

Selge ühiskondlik suhtlus – kellele ja milleks?

Katrin Hallik, Katre Kasemets
Eesti Keele Instituudi eurokeelehooldajad

Sõnumil on mõte ainult siis, kui teine inimene seda taipab.

Schulz von Thun

Mis on selge kommunikatsioon?

Ühiskondlikus ruumis ringleb erikujulist infot – pildi, teksti, heli, virtuaalpildina. Me vist enam ei panegi tähele, kui palju me ühe päeva jooksul uusi infoühikuid endast läbi laseme. Seetõttu on tähtis, et me infopadrikus kergema vaevaga oma tee leiaksime ning aega ja energiat säästaksime.

Iga sõnumi edastamisel on kõige vajalikum teada, kellele ja milleks me midagi väljendame ning mingi sõnumi ühiskondlikku ruumi saadame. Ja sealt edasi – kuidas me seda teeme. Mida saab kõige paremini väljendada pildiga, mille kohta on aga vaja kirjutada tekst? Kuidas teha end kuuldavaks ja nähtavaks, sest sõnumisaatjaid on ju palju.

Milline peaks olema teave, mida lugeda-vaadata tahetakse ja millest on kasu?

Möödunud sajandi ühiskondliku sõnumi põhiliseks vahendajaks oli tekst, nüüd aga asendab seda üha sagedamini pilt, virtuaalne pilt, heli, puutetunne. Kaasatud on kõik meeled.

Viimastel aastatel on ka selge keele maailmas jõutud keeletasandilt laiema ühiskondliku suhtluse tasandile ning uut lähenemisviisi on hakatud nimetama selgeks kommunikatsiooniks, selgeks ühiskondlikuks suhtluseks.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et selgest ühiskondlikust sõnumist leiab inimene kiiresti ja vaevata talle vajaliku teabe, saab sellest aru ning oskab saadud teabe põhjal tegutseda.

Räägime laiemalt just nimelt selgest ühiskondlikust suhtlusest, sest korrektsest keelekasutusest üksi ei piisa. Sama tähtis kui sõnakasutus on ka visuaalne loetavus, sisuline arusaadavus ja loogiline ülesehitus.

Selge ühiskondlik suhtlus seob eri valdkondi, see hõlmab nii teksti kirjutamist ja kujundamist kui ka selle katsetamist võimaliku tarbija peal (nn kasutatavusuuringuid). See tähendab, et mis tahes selge sõnumi loomise juures töötavad üha rohkem koos eri valdkondade inimesed: keelenõustajad, toimetajad, disainerid, psühholoogid, projektijuhid jt. Seda rõhutati ka 2013. aasta oktoobris Vancouveris toimunud rahvusvahelisel PLAINi konverentsil. PLAIN (Plain Language Association InterNational) on Kanadas loodud ja nüüd rahvusvaheliseks kasvanud selge keele organisatsioon, mis on maailmas üks suuremaid selge keele ühendusi. PLAIN korraldab üle aasta rahvusvahelist selge keele konverentsi. Ka viimasel PLAINi konverentsil

räägiti sellest, et selgest keelest on aina enam saamas selge ühiskondlik suhtlus, mis hõlmab paljusid valdkondi.

Samuti jäi PLAINi konverentsil kõlama mõte, et valdkonnas toimuvat on oluline dokumenteerida ning teadusmeetoditega uurida. Siis saame rääkida nn tõendus põhisesest selgest kommunikatsioonist. Hiljuti on PLAINi foorumis avaldatud uudis, et USAs asuva Thomas Cooley Õiguskooli raamatukogu hakkab looma selge kommunikatsiooni valdkonnas ilmunud raamatute, ajakirjade jm väljaannete arhiivi ja kataloogi. Loodetavasti saab seda millalgi ka netiavarustes kasutada.

Palju on räägitud, et selge kommunikatsiooni eesmärkide saavutamiseks tuleb alustada kõige kõrgemalt, seaduste tasandilt. Kui seadused on n-ö keskmisele inimesele arusaadavad ja tugisüsteemid toimivad (nt seaduste lühikokkuvõtted, e-abiküsimise võimalus jms), siis liigub juba korrastatum info allapoole ning rajab teed ka muude dokumentide-sõnumite selgemale ja läbimõeldud koostamisele.

Infodisain

Niisiis ei räägi me enam ainult keelest, vaid rõhutame ka kujunduse osatähtsust, sõnumit kui tervikut. Graafilisest disainist välja kasvanud infodisain on sõnumi sisu ja selle keskkonna (pakendi) korrastamine ja kujundamine nii, et see oleks potentsiaalsele tarbijale võimalikult arusaadav.

On öeldud, et tiptasemel infodisain on nagu suurepärase Itaalia espresso: kange, napp ja magus.

Samuti on öeldud, et üks pilt räägib rohkem kui tuhat sõna. See sõltub vaatajast, kuidas ta pilti tõlgendab. Ideaalis võiksid pilt ja tekst koos töötada.

Ka tihedat infot annab kujundusega hästi loetavaks teha. Mõelgem näiteks suurlinna metrooplaanidele ja seal sisalduvale infohulgale.

Kas leiame mõnelt kodulehelt otsitava info kohe või on meil vaja alajaotuste rägastikus kaevata ja üritada otsisõnadega soovitud leida? Kuivõrd on info esitlus läbi mõeldud ja sihtrühma peal katsetatud? Selge kommunikatsioon algab eelkõige sihtrühma vajaduste ja võimete teadvustamisest. Niisiis tuleb endalt küsida: *miks, kellele ja mida*.

Me teame, et lugemine paberil, arvutis, tahvelarvutis või mobiilis on erinev. Erineb ka info maht ja sõnumi ülesehitus, mida tuleb arvestada sõnumi kohandamisel erinevate keskkondadega. Mobiilse interneti levikuga on eriti oluline, kuidas luua veebilehti ja -keskkondi eri suuruses ekraanidele.

Kasutatavuse uuring

Ühiskonnas toimetab teadagi palju erisuguste võimete ja oskustega inimesi. Peale kesk- või kõrgharitud aktiivsete töötajate võtab ühiskondlikust suhtlusest osa lapsi ja noorukeid, vanemaid ja pensioniealisi inimesi, võõramaalasi, muukeelseid, puuetega inimesi.

Inimeste lugemisoskuse tase on erinev, samuti on kõigi taust, teadmised ja innustus uusi teadmisi hankida erinevad. Mis on selge ühe inimese jaoks, ei pruugi seda olla teise jaoks.

Selge kommunikatsiooni üks märksõnu on tarbijakesksus. Seetõttu on väga oluline oma tarbijat läbi ja lõhki tunda ning tema peal enne toote üllitamist seda katsetada. Praktikud soovivad testida eri versioone, et lõplik tulemus võimalikult kasutusmugav saaks. Lõpuks on ju see ka toote looja huvides. Või vähemalt võiks olla.

Veebikeskkondi luua on keeruline, kuid kergemaks teeks selle ehk selge keele maailmas juba ammu käibel olev kasutajauuring. Näiteks võib lisada avalehel väikese lingi, kus saab anda hinnangu oma kasutuskogemuse kohta. Nii on teenuse pakkujal võimalik paremini mõista, kes moodustavad tema sihtrühma ja mida need inimesed vajavad. Kuidas nad saadud info põhjal tegutsevad – kas see on otstarbekas või aega raiskav tegutsemine? Miks ei võiks klientidelt teadlikumalt tagasisidet küsida ja seda siis ka kohe arvesse võtta?

Ühiskonna toimimise jaoks on vajalik, et kõik erinevad inimrühmad saaksid neid puudutavatest ühiskondlikest sõnumitest aru. Võimalikult vähese aja- ja energiakuluga.

IC Clear

Viimaste aastate jooksul on tekkinud suur vajadus selge kommunikatsiooni nõustamine elukutseks muuta. Et selgemalt ja tõhusamalt oma kolleegide ja klientidega suhelda, et parandada töötajate suhtlemisoskust. Belgia, Kanada, Portugali, Austria ja Eesti partnerite ühendus IC Clear on 2014. aasta sügisel lõpetamas kolmeaastast projekti, mille eesmärk on selge kommunikatsiooni nõustajate koolitamiseks akadeemilise kursuse loomine. See on esimene sellelaadne ettevõtmine, mis tugineb valdkonnauuringule.

Kursuse läbinu saab selge kommunikatsiooni nõustaja kutsetunnistuse ja pärast kursuse läbimist ta:

- tunneb oma sihtrühma ja tema ootusi,
- loob toimiva meeskonna,
- lähtub selge kommunikatsiooni põhimõtetest,
- koostab sihtrühmale selgekeelse sõnumi,
- loob sobiva kujunduse,
- on järjekindel ega väsi kordamast.

Kursus on e-õppe vormis ja sisaldab disaini, psühholoogia, kasutatavusanalüüsi, selge kirjutamise jm mooduleid. Esialgu on õppekeeleks üksnes inglise keel. Edaspidi on siiski võimalik, et luuakse ka partnerriikide keeltele kohandatud moodulid. Kursus kuulutatakse ametlikult välja 12.–14. novembril 2014 Brüsselis toimuval IC Cleari ja Clarity (teise suure rahvusvahelise selge keele organisatsiooni) ühiskonverentsil.

Selge kommunikatsioon Eesti ühiskonnas

Eesti on väike ja siin on seetõttu kerge asju korraldada – vahemaad on lühikesed ja kõik tunnevad teadagi kõiki. Napib ehk teadvustatud ja läbimõeldud ühiskondlikku hoolimist, mis

väljendub ka info kättesaadavuses. Eesti kui infotehnoloogiliselt hästi hallatav väikeriik saaks selguse ideoloogiast palju praktilist kasu.

Juriidika on keeruline valdkond, oleme selle mõttega harjunud. Ja võtab aega, enne kui selguse ja lihtsuse mõtteviis seal idaneb ja juuri kasvatab. Aga tehniliste lahendustega saab seda lõhet vähendada. Eestis on häid sellekohaseid algatusi. Näiteks keskkond eesti.ee on suurepärase katse ühendada kodanikule vajalikku teavet ühte kohta, kuid paraku ei ole lehel liiklemine ja info leidmine kõige mugavam ning mõte näib olevat pooleli. Aga ehk saab ta millalgi hoogu juurde.

Ja miks ei võiks meilgi olla seadustest sisukokkuvõtteid, kus seaduse tuum kirjas, nii nagu Rootsis juba aastaid tehakse? Meie Riigi Teatajas on selle mõttega küll algust tehtud, kuid tavainimeste jaoks võiks õigusakti sisu põhjalikumalt ja selges keeles kirjas olla.

Teenusmajanduse Koja eestvõttel on juba mitu aastat valitud Eesti parimat ja halvimat seadust. Valik tehakse selle järgi, kui hästi või halvasti seadused vastavad hea õigusloome tavale. Selle tava kaheksast punktist üks räägib selge keele kasutamise vajalikkusest õigusaktis. Suurepärase algatus!

Konkurents on Eestis küll üsna väike, eriti mõnes valdkonnas, aga ka paar ettevõtet saavad omavahel konkureerida sellega, et kliendile selgemat ja avatumat infot anda. Hiljuti võis kahte elektrilahendusi pakkuva ettevõtte veebilehte võrreldes eksida ühel viiterägakstikku, teisel aga leida vajalikud võrdlustabelid kohe ja teha oma valik.

2013. aasta sügisel korraldasime koos Eesti Keeletoimetajate Liidu ja Euroopa Komisjoni Eesti esindusega Eestis esimest korda rahvusvahelise selge keele konverentsi. Soovisime tõmmata seadusandjate, riigiasutuste ja kohalike omavalitsuste tähelepanu eesti õigus- ja halduskeele olukorrale ning taotleda mõtteviisi muutust. Konverentsil räägiti keelest, disainist, sõnumi edastamise tervikust nii rahvusvahelisele kogemusele (esinejad Rootsist, Belgiast, Austriast) kui ka Eesti seaduste ja ajakirjanduse näidetele tuginedes. Allar Jõks rõhutas oma ettekandes, et õigusselgusega tuleb arvestada nii õigusnormi loomisel kui ka kohaldamisel. Oleme korraldajatena õnnelikud eri valdkondades tegutsevate inimeste rohke osavõtu, meedia huvi ja hea tagasiside üle.¹

Selge kommunikatsiooni mõtteviis aitab kindlasti ühiskondlikku ruumi korrastada. Suhelgem siis selgemalt – säästes aega, raha, energiat –, ja hoidkem üksteist.

¹ Vaata lähemalt: <http://selgekeel.ee>.