

Из звука складывается музыка?!

Устойчивая коммуникация и передача информации в сфере помощи при деменции, хосписного и паллиативного ухода для людей с миграционным прошлым

Симпозиум Специализированного центра для ухаживающих родственников Берлина (Fachstelle für pflegende Angehörige Berlin - FspA) и Центрального координационного пункта хосписов (Zentralen Anlaufstelle Hospiz - ZAH)

Среда, 30 ноября 2022 г., 10:00 – 15:00
Зум-конференция

Документация

Общая модерация: Франк Шуманн (Frank Schumann), директор FspA

Идти туда, где люди проводят свое время

На симпозиуме «Из звука складывается музыка?!» царил напряженная обстановка. Устойчивая коммуникация и передача информации в сфере помощи при деменции, хосписного и паллиативного ухода для людей с миграционным прошлым», на который в среду, 30 ноября 2022 года, были приглашены Специализированный центр для ухаживающих родственников (FspA) и Центральный координационный пункт хосписов (ZAH). Разве недостаточно уже было разговоров? Не слишком ли часто мы сталкиваемся с ограничениями в амбициозных проектах, не достигая масштабного устойчивого успеха? Неужели нам действительно известно все о коммуникации и информационных потоках, и проблема лишь в реализации?

Вопросы, которые, несомненно, поднимались здесь, привлекли более 100 участников из Берлина и всей Германии, подключившихся к зум-конференции. Остро ощущалась потребность в обмене мнениями и новыми докладами, заявленными в программе. Ниже представлено основное содержание докладов и обсуждений.

1. Протокол пленарного заседания

После приветственных слов Эдельтрауд Флинт (Edeltraud Flint), председателя правления «Diakonisches Werk Berlin Stadtmitte e.V.», и Дирка Миллера (Dirk Miller), директора «Kompetenzzentrum Palliative Geriatrie» (Центра изучения паллиативной гериатрии), а также выступления «для разогрева» с Барбарой Гампер (Barbara Gamper) из «Танцоров без границ», начались основные доклады пленарного заседания.

Доклад 1

Моцкан Эхари (Mosjkan Ehrari) Аналоговые и цифровые подходы к миграционным сообществам. Опыт журналиста и режиссера-документалиста

Моцкан Эхари, среди прочего редактор информационного портала *Handbook Germany* ассоциации журналистов *Neue deutsche Medienmacher*innen e.V.* убедительно представила анализ целевой группы (групп) в качестве предпосылки для выполнения любых действий. О ком мы беспокоимся? Что такое сообщества мигрантов?

В 2020 году Федеральное статистическое управление идентифицировало 26,7% населения частных домохозяйств в Германии как людей с миграционным прошлым, и включило в эту группу людей с собственным миграционным опытом, с немецким паспортом и с другим гражданством (Deutsches Bundesamt, Mikrozensus 2020). Уже только эта статистика демонстрирует величину и разнообразие целевой группы. Однако необходимо учитывать другие факторы и отличительные черты, которые говорят о людях с миграционным прошлым как о крайне неоднородной группе и вызывают различное информационное поведение даже в одном и том же сообществе. Эхари разделяет целевые группы на беженцев с родственниками, приехавшими по воссоединению семьи, мигрантов из числа этнических меньшинств, лиц без гражданства, поздних переселенцев, иммигрировавших специалистов с членами семьи, так называемых гастарбайтеров, а также их второе и третье поколение.

Второй шаг – анализ поведения СМИ. Какими бы разнообразными ни были подходы, одно можно сказать наверняка: люди с миграционным прошлым не считают, что представлены в немецких средствах массовой информации. Реалии их собственной жизни, их повседневного быта совершенно не отражены. Слишком часто освещаются только проблемные случаи, что не способствует формированию доверия. Отсутствие знания немецкого языка препятствует также потребительской способности.

Важным критерием является выбор предлагаемой информации на родном языке. Ее можно найти в немецких аналоговых СМИ, но по большей части в Интернете. В этом случае также важно внимательно изучить, какие каналы для сбора информации и коммуникации используются теми или иными членами сообщества. Часто это группы в Facebook и WhatsApp. Таким образом, главное послание Эхари гласит: «В цифровых медиа следует идти туда, где люди». Не получится просто размещать предложения в Интернете и надеяться, что кто-то сам вас найдет. Опыт, которым позже в ходе обсуждения делились многие участники.

Рекомендации по точной адресации целевых групп

1. Учитывать культурные особенности
2. Найдите популяризаторов, которые знакомы с разнообразием собственного сообщества и могут сделать его понятным для внешнего мира и поддержать тему.
3. Постоянно задавайтесь вопросом: как мне сформулировать, что такое правильная тональность?
4. Доступные предложения на родном языке
5. Планируйте заранее: на все нужно время!

:

Советы по успешному общению в социальных сетях:

- Исследуйте: кто какими каналами пользуется и на каком языке?
- Сотрудничество с администраторами и инфлюэнсерами из сообществ
- Присутствие с собственным контентом на «чужих» каналах с широким охватом
- Собственные каналы не гарантируют охват сообществ
- Рассказ историй, отражающих реальность жизни в сообществах

Кроме того, необходимы женская сила, деньги и опыт, в том числе, если речь идет о визуализации, благодаря которой целевая группа может найти себя. Эхрари объяснила алгоритм действий на примере *Handbook Germany*, сайта запущенного в 2017 году и теперь доступного на девяти языках, который имеет огромный охват среди целевых групп. Редакционная команда, состоящая только из носителей языка, самостоятельно сформулировала свою цель: стать цифровым путеводителем по жизни в Германии, собирая и подготавливая информацию, а также фокусируясь на основных акторах. Параллельно разрабатывается платформа цифрового сообщества.

<https://handbookgermany.de/de>
ehrari@neuemedienmacher.de

Доклад 2

Проф. д-р Иоахим Треббе (Joachim Trebbe)

Какова роль СМИ в донесении информации до целевых групп мигрантов

Йоахим Треббе, ученый в области журналистики и коммуникаций из Свободного университета Берлина, подхватил выступление предыдущего оратора. Как и Моцкан Эхари, он также упомянул о неоднородности целевой группы и необходимости задаться вопросом, что именно подразумевается под миграционным прошлым. Будучи сам в положении ухаживающего родственника, эксперт по СМИ и социальной миграции специально для этого симпозиума исследовал источники в контексте ухода, деменции и паллиативной помощи. Его интенсивные поиски актуальных данных завершались успехом лишь от случая к случаю. «Нам не достает данных, чтобы получить реальную картину эффективности СМИ в контексте миграции», - заключил он.

Однако, что можно было с относительной уверенностью прогнозировать на основе анализа, так это демографическое развитие населения в частных домохозяйствах. Через 10-15 лет люди с миграционным прошлым старше 65 лет будут составлять примерно такой же процент, что и люди без миграционного прошлого, поэтому они являются очень актуальной группой для ухода. Среди прочего, мы узнали о наиболее важных источниках информации о здоровье и уходе среди мигрантов, а также о том, какие изменения претерпевает традиционное медиаповедение поколения по мере увеличения возраста, и как это повлияет на вероятное использование новых социальных медиа-платформ. Понятие СМИ, которое раньше относилось в первую очередь к телевидению, радио и ежедневным газетам, сегодня практически исчезло. Треббе порекомендовал следить за платформами социальных сетей, такими

как Facebook и Instagram, а также за мессенджерами, как WhatsApp или Telegram, потому что именно там в первую очередь будут находиться наши целевые группы.

Однако телевидение по-прежнему является важным средством массовой информации, особенно для пожилых людей. Исследование, проведенное в 2011 году Центром качества в сфере ухода при Шарите (Zentrum für Qualität in der Pflege in der Charité), показывает, что в ряде сообществ более половины мигрантов говорят дома преимущественно или исключительно на своем родном языке.

В этих обстоятельствах, по мнению Треббе, возможно, было ошибкой, что 5-10 лет назад общественное телевидение отменило почти все программы на иностранных языках. Сейчас они вполне могли бы донести информацию, являющуюся содержанием данного симпозиума.

Однако здесь новые средства массовой информации опережают старые. В исследовании, проведенном в 2020 году в социальных сетях, рассматривался комплекс вопросов, касающихся здоровья. (Stapf, стр. 78). На форумах англо-, арабо-, франко- и польскоговорящих (новых) иммигрантов явно преобладали сообщения на темы консультирования, написанные женщинами. Также в связи с исключительной ролью женщин в семьях мигрантов, если вопрос касается работы по осуществлению ухода, Треббе назвал их чрезвычайно важной целевой группой и ключевыми лицами в медийной работе, которых следует принять во внимание.

Таким образом, Треббе сформулировал три тезиса:

1. Миграция – это отличительный социальный признак. Возраст человека, родственные связи, уровень образования, социально-экономический статус – это отличительные черты, оказывающие гораздо большее влияние на потребность в информации и уходе, чем миграционное прошлое.
2. Язык – это (самое важное?) Ключ. Если вы хотите общаться, необходимо обратить внимание на язык целевых групп. Широко используются цифровые медиа на родном языке. Даже хорошо владеющие немецким языком в семье со старшими все равно пользуются преимущественно родным языком. Не стоит этого недооценивать.
3. Больше не существует мейнстримных средств массовой информации. Телевидение уже не способно охватывать всех. Тем не менее, там также нужно продолжать выступать. Но все большее значение приобретают другие средства массовой информации: социальные сети, цифровые медиа и мессенджеры. Если вы хотите усилить коммуникацию в этом контексте, вам придется двигаться в этом направлении.

«Вы можете видеть, что у нас в Германии сейчас другие проблемы или что приоритеты расставлены иначе, не в пользу того чтобы заниматься вопросом СМИ для людей с миграционным прошлым. И я сожалею об этом», - сказал Треббе.

Из обсуждения:

Хюлья Карчи (Hülya Karci), руководитель тюркоязычной волонтерской организации обслуживания на дому в обществе «Nachbarschaftsheim Schöneberg e.V.» и театральный педагог: Ее, как мигранта, раздражает то, что до сих пор ведутся споры о том, как охватить целевую аудиторию. Что касается доклада Й. Треббе, она пояснила, что да, условия были озвучены: язык... В остальном, в возрасте за 60 мы все одинаковы ... и каждый имеет право на поддержку.

Карчи рекламирует печатное издание - свою двуязычную иллюстрированную книгу «Meine Oma hat ein Elefantengedächtnis» (У моей бабушки прекрасная память), которая была опубликована в 2022 году. Она стремится сделать проблему деменции более заметной для общественности.

<https://www.nbhs.de/aktuelles/news-detail/artikel/ein-bilderbuch-fuer-alle-meine-oma-hat-ein-elefantengedaechtnis>

Моцкан Эхрари рассказала о своем опыте работы с сайтом <https://handbookgermany.de/de..> Во многих сообществах уровень знаний о системе ухода, собственных правах и финансовой поддержке чрезвычайно низок. Особенно это касается людей, прибывших в последние годы. Очень важно также обращаться к молодежи. Потому что они являются родственниками, которые осуществляют уход или, будучи внуками, служат источниками информации.

Эхрари подтвердила огромную важность мессенджера Telegram для распространения информации среди мигрантов.

Доклад 3

Уте Хаузер (Ute Hauser)

Привлекать внимание, пробуждать интерес, вовлекать. Новые пути аналоговой и цифровой коммуникации в проекте «Demenz im Quartier» (Деменция в общине).

Уте Хаузер, управляющий директор общества «Alzheimer Gesellschaft Baden-Württemberg e.V.» (AlzG B/W), которая на протяжении 20 лет активно занимается вопросами деменции, представила пример работы в общине. Успех главным образом основывается на эффективной коммуникационной стратегии с комбинацией цифровых и аналоговых элементов и интенсивным налаживанием контактов. Проект «Demenz im Quartier» был частью государственной стратегии «Quartier 2030» в Баден-Вюртемберге. Отобраны пять общин «для активных действий в отношении деменции».

Деменция нуждается в новых образах и новой коммуникации – независимо от происхождения, пояснила она в самом начале. Слишком часто деменцию отождествляют с увяданием, старостью и упадком.

Для деменции также нужен другой язык. И речь не о том, иностранный или родной язык. Важно использовать бытовой язык, в котором максимально исключена профессиональная терминология. Ее заботит, как дотянуться до людей в их повседневной жизни, там, где они находятся, и она солидарна с предыдущими докладчиками.

Коммуникационная стратегия амбициозного проекта также включала в себя идею привлечения внимания через эмоциональный контакт. «Потому что без внимания нет осознания. Любой, кто осознает, становится более чувствительным к проблеме», - говорит Хаузер. А тот, кто принимает проблему близко к сердцу, наверняка будет проявлять участие и вовлеченность». Именно эта вовлеченность необходима, чтобы приблизиться к желаемому «неравнодушному сообществу».

Короткометражный фильм «Durch den Nebel» (Сквозь туман) показывает, как с помощью историй, образов, языка, музыки и голоса можно передать важные послания так, чтобы они тронули до глубины души.

https://www.youtube.com/channel/UCRT-tRVsJmCqdqE0_xpy6vA

Восторженные отзывы в чате подтвердили достигнутый эффект. Фильм был переведен на русский и турецкий языки при поддержке проекта DeMigranz организации Dementia Support Stuttgart. (Г-жа Хаузер была бы признательна за отзывы от носителей языка).

Для проекта «Demenz im Quartier», построенного на внимании, осознании и активном участии, центральную роль сыграл вопрос: как вам удастся охватить более широкую аудиторию?

«Нам быстро стало ясно – самопомощь. Зачастую у нас неправильное понимание самопомощи. Мы слишком многое делаем сами. Мы - специалисты по деменции, и мы решили привлечь к работе специалистов по коммуникации и реализации».

С помощью агентства была разработана совместная коммуникационная стратегия для всех пяти общин. Центральным элементом кампании стали две плакатные акции:

1. «Привлечение внимания – кампания «Иногда...»». (слайды 9 -10)
2. «Вдохновляющая кампания о деменции – смена перспективы» (слайды 16-17)

На плакатах в Акции 1 посредством нарисованных молодых людей изображена неприятная житейская ситуация, которая может случиться с каждым. Ниже приведена фраза: «Люди с деменцией испытывают это каждый день». Личное обращение довершает плакат: «Ты можешь это изменить. Вальдорф в деле».

Отличительные черты:

- расширение целевой аудитории за счет разнообразных молодых людей
- личное обращение
- недостаточные визуальные образы для привлечения внимания

Последнее противоречит выдвинутому в самом начале требованию новых образов. Однако, по словам Хаузера, агентство убедило специалистов по деменции начать именно так. Чтобы привлечь внимание, нужно пытаться достигать до людей в их привычной среде.

За первой плакатной акцией последовали другие оригинальные, иногда юмористические акции, призванные привлечь внимание к теме деменции (см. слайды 12-15). Следующая кампания «Impulskampagne Demenz» наконец изменила угол зрения - переориентировала с дефицита на ресурсы. **«Иногда, чтобы что-то понять, нужно взглянуть на это с другого ракурса»**, – так звучал лозунг на множестве открыток, плакатов и флаеров, сопровождавших онлайн-семинары и партнерские тренинги по деменции в 120 коммунах, общинах, домах для совместного проживания людей разных поколений...

Плакаты на акции 2

Отличительные черты:

- Конкретные примеры того, что может сделать каждый
- Создать чувство общности
- Сосредоточиться на том, чтобы быть внимательным и слушать

Для понимания и активного участия также необходима дополнительная информация. Поэтому общество AlzG B/W разработало так называемый *KompassDemenz*, веб-сайт, который деликатно знакомит людей с темой деменции. Каждый плакат данной кампании печатается с соответствующим QR-кодом. (www.kompassdemenz-bw.de)

Рекомендации для потенциальных последователей:

- Заранее продумать работу агентства и создать для этого ресурсы
- Подготовить подробный письменный бриф
 - Для уточнения целей и ожиданий внутри проекта
 - В качестве ориентира и рабочего пособия для агентства
- Подтвердить и использовать профессиональные компетенции (переговорные процессы)
- Обеспечить передачу опыта на протяжении всего процесса
- Формулировка – другой (но правильный) язык изложения, разные образы

Дополнительная информация:

<https://www.alzheimer-bw.de/>

https://www.youtube.com/channel/UCRT-tRVsJmCqdqE0_xpy6vA

<https://www.alzheimer-bw.de/demenz-mehr-erfahren/am-ende-des-lebens/>

2. Протокол семинаров

Семинар 1

Поток информации в культурных и религиозных сообществах – что облегчает доступ к услугам по профилактике, консультированию, самопомощи и обучению?

Модерация: Назифе Сари (Nazife Sari) и Ламисс Гаддар (Lamiss Ghaddar), Строители межкультурных мостов в сфере ухода (Interkulturelle Brückenbauer*innen in der Pflege – IBIP).

Многих вдохновил поиск ключей к успешной коммуникации. Почему участники выбрали именно этот семинар, и что самое важное они вынесли с этого заседания?

Полученные стимулы были «супер захватывающими» и «великолепными». В частности, на этом семинаре часто цитировали Моцкан Эхари. Участники говорили об уважении и искренности как об основных принципах общения. Некоторые подчеркивали, насколько им важно при уходе за больными, чтобы те чувствовали свою принадлежность к своей культуре и интегрировались в социальную среду, а также были заметными в восприятии общества. В частности, это должно относиться и к темнокожему сообществу, потому что его интересы практически не представлены даже в межкультурных проектах. Прозвучали пожелания о повышении компетентности и обучении новому. «Как мне достучаться до людей из других культур?» – задалась вопросом стажерка из колледжа сестринского дела. «Иногда материал просто слишком специализированный. Наша главная задача также заключается в том, чтобы не навязывать людям то, чего они не хотят. Вот где большое значение имеет поток информации».

Особый пример из практики Северного Рейна-Вестфалии (NRW) представила **Сюзан Нун (Suzan Nuhn)**, научный сотрудник Kuratorium Deutsche Altershilfe (KDA).

С целью повышения доступности и развития общими усилиями форматов, ориентированных на потребности, здесь, по совместной инициативе земельного правительства и поставщиков услуг страхования на случай потребности в постороннем уходе земли Северный Рейн-Вестфалия, были созданы двенадцать региональных отделений «Alter, Pflege und Demenz» (Возраст, уход и деменция). Чтобы сформировать предложения для целевых групп, была создана фокус-группа по миграции, которая занимается вопросом подхода к гетерогенным группам мигрантов по всей федеральной земле. С самого начала было ясно, что это возможно лишь благодаря группе из целевой аудитории.

В сотрудничестве с DeMiganz был создан формат нетворкинга «Werkstatt-Tag» (День семинаров), в который были вовлечены ассоциации мигрантов и субъекты со схожими проблемами. Так и возникла идея налаживать контакт через мечети. Один из принявших участие в семинаре имамов поднял вопрос о необходимости проведения тренингов для налаживания общения между людьми с деменцией, их родственниками и актерами на местах. Идея была подхвачена.

Запущен пилотный проект *«Сообщества при мечетях, занимающиеся проблемами деменции - учебные курсы для имамов и волонтеров в качестве популяризаторов»*, в рамках которого, помимо регионального отделения, KDA и DeMiganz, а также fudul e.V., также задействованы медицинский центр для мигрантов в Кельне и общество Islamische Kompetenzzentrum für Wohlfahrtswesen e.V. (IKW).

Разработаны двухдневные учебные программы для имамов и волонтеров как важных ключевых фигур, выступающих в роли популяризаторов в собственных общинах. Сами тренинги проходят в мечетях. Также были рассмотрены вопросы внедрения новых знаний в общине мечети после обучения и

профессиональной поддержки популяризаторов. Первый пробный запуск, отдельно для имамов и волонтеров, запланирован на начало 2023 года. После оценки пробного запуска будет происходить доработка и распространение модели.

Подводя итог, Нун подчеркнула:

Сначала необходимо ответить на три вопроса:

1. Как охватить целевую группу?
2. Как целевая группа получает доступ к нашим услугам?
3. Какие средства должны быть заложены в бюджет, особенно на работу по связям с общественностью?

В ходе обсуждения Нун ответила на вопрос, является ли религия более важным способом подхода к сообществам, чем происхождение: по ее опыту, религия дает дополнительную опору и упрощает подход. Особенно это касается старшего поколения. Это утверждение поддержали многие слушатели. Другие, наоборот, высказывали сомнения, что не существует такого понятия как турецкая или мусульманская община, и поэтому всегда следует использовать различные каналы доступа.

Контакт: suzan.nuhn@kda.de

Ламисс Гаддар (Lamiss Ghaddar) поприветствовала **Обури Мокини (Obiri Mokini)**, Cagintua e.V. / Refugee Radio Potsdam. Мокини, родом из Нигерии, оглядывается на свой многолетний опыт в статусе беженца. Он бежал в Германию в 1996 году и 15 лет ждал вида на жительство в пункте временного размещения в земле Бранденбург. Он, выступающий за то, чтобы голоса беженцев были услышаны, рассказал о своей деятельности. В 2007 году он основал общество Cagintua e.V. в Бад-Бельциге, которое занимается информированием людей об опасностях нелегальной миграции, работает над устранением причин бегства и созданием демократических перспектив в Африке.

Волонтеры Cagintua e.V. посещают, в частности, приюты и общежития и информируют беженцев о социальных и финансовых льготах. Они ведут деятельность по противодействию дезинформации и хотят создать основу для общения друг с другом. Для этих целей также существует группа в WhatsApp, в которой в настоящее время насчитывается около 600 участников. Вести диалог, строить отношения, развивать доверие – вот основные ориентиры для деятельности Мокини.

Мокини рассказал о том, насколько трудно в обществе добиться внимания к себе, как к организации без финансовых средств, как к сообществу и к людям. Ему удалось наладить связь с FRRAPÓ, Свободным радио Потсдама, и положить начало «Refugee Information Radio Brandenburg» (*Информационное радио беженцев Бранденбурга*). С 2014 года при поддержке Cagintua e.V. каждый третий понедельник месяца в 19:00 в качестве некоммерческого местного радио транслируется программа «Беженцы для беженцев». «Радиорепортеры-беженцы» рассказывают на своем родном языке о

проблемах, с которыми они сталкиваются, и делятся важной информацией. Неотъемлемой частью программы является общественное участие людей с опытом беженцев и совместное взаимодействие с местным населением. Благодаря «Refugee Information Radio Brandenburg» девять женщин и шесть мужчин, имеющих опыт беженцев, освоили профессию репортеров местного радио.

Для многих беженцев Refugee Radio является возможностью связи и контакта с миром за пределами места их проживания или их сообщества. Программы, которые из-за нехватки ресурсов длятся всего лишь два часа, помогают противостоять чувству одиночества и изоляции. Refugee Radio также освещает реалии жизни и делает их доступными для широкой общественности в Германии и за рубежом.

В ходе обсуждения было высказано много положительных отзывов о выступлении и деятельности г-на Мокини. Выразили надежду, что Refugee Radio также будет рассказывать о пожилых людях и людях, нуждающихся в уходе.

Refugee Radio, вещание на УКВ (90,7 в Потсдаме) и в потоковом режиме (<http://frrapo.de/player/index.php>)

Дополнительная информация:
<http://cagintua.com/refugee-radio.html>

Семинар 2

Передовая практика: Эффективность цифровой информации, учитывающей разнообразие, о деменции и сопровождении в последней фазе жизни

Модерация: Нозоми Шпеннеманн (Nozomi Spennemann), Verband für Interkulturelle Arbeit, Regionalverband Berlin/Brandenburg – VIA e.V. (Ассоциация по межкультурной работе, Региональное объединение Берлин/Бранденбург)

Дискуссию вела **Нозоми Шпеннеманн**, председатель общества «Vereins für kultursensible Pflege – DeJak-Tomonokai e.V.» и координатор берлинских сетей «Seelische Gesundheit von vietnamesischen Migrant_innen» (Психическое здоровье вьетнамских мигрантов) и «Alter und vietnamesische Migration» (Возраст и миграция вьетнамцев).

Даниэль Рупрехт (Daniel Ruprecht), общество «Deutsche Alzheimer Gesellschaft e.V./Selbsthilfe Demenz (DAIzG)» представил www.demenz-und-migration.de. Это веб-сайт DAIzG, разработанный в 2017 году и с 2020 года работающий совместно с общенациональной инициативой «DeMigranz». Он предназначен для людей с деменцией и миграционным прошлым, а также для их семей и консультантов. Там на семи языках представлена хорошо

структурированная информация о деменции, миграции и культурной чувствительности, которая сопровождается поясняющими видеороликами. В ближайшее время будет добавлен восьмой язык - ливанский. Все найденные документы и связанные с ними материалы на соответствующем языке обобщаются в разделе консультаций и собраний материалов. Еще одним компонентом является карта сети по всей Германии, на которой представлен обзор существующих услуг и проектов. Пустые участки свидетельствуют о том, что этот сайт мало известен в большей части Германии.

Рупрехт согласился с предыдущими докладчиками на пленарном заседании в том, что а) для сбора информации и б) для личного взаимодействия необходим доступ на местах, доступ к сообществам.

Прочий опыт:

- Необходимы соответствующие материалы на родном языке.
- Веб-сайт должен быть легко доступен со смартфонов.
- Следует использовать существующие структуры по всей стране и повышать осведомленность, чтобы иметь возможность обращаться к местным акторам в сети.
- Для активных действий на местах требуется выдержка.
- Кратковременное финансирование проекта не приводит к достижению цели
- Не стоит создавать дублирующие структуры, поэтому с 2020 ведется сотрудничество с DeMigranz
- Благодаря проведенной оптимизации поисковой системы, на сайт заходят чаще за рубежом, чем в Германии.
- Число посещений веб-сайта в целом слишком мало, поскольку федеральной ассоциации не по карману оснастить цифровые каналы для этой специальной целевой группы.
- Недостаточно предоставить информацию, всегда нужно продумывать «маркетинг» и доступ.

Контакт: daniel.ruprecht@deutsche-alzheimer.de

В ходе дискуссии во многом был подтвержден накопленный опыт. Участники сослались на проект «Demenz im Quartier» в Баден-Вюртемберге и особенно воодушевились тем, насколько детально можно познакомиться с опытом человека, если за этим стоит соответствующий бюджет. Рупрехт на конкретном примере доказал преимущество, когда государство софинансирует такой проект.

Как показало обсуждение, не обязательно все делать самому. Существуют специалисты по работе с мессенджерами. Возможно, потребуются новые формы сетевого взаимодействия. Иногда можно обойтись меньшим количеством ресурсов, если работать с правильными партнерами. И очень важно привлекать организации мигрантов уже на этапе разработки проекта.

Второй доклад семинара был посвящен «перспективам и новым подходам во вьетнамской общине».

Ан Нго (An Ngo) представила *VCare*, самостоятельный проект, организованный на добровольных началах членами второго поколения вьетнамской общины в Германии. Она увлекла слушателей в путешествие в мир обучения, опыта и видения.

Основываясь на опросах в своем сообществе и выводах о том, что предложения поддержки принимаются очень нерешительно, молодые люди подняли вопрос о том, как можно заботиться о своих родителях, чтобы в результате не пострадала семья или карьера.

Сначала они решили создать свой собственный сайт: «*VCare* – мы заботимся.

О приятной и достойной жизни в пожилом возрасте для вьетнамцев в Германии». Целевой группой были представители второго поколения.

«Помогите! Мои родители стареют!» (<https://vcare.health/>)

Чтобы разместить на веб-сайте основной контент простым и доступным языком и с учетом культурных особенностей, был тщательно изучен большой объем печатных материалов. Однако участникам пришлось убедиться на собственном опыте, что толстые брошюры на эту тему никто не читает. Целевая группа обычно не посещает этот сайт и не будет искать на нем информацию в экстренной ситуации. Сработали и другие факторы (недостаточная компетентность, низкий уровень принятия тем и разнообразие внутри сообщества).

Группа нашла новый подход в запуске приложения «*vcare connect* - Твоя помощь родителям в старости», которое в настоящее время находится в стадии разработки. Цифровые методы передачи информации должны помочь упростить жизнь, автоматизировать процессы и сосредоточиться на главном. Используя пример, адаптированный для вьетнамского сообщества, Нго продемонстрировала, как можно распознать потребность в уходе, просто нажав кнопку в приложении. В конце возможен прямой переход в систему ухода (оказание консультационных услуг) без необходимости предварительного личного контакта.

Однако возможен и личный обмен. Решение может быть гибридным. Связь устанавливается через приложение, затем проводятся личные консультации, очные семинары, назначение помощи... Нуждающиеся в уходе, родственники и ухаживающие лица могут встречаться лично в безопасных местах.

Чтобы добиться большего охвата, группа искала инфлюенсеров через Instagram и нашла их в собственном сообществе. Поток информации должен в первую очередь идти по этим каналам.

Нго и ее команда заинтересованы в знакомстве с другими проектными моделями, ищут единомышленников и наставников для своей посреднической платформы и, наконец, что не менее важно, ищут финансирование. В долгосрочной перспективе они планируют дальнейшее развитие своей платформы, используемой среди сообществ.

Контакт: ngo.an@hotmail.de

Обсуждение:

Участники семинара рады свежим идеям от *VCare*. Однако они не подготовлены к такому типу современных цифровых связей с общественностью. Решением может стать специально созданный координационный офис, который возьмет на себя именно эту часть работы по проектам. В настоящее время существуют также коммерческие стартапы,

которые заполняют этот пробел. Однако эта связь сообщества и цифровой поддержки, представленная в данном проекте, уникальна. *Катарина Ланге (Katharina Lange) (FspA)* рекомендует рассмотреть работу компании Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung gemeinnützige GmbH на тему распространения цифровой информации. (<https://minor-kontor.de>) Здесь был разработан ряд методов для информационно-разъяснительной работы в социальных медиа, Digital Streetwork. Здесь также речь идет о том, чтобы пытаться достучаться до мигрантов в их привычной среде. Представление о методах работы можно, к примеру, получить из видеоролика по проекту «Neu in Berlin Plus»: https://youtu.be/g-uypMS_87I

Семинар 3

Печатные источники – устаревшая модель? Использование многоязычных информационных брошюр и флаеров. Какие еще существуют методы?

Модерация: Клаудия Пфистер (Claudia Pfister), Zentrale Anlaufstelle Hospiz (ZAH) (Центральный координационный пункт хосписов)

Будучи первым докладчиком, *Тина Вестфаль (Tina Westphal)*, руководитель центра поддержки по уходу Фридрихсхайн-Кройцберг, Принценштрассе 23, рассказала о своем опыте **«использования в консультировании переведенных печатных изданий»**.

Она подчеркнула, что именно личная поддержка в ходе консультирования создает больше доверия у людей с миграционным прошлым. Отдельные печатные издания используются в качестве вспомогательного средства. В частности, используются 44 информационных листа Берлинских центров поддержки по уходу (Pflegetützpunkte Berlin – PSP). Они доступны на наиболее распространенных языках. В PSP на Принценштрассе чаще всего используются информационные листы на арабском и турецком языках.

Брошюры с большим количеством текста обычно слишком утомительны для тех, кто ищет совета. Многих средств массовой информации также нет на простом и доступном языке и часто в них не используются поясняющие символы. Поскольку они сложны для понимания, они, как правило, остаются неиспользованными.

А вот сотрудничество со «Строителями межкультурных мостов» (IBIP) помогает добраться до различных сообществ. Выстроенный таким образом уровень отношений является наиболее эффективным. В этом случае печатные носители информации служат дополнительным подспорьем к беседе.

Нуждающиеся в уходе часто становятся распространителями информации, например, передавая членам семьи и друзьям полученные после личной консультации флаеры.

Вестфаль призвала своих коллег проверить свои информационные стенды перед дверью на предмет «уклона в сторону немецкого». Приветственная надпись «Добро пожаловать» на разных языках может оказаться очень полезной.

В качестве второго докладчика выступила **Джала Эль Джазури (Jala El Jazairi)** (ZAH). Она рассказала об «Использовании флаеров и брошюр в сообществах мигрантов и о пользователях печатных СМИ из сообществ мигрантов». Она поделилась опытом *Вестфаль*. Классикой является брошюра «Когда врач уже не может помочь». Содержание брошюры, как правило, объясняется в ходе беседы.

Если флаеры издаются на родном языке, то важна следующая информация: Кто и что делает, где и как я могу связаться с тем, кто предлагает помощь. Также полезно сочетать печатные материалы с дополнительной цифровой информацией. Это могут быть, например, открытки с QR-кодом.

Эль Джазури также порекомендовала печатать информацию на немецком и на родном языке, поскольку молодое поколение может уже не говорить на родном языке старшего поколения. Она также рассказала о многих деталях, которые следует учитывать при создании печатных изданий.

Последующее обсуждение подтвердило, что создание новых печатных средств информации должно быть хорошо продумано, а целевые группы должны быть привлечены заранее. И ДА! Пришли к единому мнению о том, что печатные средства информации должны продолжать существовать, но ...

Помощь в интернете:

- www.demigranz.de
- www.demenz-und-migration.de
- www.hospiz-aktuell.de (Zentrale Anlaufstelle Hospiz)
- Справочник Handbook Germany может послужить источником этой информации. <https://handbookgermany.de/de>
- <https://www.inklusion-kultur.de/infoportal/kommunikation-information/leichte-und-einfache-sprache/>