробувати визначити, за який час він стане неактуальним, і запланувати його оновлення. Це може бути так само просто, як налаштувати сповіщення календаря. Інформацію, що швидко втрачає актуальність, слід так само швидко оновлювати, інакше ми ризикуємо дезінформувати людей і ставимо під загрозу їхню довіру до нас. Під час конфлікту майже вся наша інформація швидко стає неактуальною, тому можливостей для створення статичних ключових повідомлень залишається обмаль.

### **Визнайте те, чого ви не знаєте**

Повідомлення від гуманітарних установ часто вважаються авторитетними, і тому ми боїмося визнати, що чогось не знаємо, або коли нову політику ще не завершено, але її вже готують, або коли ситуація змінюється. Внаслідок цього в повідомленнях ми часто замовчуємо теми, з яких поки не маємо всієї інформації, або зовсім не торкаємося їх. Іноді ми взагалі уникаємо надання інформації з певної теми, щоб приховати невизначеність. Це змушує людей здогадуватися, чому ми мовчимо, і зазвичай призводить до втрати довіри до нас. Розповідати людям, що нову політику вже готують, але її ще не завершено, або що ситуація швидко змінюється, — це спосіб зблизитися з людьми, яким ми прагнемо допомогти, і зміцнити довіру. Продовжуйте спілкуватися з людьми, навіть у часи невизначеності.

### **Створюйте контент на теми, які визначило постраждале населення, а не ви самі**

Якщо ви надаєте інформацію, це має бути послугою, а не виявом контролю. Якщо ми прагнемо задовольнити потреби людей в інформації, нам слід запитати, що саме вони хочуть знати. На додаток до тем, пов'язаних із фізичною і емоційною безпекою, які, як ми можемо припустити, цікавлять майже всіх, постраждале населення визначить теми, які гуманітарний сектор пропускає повз власну увагу або які він може розцінювати як неважливі (не маючи контексту, наданого постраждалими людьми). Ви маєте прислуховуватися до людей щодня, аби мати змогу вирішувати актуальні саме для них проблеми.



Додаткові ресурси CDAC див. на веб-сайті CDAC.  
<https://www.cdacnetwork.org/news/ukraine-resource-portal>