



# Що слід враховувати при розробці відповіді ССЕА з огляду на кризу в Україні

Десять аспектів, які слід пам'ятати, працюючи над питаннями комунікації, залучення громади й підзвітності в Україні та за її кордонами.

1. **Люди, які переміщуються, задають швидкість інформаційних потоків.** Зауважте, що люди в Україні у вже обмінюються інформацією на міжнародному рівні: як через соціальні мережі, так і через особистий контакт. Поважайте й застосовуйте ці механізми самоорганізації та підтримуйте їх за допомогою своєчасного надання актуальної і практичної інформації. Якщо надання інформації буде нерегулярним і надто повільним, це обумовить певний ризик, адже інформація може раптово стати неактуальною та ввести людей в оману.
2. **Обмін інформацією це вулиця з двостороннім рухом.** Пам'ятайте: люди, що їдуть з України, володіють інформацією, яка може бути вкрай важливою під час розробки програм. Потреби в інформації стрімко змінюються, і з огляду на це двостороння комунікація має особливо велике значення. Люди, що переміщуються, можуть отримувати деталізовану актуальну інформацію з власного досвіду інших людей, які вже пройшли той самий шлях. Зі свого боку, така інформація може стати підґрунтям для нових запитань і чуток. Переконайтеся, що ви маєте змогу дослухатися до людей і взаємодіяти узгоджено.
3. **Наймайте постраждалих осіб, щоб вони розробляли заходи щодо залучення громади й керували їхньою реалізацією.** Під час розробки заходів, замість того щоб покладатися на процеси гуманітарного проектування (які іноді бувають повільними), призначте керівниками різноманітну групу представників громади або місцевих партнерів для залучення громади, які володіють відповідною мовою та є носіями місцевої культури. Це найшвидший спосіб зміцнити довіру й уникнути багатьох спроб і помилок.
4. **Застосовуйте технології, але не намагайтеся заново винайти велосипед.** Існує безліч платформ для комунікації, і навряд комусь стануть у пригоді нові. Використовуйте інструменти й додатки, якими вже користуються постраждалі особи. Не варто просити їх скористатися новою технологією, щоб зв'язатися чи отримати доступ до інформації. Не витрачайте кошти на розробку нових інструментів, адже ці гроші ви могли б направити на оплату праці українського персоналу, який може сприяти збору інформації і відгуків. При виборі каналів комунікації найважливіше це визначити, чи люди вже користуються цими каналами та чи довіряють вони інформації, яку там знаходять. Дізнайтеся, як люди отримують важливу інформацію, і працюйте з цими каналами та/або громадськими діячами, щоб збільшити довіру, яку люди вже мають до них. Визначте групи, з якими ви взаємодіятимете за допомогою певних технологій, і тих, з ким ви не будете взаємодіяти у такий спосіб. Після цього подумайте, як можна подолати цей цифровий бар'єр.
5. **Тримайтеся курсу.** Україна це функціонуюча держава, і її обов'язок — гарантувати безпечно переміщення людей. Замість того щоб створювати «ключові повідомлення» загального характеру щодо безпеки, концентруйте увагу на підтримці та (якщо є така можливість) на будіванні динамічних і спеціалізованих комунікацій, пов'язаних із взаємодією з системою допомоги. Пов'яжіть інформацію від держави та інформацію від громадянського суспільства з гуманітарною інформацією, але не намагайтеся її замінити.
6. **Міжнародні потреби в інформації вимагають міжнародної координації.** Людям необхідно знати не лише, як безпечно переміщуватись в Україні, але й чого очікувати на кордоні та за його межами. Гуманітарні працівники мають надавати інформацію про те, як дістатися прихистку та отримати ті чи інші послуги на кордонах. Щоб задовольнити ці потреби в інформації, необхідна міжнародна координація між організаціями на всіх рівнях – і за межами країни, що мають спільний кордон з Україною.



7. **Мова має значення.** Переконайтеся, що інформація доступна не тільки українською мовою. Це включає російську мову (друга найпоширеніша мова серед українців), а також мови меншин, як-от ромська та мова жестів. Виділіть кошти для забезпечення мовного різноманіття серед персоналу, що є актуальним у регіоні, де ви працюєте.
8. **Місцеві актори можуть стати ключем до залучення громад на місцевому рівні.** Місцеві організації і постачальники послуг можуть найкраще зрозуміти потреби місцевих громад та як побудувати довіру. Зрозумійте, як вони організують координацію, намагайтеся долучати їх до координаційного процесу та поважайте їх особливий досвід.
9. **Зрозумійте повний спектр каналів, які завоювали довіру й мають попит у людей, і хто їх контролює.** При побудові стратегічної взаємодії з медіаорганізаціями, гуманітарні працівники мають проаналізувати медіаканали, починаючи з телевізійних трансляцій і закінчуючи групами в соціальних мережах та онлайн особистостями з великою кількістю підписників - і визначити, які канали викликають довіру та хто саме їх використовує. Гуманітарні працівники завжди мають розуміти, хто керує цими каналами та які цілі вони представляють. Однак не варто використовувати цей аналіз для взаємодії лише за допомогою декількох каналів, оскільки кожен представляє певний сегмент громадськості, який покладається на цю інформацію в прийнятті важливих рішень. Окрім того, це також ставить під загрозу уявлення громадськості про нейтралітет гуманітарних організацій. Відмова від взаємодії зі ЗМІ може обумовити більший репутаційний ризик, ніж «невірний» вибір ЗМІ для взаємодії.
10. **Взаємодія гуманітарних організацій зі ЗМІ грає критично важливу роль.** Представники гуманітарних організацій можуть неохоче взаємодіяти зі ЗМІ, оскільки вони не мають можливості контролювати контент, який створюють журналісти. Але саме завдяки цій незалежності люди часто довіряють медіаканалам, а не «офіційним» або одностороннім каналам. Розпочавши відкритий і прозорий діалог за допомогою різних медіаканалів, гуманітарні організації зможуть заслужити довіру з боку місцевого населення і досягнути взаєморозуміння з ним. У третій країнах, у такий спосіб можна залучити населення країн, що приймають біженців, до вирішення їхніх проблем і отримати підтримку для гуманітарної діяльності. Водночас гуманітарні працівники можуть отримати цінну інформацію від двостороннього обміну інформацією з медіаканалами, які мають тісний зв'язок зі своєю аудиторією. Ця інформація може допомогти в розробці гуманітарних програм.

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