



כנס: הנגשת שירותים דיגיטליים ציבוריים לחברה הערבית

נקודות מרכזיות מהדיון שהתקיים במסגרת הכנס

29.11.2018, כפר קאסם

מקבולה נאסר: הפורום פה הוא פורום מגוון שמייצג את כל סוגי הארגונים מהמגזר הממשלתי, העסקי והשלישי. בואו נתחיל מלשאול מהו שירות טוב לאזרח, מהו שירות מונגש?

ממשל זמין: שירות מונגש הוא שירות שמתחילת התהליך ועד סופו מקבלים אותו בשפת היעד. אתר, הסברים מקדימים לשירותים, טפסים כולל מילוי שלהם, שכולם יהיו בשפה הערבית. מבחינת הנגשת ההסברים, כרגע ישנה הנגשה ברמות שונות בסביבות 50% מהשירותים מתורגמים, לא כולם ברמה מספיק טובה ועובדים על זה. לגבי הטפסים אנחנו בתחילת הדרך, אבל הטפסים מתורגמים לערבית ויש עדיין פער גדול בין התרגום לבין מילוי הטופס שצריך להעשות בעברית.

גלוקל (חברת תרגומים): תהליך ההנגשה צריך להוסיף ערך, לא מספיק רק לתרגם. חלק מהארגונים מתרגמים המון חומרים שהם נכונים תחבירית, אבל הרבה פעמים הם לא מובנים כי יש הבדל בין שפה כתובה למדוברת ותוכן כתוב ומתורגם, ברוב המקרים התרגום המילולי מתרסק מול המציאות. ההנגשה היא הרבה מעבר לתרגום.

לקוח עסקי שמבקש שירותי תרגום ללקוח הערבי מקדם את הנושא כי הוא משתלם לו עסקית, התוצאה יכולה להיות מאוד יעילה. לדוגמא בנקים, לכל הבנקים יש אתרים בשפה הערבית. השימושים באינטרנט בחברה הערבית מתחלקים לשימוש בפייסבוק, שהוא מאוד נפוץ, לגלישה כללית, שבה הרוב מרגישים אבודים, ויש את הבנק. באתר של הבנק אנשים מסוגלים להכנס ולקבל את הערך, הם מרגישים את הערך. היום כל הבנקים עוברים לדיגיטל וזה עובד. אנשים עוברים לדיגיטל וזה משתלם לבנק, ולכן הבנקים משקיעים בכך, אבל, יש להם מדריכים שעוזרים לאנשים ועושים תיווך של השירות.

עיריית ירושלים: האתגר הגדול שלנו הוא להנגיש את השירותים לאזרחים, אנחנו מעדיפים שיגיעו פחות אנשים לעירייה. האתגר הגדול בירושלים הוא הגיוון של התושבים, ולהנגיש לכל אוכלוסייה את השירות באופן מותאם. הנושא של האמון הוא מאוד מרכזי, מי שמגיע לעירייה מגיע מתוך קושי, בשפה, תשלום, תרבות, הבדלים בינדורים. ההנחה הרווחת היא שיש מכשירים חכמים והכל נגיש אבל זה לא מדויק. הקושי הוא ביצירת האמון, מה מנגישים ואיך? איך מייצרים מנגנוני תמיכה דיגיטלית ושירותית. גם אם שמים קיוסק האם יש נציג שירות, יש הנחה שהרבה דברים עוברים לדיגיטציה והאחריות עוברת לאזרח, אבל במזרח העיר לדוגמא אין כרטיסי אשראי ורגילים לשלם במזומן. אם רוצים שהלקוח ימלא טפסים בערבית צריך לחשוב איך בונים את התהליך מקצה לקצה. סגירת מעגל – עד כמה כוללים בתהליך האפיון מחשבה על יצירת האמון והביטחון אצל הלקוח. הגוגל טרנסלייט נוראי. אנשים מגיעים לעירייה, ולא מביאים את הדברים הנכונים, הם גם רוצים לשאול על עוד נושאים והחווייה שהם מקבלים היא שזה ברור מאליו, ולא מתוך העיניים של הלקוח. חשוב לראות איך מייצרים שירות של 360 מעלות (ביטוח לאומי ועוד דברים) ואיך מגדילים את האמון במערכת.

כל זכות: כל זכות החלה ב 2010 לתרגם לערבית שירותים ויצרה תשתית בתחום הזכויות. מ - 2017 עובדים כחלק ממיזם משותף עם הממשלה שמאפשר להתקדם במהירות, תוך 4 שנים לתרגם את כל התוכן לערבית. ויש נושאים שלא צריך לתרגם אותם. התרגום נעשה בקצב גבוה, מה שמאתגר הן שאלות של שפה אחידה, ואנחנו מסייעים לתהליכים, כמו לדוגמא מילון מושגים בתחום הזכויות לחברה הערבית. הנגשה דיגיטלית



נשענת על תרגום, גם אם התרגום מקיף הרבה פעמים קל יותר לצרוך בעברית. תרגום זה מקצועי, זו טעות לתרגם מסמכים כעובדים בארגון. צריך לתקצב את זה, זו לא פינה שאפשר לוותר עליה. לכבד את השפה ולכבד את האזרחים שצורכים את השירות.

מבחינת מתודה, תחילה תרגמנו את כל הכותרות של האתר, הסתכלנו לא ברמה האקדמית, זה מידע שהציבור צריך להשתמש בו, איך החיפוש בגוגל נעשה? לא שפה גבוהה ולא נמוכה, שפה עיתונאית. יש תעדוף, רוב הדפים, שנכנסים אליהם מתמקדים בתעסוקה ובריאות, רואים מספר צפיות ואז לפי זה מתרגמים. אם יש נושאים שיותר בשימוש הם יותר מתורגמים. יש לנו את היכולת להגיב בזמן אמת ולתרגם אותם תוך יומיים. הציבור הערבי נמצא באינטרנט ומעל 90 אחוז גולשים במובייל, אולי הכל נראה טוב בדסקטופ אבל תמיד צריך לחשוב על העיצוב של המובייל.

קופ"ח מאוחדת: המשמעות של הנגשה זה שיפור הגישה כדי להגיע למטרה, אם התוכן בערבית קיים אבל אף אחד לא צורך אותו זו לא הנגשה. מאוחדת פועלת בדף פייסבוק כי הפעילות בו היא פי 4. יש פעילות במסג'ר של פייסבוק עם בוטים, לדוגמא לתיאום תורים. איך משפרים את המיומנות הדיגיטלית? השאלה האם פועלים לשנות הרגלים או משתמשים בהרגלים קיימים. האם שווה לתרגם או לחשוב בדרך יותר יצירתית, השאלה האם מסיתים את ההשקעה שלנו כדי להגיע להנגשה איפה שהלקוח נמצא או שנביא אותו להנגשה שאנחנו מכירים ומבינים.

ד"ר אסמא גנאים: ההנגשה צריכה להיות בכמה ערוצים בו זמנית, אנחנו רוצים לשנות את המצב ולגרום לכך שהשפה תהיה נוכחת כי בסופו של דבר זה יגדיל את האוכלוסייה שמשתמשת. ברמת השירות, אני אף פעם לא אשלוט בעברית כמו שאני שולטת בערבית כי בכל תחום חדש אהיה אבודה ולא אכיר את המושגים.

פרופ' שיזף רפאלי: בתחום ההשכלה גבוהה מתלבטים איך ללמד ובאיזה שפה? אם מדובר בדיגיטל, בשפה הערבית ההחזר על ההשקעה הוא מעל 100 אחוז. כשיש תרגום לערבית האוכלוסייה שנרשמת היא פי 3. כשנפתח קורס בערבית יש אלפי נרשמים, התרגום הוא חיוני. לפני 22 שנה היה כנס באוני' העברית וכל הדוברים שאלו למה לבנות אתרים בעברית? קל יותר ללמד אנגלית ואז נפתור את הבעיה. היום אנחנו שואלים את אותה השאלה, אבל מבינים שגם אז לא הצלחנו ללמד את כולם אנגלית. יש חלופה יותר אטרקטיבית, בעוד 5 שנים טכנולוגיה של תרגום אוטומטי תהיה פתרון אמיתי. מי שמשקיע היום בפתרונות תרגום צריך לדעת, שהן לטווח קצר, כי בעוד שנתיים היכולת יעלו וצריך יהיה להסביר למה מתרגמים?

המטה הלאומי להגנה על ילדים ברשת: כאשר עובד ערבי הוא עובד יחיד בארגון ישנה תחושת אחריות לעבור על כל התרגומים, ולהתאים את הנוסח לחברה הערבית. גם את הפרסומות צריך להתאים. אנחנו מקבלים הרבה טלפונים מהחברה הערבית מאנשים שמתקשים בעברית, לכן מנסים שיהיה מוקדן בערבית ומשתמשים בהרבה טכנולוגיות, כך שגם אם לא נמצא פיזית מעלים אותו כדי לתרגם ולהתאים לנער או נערה שיזמו שיחה. צריך להתאים את השירות לגיל ולתרבות ולרקע ולמגדר ולא רק הנגשה שפתית.

להב"ה: התובנה המרכזית בעבודה שלנו עם אוכלוסייה חלשה היא שאנשים הם רציונלים. כשהם רואים את הערך המוסף הם רוצים יותר. לא בטוח שחייבים להנגיש שפתית את כל השירותים, אבל צריך לפרסם את השירותים. אנשים רוצים לקבוע תור במשרד הפנים, הם לא יודעים למי לפנות, קמפיין יכול מאוד לעזור בהנגשה. אנשים צריכים מידע, להבין עד כמה השירות עוזר להם, ואז הם מבינים ולומדים לצרוך את השירות. הציבור לא באמת יודע כי הרשויות לא מספיק מסבירות את השירות. הפרסום מתמקד בכך שיש שירות ולא בתועלת.



מקבולה נסאר: המדינה משקיעה הון בכלים הכי קריאייטיביים, אך ישנם פערים גדולים באפקטיביות של הקמפיינים לחברה הערבית. הממשלה צריכה לכמת את העלויות הכלכליות של חוסר השימוש בשירותים.

תאגיד השידור כאן: מנקודת מבט של האזרח אני לא מטיל עליו אחריות, אבל יש אנשים שמציגים את עצמם אני אדם של סנד אנד. אל תכניסו אותי לבלגן. יש טכנופובים שלא רוצים מייל או למלא טופס ולהחזיר אותו וכו' למרות שיש את כל הפתרונות במובייל. ויש גם את הרצון באינטראקציה. חסרה אוריינטציה וזה קשור לחינוך. יש לאנשים תדמית רעה למוסדות. השפה זה נושא קריטי, כשיש טעויות ואנחנו מרגישים שיש חוסר כבוד. יש אתרים עם תרגום לקוי. רשתות חברתיות – אסור להזניח כי רוב האנשים נמצאים שם בואו ניקח אותם לאתר ולא להפך. פתרונות לחתימה דיגיטלית – איך מחזירים טופס, התאמה של הכל למובייל. שיהיה אתר רספונסיבי, היום אנשים נמצאים מול מסך מחשב רק בעבודה ובבית, רוב הזמן שששששש 123

נכנסים למובייל. לא לדבר על המגזר כמקשה אחת, החברה הערבית מאוד מגוונת וגם הקמפיין צריך להשתנות.

ממשל זמין: הנושא נמצא אצלנו על השולחן והוא חלק מהעבודה יומיומית שלנו, אנחנו מייצרים את הפתרון. לדוגמא עד מאי כל השירותים של רשות האוכלוסין יהיו זמינים בערבית. במחקר שעשינו ראינו שהאזרח רואה בכל הגופים כגוף אחד ומי שנתן את החויה הכי פחות טובה הוא שזה שנשאר במודעות של האזרח וצובע את כל השירותים האחרים. אזרחים מעדיפים שירות פיזי, כשהאזרח רואה חווית שירות הוא רואה הכל יחד וכדי לבצע את הקפיצה שיתופי הפעולה בין המשרדים והרשויות צריכים להיות מאוד משמעותיים.

סיכוי: חלק מהפער קיים גם כי החברה הערבית לא דורשת, יש צורך בכוח אזרחי שיתבע את צמצום הפער ממשרדי ממשלה ומגורמים עסקיים.

נביל – יש לי שאלות שאשמח לתשובה:

יש מדינות נוספות שיש להם בעיות דומות, איך הצליחו? קנדה

האתגרים של הנגשת התכנים מחייבת גם מחשבה על עידוד יזמים למצא פתרונות ולהכווין אותם לנושא הזה.

אביב – חברה למשק וכלכלה, הם רוצים להבין מה החסמים? איך למצות את ההנגשה? מה החסמים שקיימים היום שמונעים להשתמש בשירותים? לדעתי החסם העיקרי הוא השפה, אבל יש חסמים תרבותיים, אנשים לא מכירים כולל משכילים – ביאן, צריך לשווק ולחשוף. הקצאת תקציבים והזנה של שנים היא חלק מהבעיה וצריך להקצות תקציבים לשיווק. קמפיינים אי אפשר לתרגם צריך לקחת אנשי קריאייטיב של החברה הערבית.

איזה שינוי ניתן לעשות כדי להגביר את השימוש? אננו רוצים לעשות פיילוט ברשות אחת – למה לא משתמשים.

סילאן – ב 10.12 ב 10:30 יהיה דיון בועדת המדע בנושא.

אסמא – כשבוחנים פער בין שתי אוכלוסיות עם אותן רמות אין פערים: נגישות, דפוסי שימוש, מודעות.

כולם מדברים על החזר השקעה אבל צריך להסתכל גם מה קורה אם לא עושים. עוד ניפוח באבטלה ובעוני, אם אין מיומנות לא תהיה תעסוקה וזה מצב מסוכן.

הפסקת שירות אלטרנטיבי – זו שיטה לא חברתית, יש תמיד אוכלוסייה שלא תכנס למהפכה, הפקידים צריכים להיות פנויים יותר לתיווך למי שלא יכול. המעבר צריך להיות מהיר ובלי תיווך זה לא יקרה.

תשתיות – חייבים לחייב אותן וזה חייב להיות מלמלע.

הפיתוח העסקי והיזמות – זה משהו שצריך לפתח בחברה הערבית.

Israel Internet Association (RA)

6 Bareket street, POB 7210

Petach Tikva 4951774

Tel: +972-3-9700900 • Fax: +972-3-9700901

info@isoc.org.il • www.isoc.org.il

איגוד
האינטרנט
הישראלי
ISOC-IL



איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר)

רחוב ברקת 6, ת.ד. 7210

פתח תקווה 4951774

טלפון: 03-9700900 • פקס: 03-9700901

info@isoc.org.il • www.isoc.org.il

יש רצון בקרב הרבה גורמים אבל יש תקופת מעבר, דבר נוסף מניסיוני, כולם רוצים להגיע לשלב הבא בל להיות עדכניים. כשמתאימים לחברה הערבית צריך להבין שכולם היום נחשפים לתכנים בינלאומיים, לכבד את הגיל שנמצא בתקופת המהפכה. דווקא בטכנולוגיה אסור להסתפק בממועד.