

ترجمة: دليل نبرة الصوت لـ Aflatoun International

مقدمة (Introduction)

تعكس نبرة صوتنا المكانة الفريدة لمنظمة أفلاتون الدولية (Aflatoun International) كشريك موثوق به في مجال التعليم العالمي، فهي مهنية ولكنها سهلة المنال، وسلطوية ولكنها ودودة. نتواصل بثقة مستمدة من أكثر من عقدين من التأثير، مع الحفاظ على القابلية للوصول التي تجعل المفاهيم المالية والاجتماعية المعقدة مفهومة لجمهور متعدد في جميع أنحاء العالم.

سيساعد هذا الدليل جميع الأطراف المعنية – أعضاء الفريق الداخليين، الشركاء، المنفذين، والمتخصصين في الاتصالات – على الحفاظ على الاتساق عبر علامة أفلاتون التجارية عالمياً.

خصائص صوتنا (Our Voice Characteristics)

1. تمكينية ومتفالية (Empowering and Optimistic)

ماذا يعني ذلك:

- نحن نؤمن بإمكانيات كل طفل وشاب.
- لغتنا تعكس التفاؤل مع الاعتراف بتحديات العالم الحقيقي.
- نركز على الإمكانيات، النمو، والتغيير الإيجابي بدلاً من القيود أو المشكلات.

على أرض الواقع:

- سلط الضوء على ما يمكن للأطفال والشباب فعله وما يقومون به، وليس ما ينقصهم.
- احتفل بالتقدم والإمكانات.
- اعترف بالتحديات دون الإسهاب في الحديث عن أوجه القصور.
- صيغ الصعوبات كفرص للنمو.

مثال:

✓ "رواد الأعمال الشباب يبنون مشاريع اجتماعية تفيد أحياهم."

✗ "الأطفال الفقراء بحاجة إلى مساعدة للهروب من ظروفهم."

2. واضحة وسهلة المنال (Clear and Accessible)

ماذا يعني ذلك:

- يتم تبسيط المفاهيم التعليمية المعقدة دون الإخلال بجوهرها.
- نستخدم لغة واضحة تترجم بشكل جيد عبر الثقافات واللغات.
- نتجنب المصطلحات المتخصصة التي قد تستبعد أو تربك جمهورنا العالمي.

- استخدم جملًا قصيرة وكلمات يومية.
- اشرح المصطلحات المتخصصة عند الضرورة.
- اخبر ما إذا كان المحتوى سيفهم عند الترجمة.
- تجنب الاختصارات أو عرّفها عند استخدامها لأول مرة.
- قسم الأفكار المعقدة إلى أجزاء سهلة الاستيعاب.

مثال:

✓ "الميزانية هي خطة تظهر مقدار المال الذي لديك وكيف ستستخدمه."

✗ "يتطلب إعداد الميزانية تحسيئاً استراتيجياً لتخصيص الموارد عبر فئات النفقات."

3. محترمة وشاملة (Respectful and Inclusive)

ماذا يعني ذلك:

- نحنا نقدر الثقافات والسياقات والقدرات المتنوعة ضمن شبكتنا.
- يعترف تواصلنا بوجهات النظر والتجارب المختلفة.
- نحافظ على المبادئ العالمية للاحترام والكرامة.

على أرض الواقع:

- استخدم لغة شاملة تمثل جميع الهويات.
- تجنب الافتراضات الثقافية أو الإشارات التي قد لا تلقى صدى عالمياً.
- اعترف بالتنوع في الهيكل الأسري، السياقات الاقتصادية، والممارسات الثقافية.
- تأكد من التمثيل عبر النوع الاجتماعي، القدرة، العرق، والجغرافيا.
- لا تتعال أو تتحدث باستخفاف مع أي جمهور أبداً.

مثال:

✓ "شركاؤنا عبر 116 دولة يحدثون تغييرًا دائماً في مجتمعاتهم."

✗ "نحن نساعد البلدان النامية على تحسين أنظمتها التعليمية."

4. موجهة نحو العمل (Action-Oriented)

ماذا يعني ذلك:

- لغتنا تحفز وتلهم اتخاذ خطوات ملموسة نحو التغيير الإيجابي.
- نستخدم صيغة المبني للمعلوم والأمثلة المحددة لإظهار التأثير.
- نشجع على الانخراط والمشاركة.

استخدم صيغة المبني للمعلوم (مثلاً: "الأطفال يستكشفون" وليس "يتم تعليم الأطفال").

ضمن دعوات ملموسة للعمل.

قدم أمثلة محددة بدلاً من المفاهيم المجردة.

أظهر النتائج الملموسة والتطبيقات الواقعية.

استخدم أفعالاً قوية وديناميكية.

مثال:

✓ "تمكّن أفلاتون الأطفال من اكتشاف إمكاناتهم من خلال التعليم الاجتماعي والمالي."

✗ "يتم تطوير إمكانات الأطفال من خلال منهجية أفلاتون".

إرشادات أسلوب التواصل (Guidelines) **Communication Style**

(Words and Phrases to USE) الكلمات والعبارات التي يجب استخدامها

| السبب (Why) | بدلاً من هذا (Instead of This) | استخدم هذا (Use This) |
|----------------------------|--|--|
| يعترف بالفاعلية والإمكانات | المساعدة، الإعانة، المعونة (Help, assist, aid) | تمكين (Empower) |
| يؤكد على التعاون والمساواة | المستفيدون، المتلقون (Beneficiaries, recipients) | الشركاء (Partners) |
| محترم وشامل | الصغار، الفُقَرُ، الشباب المحروم (Kids, minors, disadvantaged youth) | الشباب / الأطفال والشباب (Young people / Children and youth) |
| نهج يركز على المتعلم | التعليم / التوجيه (Teach / Instruct) | اكتشاف / استكشاف (Discover / Explore) |
| المشاركة الفعالة | توفير / منح (Provide / Give) | تعزيز / تنمية (Foster / Cultivate) |
| موجه نحو الحلول | إصلاح المشكلات (Fix problems) | إحداث التغيير (Create change) |
| نهج بناء | التدخل (Intervene) | بناء / تطوير (Build / Develop) |

أنماط اللغة التي يجب تبنيها (Language Patterns to EMBRACE)

الصياغة الإيجابية:

"معاً، نعزز الثقافة المالية التي تفتح أبواباً للفرص."

"يكتسب الأطفال الثقة من خلال استكشاف هويتهم ومواهبهم."

"منهجيتنا تعلم الشباب لاكتشاف واستخدام مواهبهم."

الأمثلة الملموسة:

"في بنغلاديش، استخدم شقيق البالغ من العمر 15 عاماً مدخلاته لشراء أدوات، وهو الآن يصلح الدراجات."

"يطبق المعلمون في أكثر من 100 دولة برامج أفلاتون تصل إلى 18 مليون طفل سنوياً."

اللغة التعاونية:

"سر كاؤنا عبر [المنطقة] يحدثون..."

"بالتعاون مع المعلمين، قمنا بتطوير..."

"من خلال العمل جنباً إلى جنب مع المجتمعات، نحن نعزز..."

اللغة التي يجب تجنبها (Language to AVOID)

| أمثلة على اللغة غير المناسبة (Inappropriate Language) | الأنمط الإشكالية (Patterns) |
|---|---------------------------------|
| "ننقد الأطفال من الفقر" ← يضعنا في موقع المنقذين | ✗ اللغة الأبوية أو المتعالية: |
| "هؤلاء الأطفال بحاجة إلى مساعدتنا" ← ترکز على التقص | |
| "نحن ننحهم فرصة" ← تزييل الفاعلية | |
| "التدخلات التربوية" | ✗ المصطلحات الأكاديمية المفرطة: |
| "مبادرات بناء القدرات" | |
| "آليات إشراك أصحاب المصلحة" | |
| "الأطفال الذين يعانون من الفقر" | ✗ الصياغة السلبية: |
| "المجتمعات المحرومة تفتقر إلى الموارد" | |
| "الشباب المعرضون للخطر بحاجة إلى تدخل" | |
| "كسر حلقة الفقر" | ✗ كليшиهات التنمية العامة: |
| "إعطاء صوت لمن لا صوت لهم" | |
| "إنقاذ مستقبل الأطفال" | |

| Examples of (Inappropriate Language) | Problems (Patterns) |
|---|------------------------|
| "يد تساعد على النهوض وليس حسنة" | |

لماذا لا تنجح هذه العبارات (Why These Don't Work)

| Say This (Instead) | Why (It's Wrong) | Don't Say |
|--|---|--|
| "نحن نمكّن الأطفال بمهارات لخلق فرص اقتصادية." | يسعننا في موقع المنقذين؛ يزيل فاعلية الأطفال. | "ننقذ الأطفال من الفقر." |
| "الشباب يبنون قدرة مالية ومهارات ريادية." | تركز على النقص ومتعاالية. | "الشباب المحروم بحاجة إلى تدخلنا." |
| "المجتمعات تطور حلولاً مستدامة من خلال المشاريع الاجتماعية." | صياغة سلبية؛ تركز على النقص. | "المجتمعات الفقيرة تفتقر إلى الموارد." |
| "الأطفال يطورون المرونة والثقة المالية." | أبوية؛ تؤكد على الضعف. | "نحن نساعد الأطفال المستضعفين." |

التكيفات الخاصة بالجمهور (Adaptations)

للملئين والشركاء (For Educators and Partners)

- النبرة: مهنية ولكن تعاونية.
- النهج: التأكيد على الخبرة المشتركة والتعلم المتبادل، واستخدام المصطلحات الخاصة بالتعليم عند الاقتضاء.
- مثال: "منهج مشروع "صندوق المال" يعزز المنهجيات المتمحورة حول المتعلم التي ستتعرّفون عليها من محتواينا الأساسي. من خلال الأنشطة التفاعلية، يستكشف الأطفال المفاهيم المالية باستخدام أدوات ملموسة تعزز التعلم التجريبي."

للمولين وأصحاب المصلحة (For Funders and Stakeholders)

- النبرة: واثقة ومركزة على النتائج.
- النهج: توفير أدلة واضحة على التأثير، واستخدام البيانات والنتائج المحددة، وإظهار الحلول المستدامة.
- مثال: "يصل نموذج الامتياز الاجتماعي لأفلاتون إلى 45 مليون طفل عبر 116 دولة، حيث يُظهر الشركاء تحسينات قابلة للقياس في الثقافة المالية وسلوك الأدخار والمبادرة الريادية. نهجنا القابل للتوجيه يضمن تأثيراً مستداماً مع التكيف مع السياقات المحلية."

للاتصالات العامة (For Public Communications)

- النبرة: ودودة وملهمة.
- النهج: التأكيد على القصص الإنسانية وراء عملنا، والحفاظ على المهنية والمصداقية، والاحتفال بالإنجازات.

- مثل: "تعرف على شقيق من دكا، الذي ساعده روحه الريادية ومهارات الادخار على بدء عمل لإصلاح الدرجات. من خلال التعليم الاجتماعي والمالي لأفلاتون، يُحول ملابين الشباب مثل شقيق الأحلام إلى حقيقة".

الاعتبارات العالمية (Global Considerations)

(Cross-Cultural Communication) التواصل عبر الثقافات

تذكر:

- اتصالاتنا تصل إلى جماهير في أكثر من 100 دولة.
- السياقات الثقافية المختلفة تتطلب تكييفاً مدروساً.
- تختلف اللغات وأساليب التواصل على نطاق واسع.

أفضل الممارسات:

- استخدم لغة ترجم جيداً حرفيًا وثقافياً.
- تجنب التعبيرات الاصطلاحية أو العامية أو المراجع الخاصة بثقافة معينة.
- اختبر المحتوى مع جماهير متعددة قبل توزيعه على نطاق واسع.
- استخدم أمثلة عالمية أو قدم أمثلة متعددة خاصة بسياقات مختلفة.

أمثلة:

✓ مناسب عالمياً: "يتعلم الأطفال ادخار المال لأهداف مستقبلية."

✗ خاص بثقافة معينة: "يتعلم الصغار تأمين المال لل يوم الأسود."

✓ عالمي: "يطور الشباب مهارات ريادية."

✗ محدود السياق: "يتعلم الشباب الحلم الأمريكي من خلال الأعمال."

تطبيق عملي (Practical Application)

قبل أن تكتب، أسأل:

- هل هي تمكينية؟ هل تعرف بالفاعلية والإمكانات؟
- هل هي واضحة؟ هل سيفهمها الجماهير المتعددة؟
- هل هي محترمة؟ هل تكرّم الكرامة والتنوع؟
- هل هي موجهة نحو العمل؟ هل تلهم الانخراط وتظهر التأثير الملحوظ؟

قائمة تدقيق الكتابة (Writing Checklist)

[] اختر "تمكين" بدلاً من "مساعدة".

[] أشر إلى "شركاء"، وليس "مستفيدين".

[] استخدم "الشباب" أو "الأطفال والشباب".

[] ضمن أمثلة ملموسة ونتائج محددة.

[] تجنب المصطلحات المتخصصة واللغة المعقدة بشكل مفرط.

[] صيغ بإيجابية مع الاعتراف بالتحديات.

[] اختبر الفهم عبر الثقافات.

[] أزل اللغة المتعالية أو الأبوية.

[] ألغِ كليشيهات التنمية.

مبدأ الاتساق (Consistency Principle)

سواء كنت تكتب تقريراً رسمياً أو منشوراً على وسائل التواصل الاجتماعي، تظل نبرة صوتنا معروفة بكونها أفلاتون:

- تمكينية
- واضحة
- محترمة
- موجهة نحو العمل

هذا الاتساق يبني الثقة ويقوي هوية علامتنا التجارية عبر جميع وسائل الاتصال ونقطات التفاعل في جميع أنحاء العالم.

أمثلة مرجعية سريعة (Quick Reference Examples)

| ✖ أمثلة سيئة (Poor Examples) | ✓ أمثلة جيدة (Good Examples) |
|---|---|
| أوصاف البرامج: "ننقدر الأطفال من الفقر من خلال التعليم المالي." | أوصاف البرامج: "تمكّن أفلاتون الأطفال من اكتشاف إمكاناتهم من خلال التعليم الاجتماعي والمالي." |
| "يتلقى مستفيدونا التدريب لتحسين حياتهم." | "شكراً لنا عبر 100+ دولة يحدثون تغييرًا دائماً في مجتمعاتهم." |
| "الشباب المحروم بحاجة إلى تدخلنا لتحقيق النجاح." | "رواد الأعمال الشباب يبنون مشاريع اجتماعية تفيد أصحابهم." |
| "نحن نمنح الأطفال الفقراء الأدوات التي يفتقرون إليها". | "معًا، نعزز الثقافة المالية التي تفتح أبواباً للفرص." |

| ✖ أمثلة سيئة (Poor Examples) | ✓ أمثلة جيدة (Good Examples) |
|--|---|
| قصص التأثير: "ساعدنا ماريا على الهروب من الفقر من خلال منها المهارات." "الأطفال المستضعفون يستفدون من برامجنا." | قصص التأثير: "من خلال الادخار والتخطيط، افتتحت ماريا متجرًا صغيرًا يدعم عائلتها ويوظف ثلاثة جيران." "يُظهر الأطفال في برامجنا ثقة متزايدة في إدارة الأموال واتخاذ القرارات المالية." |
| | دعوات للعمل: "انضم إلى شبكتنا العالمية من المعلمين الممكّنين للجيل القادم." |
| | "استكشف مناهجنا وكيفها لتناسب سياقك المحلي." |

موارد إضافية (Additional Resources)

للحصول على إرشادات أكثر تفصيلاً، تفضل بزيارة:

- دليل العلامة التجارية: brandmanual.aflatoun.org
- نبرة الصوت: brandmanual.aflatoun.org/tone-of-voice
- إرشادات الصور: brandmanual.aflatoun.org/our-imagery-and-graphics

تواصل (Contact)

للاستفسارات حول نبرة الصوت أو اتصالات العلامة التجارية:

- البريد الإلكتروني: communications@aflatoun.org
- الموقع الإلكتروني: aflatoun.org

تذكرة: كل كلمة نكتبها تمثل مهمة أفلاتون في تمكين الأطفال والشباب في جميع أنحاء العالم. لنتواصل بالوضوح، الاحترام، والتفاؤل الذي يستحقه مجتمعنا العالمي.