

Komunikācija par tik sarežģītu tēmu kā sociālā inovācija ir ne tikai izaicinošs, bet arī iedvesmojošs uzdevums. To parasti veic organizācijas, kas veicina sociālās inovācijas kopienās un plašākā mērogā, bet veiksmīgai mērķa sasniegšanai pamatā ir darbietilpīgs izpētes un plānošanas process.

KĀPĒC NEPIECIEŠAMS RUNĀT PAR SOCIĀLO INOVĀCIJU?

Arvien vairāk starptautiskas organizāciju un Eiropas Savienības institūciju atzīst sociālo inovāciju par vienu no galvenajiem faktoriem sabiedrības un pasaules ilgtspējas nodrošināšanai. Neskatoties uz to, pat ekspertu vidū nav vienotas izpratnes par šo jēdzienu un tā nozīmīgumu*.

Plašāka sabiedrības un sektoru informēšana, izglītošana un iesaiste sociālo inovāciju virzīšanā veidos labāku izpratni, augsni sadarbībai un nākotnes perspektīvas to ieviešanai.

7 IETEIKUMI

SOCIĀLĀS INOVĀCIJAS KOMUNIKĀCIJU PLĀNOŠANAI*



1 Izvēlies komunikācijas mērķi.

Runājot par sociālo inovāciju visbiežāk tas varētu būt: informēt par sociālo inovāciju kopumā, veicināt sabiedrības iesaisti organizācijas veiktajās sociālās inovācijas iniciatīvās vai informēt par konkrētu jauninājumu, kas mazina sabiedrības izaicinājumus.



2 Izvēlies definētu un šauru mērķauditoriju.

Īpaši pievērš uzmanību - vai konkrētā mērķa grupā cilvēki ir atvērti inovācijām un kam, viņuprāt, būtu jārisina sabiedrības sasāpējušie jautājumi? Kā sociālā inovācija uzlabos viņu dzīvi?



3 Komunicē, izmantojot vienkāršu valodu.

Izmanto vārdus kā "sabiedrībai noderīgi jauninājumi" vai "risinājumi sabiedrības izaicinājumiem" un citas vārdu kombinācijas, kas pilnvērtīgi raksturo šo jēdzienu. Latviešu valodā "sociālā inovācija" ir svešs termins, tāpēc lielai daļai sabiedrības nav viegli uztverams un ir pārprotams.



4 Komunicē, atspoguļojot sociālo inovāciju piemērus savā un citās organizācijās.

Sociālā inovācija pastāv jau sen un ikkatrs no mums ar to ir saskāries vienā vai citā veidā! Stāsti par to, izceļot konkrētajā mērķauditorijā viegli atpazīstamus piemērus jau esošām iniciatīvām un jauninājumiem. Īpašu uzmanību pievērš tām, kas nav saistītas ar sociālajiem pakalpojumiem.



5 Iekļauj informāciju par avotiem, kas ļaus uzzināt vairāk par sociālo inovāciju.

Dalies ar uzticamu avotu sagatavotajiem materiāliem, lai šo tēmu iepazīst arvien vairāk interesentu - Latvijas informācijas telpā par sociālo inovāciju pieejams ļoti maz kvalitatīvas un izsmeļošas informācijas.



6 Iekļauj vēstījumus par sociālo inovāciju jau esošajās komunikācijas aktivitātēs.

Lai taupītu resursus, sāk stāstīt par sociālo inovāciju caur mērķauditorijai zināmiem esošu iniciatīvu komunikācijas kanāliem. Tādā veidā viņiem būs vieglāk saprast un atpazīt šo sarežģīto jēdzienu sev aktuāla konteksta ietvaros.



7 Pirmais solis - komunikācija ar esošiem un potenciālajiem sociālās inovācijas ieviesējiem.

Plašākā sabiedrībā sociālās inovācijas un izpratni par tām iespējams veicināt tikai nodrošinot to ieviesēju izglītošanu par jēdzienu un un vienotu apziņu par sava darba nozīmīgumu. Tāpēc informējošu komunikāciju iesakām sākt ar aktivitātēm sociālo inovāciju virzītājiem visos no sektoriem - nevalstiskajā, privātajā, publiskajā un akadēmiskajā.