

ПОЛОЖЕНИЕ **о конкурсе эссе об информационной доступности**

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение определяет цели, задачи, порядок организации и проведения Конкурса эссе об информационной доступности.

1.2. Организатор Конкурса — Некоммерческая организация «Ассоциация преподавателей перевода», а именно [рабочая группа Ассоциации «Перевод на ясный и простой языки в России»](#).

1.4. Конкурс проводится с целью вовлечения в деятельность группы специалистов-волонтеров, разделяющих ее цели и ценности.

1.6. Основными задачами Конкурса являются:

- привлечение внимания к деятельности рабочей группы;
- информирование физических лиц, готовых к волонтерской деятельности, о возможности принять участие в деятельности группы.

1.7. К участию в Конкурсе приглашаются физические лица, заинтересованные в решении проблемы недоступности информации и готовые стать волонтерами проекта.

2. Сроки и порядок подачи конкурсных работ

2.1. Конкурсные работы принимаются с 5 мая по 8 июня 2022 г.

2.2. Конкурсные работы направляются вложением файла в формате pdf на адрес contest@translation-teachers.ru с темой: конкурс эссе. В сопроводительное письмо необходимо включить краткий рассказ о себе и информацию об источнике, из которого участник узнал о Конкурсе.

3. Жюри Конкурса, критерии отбора участников и оценки конкурсных работ

3.1. Жюри формируется из числа членов рабочей группы «Перевод на ясный и простой языки в России». Свои решения члены Жюри основывают исключительно на результатах индивидуального независимого голосования.

3.2. Критерии отбора участников:

- соблюдение срока и порядка подачи конкурсных работ, изложенных в разделе 2 Положения;
- соответствие конкурсной работы критериям, изложенным в пункте 3.3 Положения, и рекомендациям Приложения к Положению.

3.3. Критерии оценки конкурсной работы:

- в тексте описана проблема, для решения которой, помимо прочего, необходимы коммуникации на ясном и/или простом языке;
- текст эссе отражает понимание проблемы и раскрывает ее в контексте недоступности информации;
- в тексте предложена идея коммуникационного проекта, который позволяет начать решать проблему с помощью коммуникаций;
- текст эссе демонстрирует мотивацию автора к решению проблемы, а также его готовность присоединиться к деятельности рабочей группы «Перевод на ясный и простой языки в России» в качестве волонтера;

- текст отвечает характеристикам жанра эссе, написан на грамотном русском языке;
- целевая аудитория текста — члены жюри;
- объем текста 1000–1500 слов.

4. Выбор и награждение победителей Конкурса

4.1. Победители определяются путем открытого голосования жюри.

4.2. Количество победителей будет определено решением Жюри.

4.3. Жюри вправе не выбирать победителя Конкурса, если конкурсные заявки не удовлетворяют условиям.

4.4. Победителю или победителям Конкурса вручается диплом победителя Конкурса и возможность принять очное участие в курсе по переводу на ясный и простой языки «С русского на русский», который пройдет с 1 по 8 июля 2022 года в г. Нальчик. Онлайн-участие не предусмотрено. Расходы на проживание, питание, проезд и участие в досуговых мероприятиях победитель или победители несут самостоятельно.

5. Заключительные положения

5.1. Участие в Конкурсе бесплатно. Все расходы, связанные с участием в мероприятии, участники покрывают самостоятельно.

5.2. Организаторы имеют право на публикацию конкурсных работ участников в информационных и рекламных целях без уведомления участников и без получения их согласия.

5.3. Факт участия в Конкурсе означает, что участник дает согласие на обработку своих персональных данных всеми способами, необходимыми для обеспечения его участия в мероприятии, включая передачу данных соорганизаторам и т. п.

5.4. Подача конкурсной заявки является подтверждением того, что участники согласны с настоящим Положением.

Приложение к Положению о конкурсе эссе о доступности информации

Как писать о коммуникационном проекте

Многие общественно значимые проблемы связаны с отсутствием доступной информации.

Примеров много:

- Люди отказываются делать прививки, потому что не понимают, как работает вакцинация, и не отдают отчет в последствиях отказа от нее.
- Для помощи жертвам домашнего насилия нужны шелтеры, согласованная работа опеки и полиции, бесплатная или доступная по цене помощь юристов, однако даже если все это есть, но человек не понимает, что стал жертвой насилия и что ему можно помочь.
- Многие люди не ходят в музеи или галереи, потому что на сайтах и в залах информация об экспонатах сформулирована на языке, доступном лишь подготовленной аудитории.
- Банки и другие финансовые организации не предоставляют клиентам доступную информацию о своих продуктах, о том, как ими пользоваться. В результате люди иногда не понимают, что платить по кредитке обязательно.

Мы не считаем, что информационная доступность или посвященные какой-либо проблеме серия текстов или целый сайт могут решить проблему. Наша позиция: информационная доступность создает условия для их решения, помогает осознать наличие проблемы, получить необходимую информацию и помощь. Иными словами, тексты на доступном языке помогают организациям и объединениям людей решать проблемы.

Мы предлагаем вам рассказать в эссе о коммуникационном проекте, который призван помочь в решении той или иной проблемы. Под проектом мы понимаем описание конкретных действий с конкретным результатом в рамках деятельности организации или другого более масштабного проекта.

Несколько рекомендаций по описанию коммуникационного проекта.

1. Расскажите о проблеме, которую проект поможет решать.
2. Определите целевую аудиторию проекта. Целевая аудитория — люди, на чью жизнь влияет проблема.
3. Опишите тех, кто работает или мог бы работать с целевой аудиторией вашего проекта и мог бы его реализовать. Это могут быть группы волонтеров, некоммерческие или другие организации, чья деятельность связана с проблемой и позволяет реализовать проект.
4. Расскажите о текстах, которые помогут в решении проблемы. Это может быть контент для сайта, группы или страницы в соцсетях, тексты брошюр или листовок, сценарии мультфильмов или видеороликов.
5. Расскажите, где и как целевая аудитория познакомится с содержанием текстов. Тексты для соцсетей можно публиковать на странице организации волонтеров или проекта, и их смогут прочитать те, кто ищет информацию или кому эту информацию покажут в контекстной рекламе. Сценарии используются для создания видеороликов, которые показывают в школах или других заведениях, и их смогут увидеть те, для кого организуются информационные мероприятия. Листовки и брошюры распространяют через организации, которые посещает целевая аудитория.

Рассмотрим, как это выглядит на примерах.

Жертвы домашнего насилия годами не уходят от агрессоров, потому что нет денег, нет работы, страшно и непонятно, как спастись. Жертвам нужно рассказывать, как уйти и начать новую жизнь. Решением проблемы обычно занимаются некоммерческие организации. Они открывают убежища, где можно пожить первое время после ухода от агрессора, собрать необходимые документы, подготовиться к дальнейшей жизни. Чтобы помогать жертвам насилия, можно реализовать проект по информированию о шелтере. Для этого в соцсетях можно создавать страницы или группы и рассказывать в публикациях, как безопасно уйти, куда звонить или писать, как скрыться, чтобы агрессор не нашел своих жертв. Тексты могут быть посвящены конкретным задачам (как собрать вещи или выбрать время, чтобы уйти) или общим вопросам (почему жертва насилия не виновата в том, что с нею происходит).

Еще одна проблема современного общества — массовый отказ от вакцинации. Люди напуганы информацией о том, что ртуть в прививках вызывает аутизм и другие нарушения, поэтому отказываются делать прививки себе и детям от смертельно опасных заболеваний. Чтобы люди охотнее прививались, им нужно рассказывать о безопасности компонентов прививок, последствиях отказа от вакцинации. Такой деятельностью могут заниматься объединения врачей. Чтобы убедить людей делать прививки, можно снять серию видеороликов (и даже мультфильмы для детей) о заболеваниях, которые предотвращают прививками, о том, как их раньше пытались лечить, о последствиях заболеваний. Такие видео можно публиковать в соцсетях, использовать на открытых уроках.