



UN
DP

Программа развития Организации Объединенных Наций
Бюро ПРООН по политике развития
Группа по демократическому управлению

Информирование для расширения социальных возможностей:

разработка медийных
стратегий в поддержку
уязвимых групп

Практическое пособие

Empower
Communities

Слова благодарности

Настоящий документ подготовили Джеймс Дин, исполнительный директор консорциума «Информирование для социальных перемен» www.communicationforsocialchange.org, Элизабет МакКолл, консультант по вопросам гражданского общества и доступа к информации, и Александра Уилд, специалист по управлению, Центр по вопросам управления в Осло, подразделение группы ПРООН по демократическому управлению. Практическое пособие составлено с учетом материалов и комментариев, представленных участниками состоявшегося в ноябре 2005 года семинара – специалистами ПРООН по вопросам управления и информации из отдельных страновых офисов ПРООН в Африке. В работе семинара участвовали: Адам Роджерс, Ассан Нгомбе, Ода Рутта, Эмми Вэйд, Эрнест Оуби, Хабиба Родолфо, Джабу Матсебула, Дженифер Букохе, Джозеф Мугоре, Кэтрин Андерсон, Лена Ренью, Маргарет Гулавич, Марк Гарекве, Мвиинга Чило, Нельсон Ксавьер, НС Беренг, Сам Игага Ибанда, Стивен Опайо, Тапива С. Камуруко и Вадзанаи Мадомбве. Немалую пользу при составлении практического пособия принесли ценные комментарии коллег как из ПРООН, так и из других организаций. Свои соображения высказали Эрнест Оуби (ПРООН), Мисаки Ватанабэ (ПРООН), Алехандро Перо (ПРООН), Бьорн Фоэрде (ПРООН), Сандра Пралонг (ПРООН), Джеф Превитт (ПРООН), Ноэль Ранкорт (ПРООН), Адам Роджерс (Фонд ООН для капитального развития), Катти Уорнок (Papos), Сина Одугбеми (Департамент международного развития, Великобритания) и Питер Эрихс (Шведское агентство по международному развитию и сотрудничеству).

Более подробную информацию можно получить в Группе по демократическому управлению при ПРООН. Свяжитесь с Элизабет МакКолл по электронной почте: elizabeth.mccall@undp.org

Переводчик Ольга Вовк, редактор Сергей Сироткин, сотрудник Братиславского Регионального центра ПРООН.

Март 2006

ПРООН – это глобальная сеть ООН в области развития, выступающая за перемены и расширение знаний, опыта и ресурсов в отдельных странах с целью обеспечить помощь в строительстве лучшей жизни. В каждой из 166 стран, где имеются наши офисы, мы работаем над поиском индивидуальных решений глобальных и национальных проблем в области развития. В процессе формирования своего потенциала на местном уровне страны используют опыт персонала ПРООН и широкого круга наших партнеров.

Аннотация

Цель настоящего Практического пособия – показать, что средства массовой информации (СМИ) могут играть главную роль в расширении социальных возможностей уязвимых и маргинализированных групп. Лучше всего это достигается, если поддержка СМИ и развитие их потенциала направлены на то, чтобы лучше отвечать на нужды и отражать информационные и коммуникативные потребности этих групп. Такой вид поддержки со стороны СМИ можно назвать информированием для расширения возможностей. Информирование для расширения возможностей является жизненно важной движущей силой, обеспечивающей участие, сопричастность и ответственность, необходимые для достижения целей развития рубежа нового тысячелетия (MDGs). В Практическом пособии объясняется сущность информирования для расширения возможностей и его важность для снижения уровня бедности. В пособии описываются характерные для СМИ тенденции и выделяются ключевые возможности и вызовы, включая влияние либерализации и продолжающуюся борьбу по отстаиванию свободы СМИ. В пособии подчеркивается особая важность радио в стратегиях информирования для расширения возможностей, в связи с его широким радиусом действия, доступностью для бедных групп населения и все более интерактивным характером. Описывается также ряд методов, которые ПРООН и другие агентства развития могут применять для наилучшей поддержки информирования для расширения возможностей на основе оценки информационной и коммуникационной среды, а также для выбора подходящей стратегии вмешательства в конкретном контексте. В пособии отмечается, что признанная роль ПРООН по объединению, содействию, консультированию и продвижению демократических ценностей, а также ее направленность на развитие потенциала, и опыт в вопросах демократического управления обеспечивают ключевую роль этой организации в распространении информирования для расширения возможностей.

СОДЕРЖАНИЕ

Список акронимов 5

1 Введение 6

- 1.1 Контекст Практического пособия 7
- 1.2 Суть информирования для расширения возможностей 8
- 1.3 Какие вопросы рассматриваются в настоящем Практическом пособии? 8
- 1.4 Какие вопросы не рассматриваются в настоящем Практическом пособии? 8
- 1.5 Целевая аудитория Практического пособия 9

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ: КОНТЕКСТ ИНФОРМИРОВАНИЯ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ 10

2 Причины особой важности информирования для расширения возможностей в настоящее время 10

- 2.1 Пять главных факторов конвенгенции 10
- 2.2 Достижение MDGs: сопричастность страны, голос граждан и ответственность 11

3 Тенденции и задачи развития СМИ 16

- 3.1 Тенденции развития СМИ: сложные и противоречивые 20

ЧАСТЬ ВТОРАЯ: ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО ПО РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММ 22

4 Как ПРООН может изменить ситуацию в области информирования для расширения возможностей? 22

5 Поддержка информирования для расширения возможностей со стороны ПРООН 24

- 5.1 Проведение информационного и коммуникационного аудита 24
- 5.2 Области поддержки информирования для расширения возможностей 36

6 Методы поддержки информирования для расширения возможностей со стороны ПРООН 42

- 6.1 Разработка проектов по информированию для расширения возможностей 42
- 6.2 Включение информирования для расширения возможностей в демократическое управление и другие программы практической направленности 42
- 6.3 Внепрограммная поддержка: включение информирования для расширения возможностей в планы всех диалогов и дискуссий о развитии 43

7 Партнерства 44

- 7.1 Органы власти 44
- 7.2 Организации гражданского общества 44
- 7.3 Средства массовой информации 45
- 7.4 Организации, оказывающие поддержку СМИ 45
- 7.5 Многосторонние и двусторонние агентства по развитию 45

8 Мониторинг и оценка 47

9 Ресурсы и дополнительная литература 50

Приложение 1 54

Список акронимов

AMARC	Всемирная ассоциация общественных радиовещателей
ANDA	Национальная ассоциация рекламодателей (Перу)
ARVs	Антиретровирусная терапия (лекарства)
CCA	Общая оценка состояния страны
CO	Страновой офис
CBO	Организация местного сообщества
Danida	Датское агентство международного развития
DFID	Департамент международного развития (Великобритания)
FAO	Продовольственная и сельскохозяйственная организация
GMOs	Генетически модифицированные организмы
HDRs	Отчеты о человеческом развитии
ICTs	Информационно-коммуникационные технологии
MDGs	Цели развития рубежа тысячелетия
MISA	Южноафриканский институт СМИ
HGO	Негосударственная организация
OHCHR	Управление Верховного комиссара по правам человека
PRSP	Стратегический документ по борьбе с бедностью
SDC	Швейцарское агентство по развитию и сотрудничеству
SIDA	Шведское агентство международного развития
UNCDF	Фонд ООН для капитального развития
UNCT	Страновая команда ООН
ОГО	Организации гражданского общества
ПРООН	Программа развития Организации Объединенных Наций
ЮНЕСКО	Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры
UNIFEM	Фонд развития женщин ООН

1. Введение

Мандат ПРООН – это снижение уровня бедности. Приоритеты организации отражают особое внимание к достижению целей развития рубежа тысячелетия (MDGs) в рамках Декларации тысячелетия. Успех в достижении MDGs и более широкой программы тысячелетия будет в значительной степени определяться тем, насколько в национальных процессах планирования будет предусмотрено действительное участие и заинтересованность тех, кто в наибольшей мере ощутит на себе результаты развития. В ПРООН считают, что для обеспечения такого участия необходимы специальные шаги, направленные на информирование и коммуникации, что действительное участие и заинтересованность могут возникнуть, если удовлетворяются информационные потребности всех граждан (включая тех, кто находится на границах общества), и если слышны голоса тех, кого в наибольшей степени затрагивают решения о развитии.

В настоящем Практическом пособии подробно рассматривается роль информации и коммуникаций в расширении возможностей уязвимых групп, особое внимание уделяется стратегиям, способствующим укреплению СМИ для выполнения этой роли. В пособии не предполагается представить «идеальную» картину СМИ. Информационная среда и СМИ могут очень различаться в разных странах в том, что касается владельцев СМИ, тиражей печатных СМИ, а также политики и нормативной базы, определяющей работу СМИ.

В Практическом пособии учитываются материалы Всемирного саммита ООН¹, Парижская декларация² и документы других недавних международных встреч, посвященных развитию. В пособии определяется, как характер нынешних задач развития делает рекомендуемые здесь стратегии особенно насущными и все более необходимыми для поддержки усилий по достижению MDGs.

Настоящее пособие разделено на две части. В первой части объясняется, почему информация и коммуникации должны занимать все более важное место в работе ПРООН по демократическому управлению; анализируется изменение медийных и коммуникационных ландшафтов, и показывается, как эти изменения прямо влияют на способность людей, живущих в бедности, добиться того, чтобы их голоса были услышаны в обществе. Во второй части приводятся практические рекомендации по разработке программ, объясняется, как следует проводить оценку информационной и коммуникационной среды, и приводятся инструкции по внедрению информационных и коммуникационных подходов к работе по развитию. В пособии определяются главные отправные точки для работы ПРООН в этой области на основе ее сравнительного преимущества и ее

(1) <http://www.globalpolicy.org/msummit/millenni/2005/0913thirteenth.pdf#search=millennium%20summit%20outcome%20document>

(2) <http://www.oecd.org/dataoecd/0/27/34504737.pdf>

мандата по снижению уровня бедности в рамках общего подхода, основанного на правах человека.

1.1 Контекст Практического пособия

Практическое пособие является одним из серии публикаций, связанных с доступом к информации.³ В Практической записке ПРООН по доступу к информации описывается четкий стратегический подход ПРООН к работе по доступу к информации.⁴ Суть этого подхода сводится к главной задаче – оказывать поддержку таким образом, чтобы обеспечить участие людей, особенно бедных, в демократическом управлении.

В работе ПРООН по поддержке доступа к информации выделяются четыре главные области поддержки:

1. Укрепление правовой и нормативной базы для плюрализма и свободы информации;
2. Поддержка развития потенциала и выстраивания сетей СМИ, а также повышение их профессиональных стандартов на национальном и местном уровне с целью содействия обмену независимой и плюралистской информацией;
3. Привлечение внимания к праву на официальную информацию и укрепление механизмов предоставления информации и доступа к информации;
4. Укрепление коммуникационных механизмов для уязвимых групп.

В настоящем Практическом пособии подробно рассматривается четвертая область. Цель пособия – показать, как СМИ могут укрепить коммуникационные механизмы для уязвимых групп и за счет этого расширить их возможности. В практическом справочнике этот подход определяется как информирование для расширения возможностей.

Информирование для расширения возможностей может быть связано с работой в конкурентной и сложной политической среде. В то время как некоторые правительства приветствуют усилия по информированию и расширению возможностей граждан их стран, другие правительства хотят сохранить строгий контроль над СМИ в качестве инструмента политического влияния, или их раздражает растущий плюрализм СМИ. Нейтралитет ПРООН в сочетании с партнерствами этой организации с правительствами, гражданским обществом и СМИ, а также ее открытая приверженность и потенциально ведущая роль в расширении возможностей уязвимых групп, обеспечивают для ПРООН роль связующего звена и организатора в этих вопросах.

(3) http://www.undp.org/oslocentre/access_dev.htm

(4) Практическая записка ПРООН: Доступ к информации [UNDP Access to Information Practice Note], <http://www.undp.org/policy/docs/policynotes/a2i-english-final-4649027220103883.pdf>

1.2 Суть информирования для расширения возможностей

Информирование для расширения возможностей – это подход, в котором информационные и коммуникативные потребности и интересы маргинализированных групп и групп с ограниченными социальными возможностями стоят в центре поддержки со стороны СМИ. Цель информирования для расширения возможностей заключается в обеспечении того, чтобы СМИ имели возможности и способности генерировать и предоставлять информацию, которую маргинализированные группы хотят получать и в которой они нуждаются, а также в предоставлении маргинализированным группам канала для обсуждения и выражения их видения проблем, затрагивающих их в наибольшей степени.

Информирование для расширения возможностей, как и все другие направления работы ПРООН по доступу к информации, согласуется и базируется на основанном на защите прав человека подходе к развитию, который включает основополагающие ценности равенства и расширения возможностей и берет свое начало в статье 19 Всеобщей декларации прав человека и в Международном пакте о гражданских и политических правах.

1.3 Какие вопросы рассматриваются в настоящем Практическом пособии?

В настоящем Практическом пособии подробно рассматривается роль, которую могут играть СМИ по расширению доступа к информации и коммуникациям для бедных слоев населения и по предоставлению возможности высказаться для тех, кто в наибольшей степени ощущает на себе воздействие развития. В пособии также определяется, как ПРООН может активизировать действия в этой области.

Настоящее Практическое пособие дополняет Практическое пособие ПРООН по гражданскому образованию, в котором основное внимание уделяется активному развитию возможностей на основе обучения для расширения гражданских знаний, гражданской позиции и гражданских навыков для содействия участию в общественной жизни. В настоящем Практическом пособии подробно рассматривается, какую роль играют СМИ в деле поддержки уязвимых групп. Эта роль включает в себя информирование уязвимых групп о тех проблемах, которые оказывают на них влияние, предоставление таким группам возможностей для публичных высказываний о своих проблемах и заботах, а также предоставление им площадок для дискуссий и дебатов между ними и другими группами населения.

(5)

ПРООН: Практическое пособие по гражданскому образованию, 2004 (<http://www.undp.org/oslocentre/docs04/Civic%20education.pdf>)

В контексте настоящего Практического пособия термин СМИ включает традиционные вещательные СМИ (т.е. телевидение и радио), а также прессу или печатные СМИ. Большое внимание в настоящем пособии уделяется радио, так как этот вид СМИ остается наиболее доступным информационным источником для бедных слоев населения в большинстве развивающихся стран.

1.4 Какие вопросы не рассматриваются в настоящем Практическом пособии?

В настоящем пособии не рассматриваются другие важные целенаправленные действия по информированию и коммуникациям, например, роль межличностных коммуникаций, неформальные информационные и коммуникационные сети, общественные обсуждения и другие подобные стратегии частных и публичных диалогов.

В Практическом пособии не рассматриваются вопросы, связанные с системой внутренних коммуникаций ПРООН или с работой этой организации по пропаганде миссии и обращений ПРООН, он, скорее, направлен на то, чтобы предоставить практическое руководство относительно того, как следует поддерживать СМИ, чтобы это способствовало расширению возможностей уязвимых групп общества.

В настоящем Практическом пособии не рассматривается роль СМИ по предотвращению, а в некоторых случаях, по содействию развития конфликта. Тема связи между СМИ и конфликтом является очень важной и крайне трудной, для ее раскрытия необходимо отдельное исследование, посвященное исключительно этой теме. ПРООН планирует опубликовать такое практическое пособие на основе накопленного ПРООН опыта, чтобы обеспечить практическое руководство по разработке программ в этой области.⁶

(6)
См.: Глава 1, Доступ к информации в пост-конфликтных ситуациях <http://www.undp.org/oslocentre/achvmdg2.htm>

1.5 Целевая аудитория Практического пособия

Практическое пособие рассчитано, в основном, на сотрудников ПРООН, занимающихся практической работой по развитию, в частности специалистов в области демократического управления и коммуникаций из страновых офисов ПРООН, которые проявляют интерес и стремятся работать в направлении решения проблем, рассматриваемых в настоящем пособии.

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ:
КОНТЕКСТ
ИНФОРМИРОВАНИЯ ДЛЯ
РАСШИРЕНИЯ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

2. Причины особой важности информирования для расширения возможностей в настоящее время

Существует совокупность факторов, связанных, в частности, с накопленными практическими знаниями и опытом, а также с изменениями в медийном окружении, которая дает ощутимый импульс для того, чтобы целенаправленные действия по информированию для расширения возможностей стали приоритетным направлением деятельности. Кроме того, ключевые фигуры в области развития все лучше понимают, что информирование для расширения возможностей является фундаментальной основой для участия и, таким образом, способствует достижению MDGs.

2.1 Пять главных факторов конвенгенции

1. *Все более сетевой характер развития общества на уровне страны:* Сочетание нарастания демократизации, использования коммуникационных технологий, быстрой либерализации и распространения СМИ, а также возникновение более динамичных гражданских обществ – все это в контексте глобализации – приводит к новым возможностям и задачам по использованию средств коммуникации для расширения возможностей людей, живущих в бедности.
2. *Лучшее понимание важности анализа властных структур для успешных стратегий развития:* В современных дискурсах развития, таких как исследование «движителей перемен»⁷, уделяется внимание тому, как групповые интересы и другие политические факторы влияют на вмешательства для развития. Роль СМИ в укреплении такого влияния или противодействии ему становится все более важным элементом при разработке эффективных стратегий развития.
3. *Опыт и знание того, что работает и оказывает воздействие:* Изучение новейшего опыта в сфере развития, в частности, опыта борьбы с распространением ВИЧ/СПИДа, привело к переоценке традиционных подходов к информированию и к повышению интереса к стратегиям информирования, направленным на активное участие общественности. Появляется все больше свидетельств воздействия информирования для развития, и разрабатываются новые подходы к оценке стратегий информирования с активным участием общественности.⁸
4. *Рост коммуникационной информационной сети налицо,* он характеризуется быстрым и разнообразным распространением коммуникационных инициатив во всех развивающихся странах, большая часть таких инициатив направлена на расширение возможностей населения.⁹

(7) www.grc-exchange.org/g_themes/politicalsystems_drivers.html

(8) Примеры см. в: Dfid Пособие по информированию о ВИЧ/СПИДе, Dfid, 2005, www.dfid.gov.uk/pubs/files/aids-communication.pdf; Доклад о Круглом столе ООН по информированию для развития, 2002 www.panos.org.uk; и *Утрачивая суть: 20 лет изучения методов информирования о ВИЧ/СПИДе*, Panos, 2003

(9) Примеры см. в: the *Communication Initiative*, www.comminit.com; Кто измеряет перемены? Мониторинг и оценка на основе участия www.communicationforsocialchange.org; оценки Soul City www.soulcity.org.zm; а также различные оценки на сайте: www.comminit.com

5. *Важность информирования для достижения MDGs:* В настоящее время повсеместно признано, что для достижения MDGs необходимо, чтобы люди намного сильнее ощущали свою причастность к стратегиям развития, разработанным для их блага. Поэтому успех нынешних стратегий развития будет зависеть от того, насколько граждане, в особенности те, кто живет в бедности, смогут заставить свои правительства отчитываться перед ними, и насколько активно они будут участвовать как информированные граждане.

2. 2 Достижение MDGs: сопричастность страны, голос граждан и ответственность

Организации, занимающиеся развитием, пересматривают свои оценки роли информации и СМИ в достижении MDGs. На конференции двусторонних и многосторонних организаций по развитию, прошедшей в Центре конференций и исследований Фонда Рокфеллера в городе Белладжиио в 2004 году был сделан вывод о том, что:

«В значительной степени успех в достижении MDGs базируется на участии и сопричастности. Коммуникации играют основную роль в том, чтобы помочь людям изменить общества, в которых они живут, в частности коммуникационные стратегии, которые информируют и усиливают голоса тех, чьи ставки наиболее высоки, и в которых рассматриваются структурные препятствия для достижения этих целей. Однако такие стратегии остаются низкоприоритетными в программах развития, подрывая, таким образом, достижение MDGs» (см. Приложение 1).

Вставка 1: Важность сопричастности страны: два коротких примера

Сдерживание ВИЧ/СПИДа

Цель по сдерживанию распространения ВИЧ/СПИДа к 2015 году и связанные с ней усилия по расширению доступа к антиретровирусным лекарствам не будут достигнуты, если вопрос информирования не получит приоритетного статуса. Успех стратегий борьбы с распространением ВИЧ/СПИДа зависит от информирования, направленного на помощь людям в построении социального климата, в котором станет возможным изменение поведения. Через диалог и дискуссии люди могут превратить стигму в поддержку. Для того, чтобы требования общественности относительно профилактики и лечения звучали более настойчиво, необходимо применение стратегий, отдающих приоритет мнениям тех, кто столкнулся с ВИЧ/СПИДом.

Стратегии снижения уровня бедности

Внедрение подходов по информированию для расширения возможностей несет в себе большой потенциал повышения эффективности и воздействия стратегий по снижению уровня бедности (Poverty Reduction Strategies – PRSP). Однако в ряде последних докладов, включая серьезное исследование Всемирного банка, британского Департамента международного развития (DFID) и Института международного развития¹⁰, а также материалы Института Panos, делается вывод о том, что стратегиям PRSP наносится серьезный урон в связи с недостаточным вниманием к вопросам информирования. В этих докладах отмечается неадекватность усилий по повышению общественного понимания и по организации общественных дебатов о процессах PRSP. Отмечаются также проблемы в обеспечении того, чтобы те группы населения, которые в результате таких дебатов проиграют или выиграют больше всех, имели возможность донести до общественности свои точки зрения, в частности, через СМИ. Бедным людям необходимы ясные цели для мониторинга, чтобы они могли потребовать отчета у тех, кто несет ответственность за реализацию PRSP. Отсутствие таких целей, в дополнение к неадекватному вниманию со стороны СМИ к созданию возможностей для дебатов и дискуссий, подрывает ощущение реальной причастности к процессу PRSP.

(10)

С поддержкой масс: применение стратегических коммуникаций для борьбы с бедностью через PRSP, Мозамбел, Масуд и Оудгбемби, Сина, Dfid, 2005; <http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/strat-comm-prsp.pdf>

(11)

Снижение уровня бедности: работает ли стратегия Всемирного банка? Уорнок, Китти, Институт Panos, Лондон, 2002. <http://www.panos.org.uk/Docs/reports/ReducingPoverty.doc>

На Всемирном саммите ООН в сентябре 2005 года еще раз было заявлено «твердое и однозначное намерение всех правительств, как стран-доноров, так и развивающихся стран, достичь Целей развития рубежа тысячелетия к 2015 году». Для достижения MDGs жизненно важна роль голосов бедных групп для информационного обеспечения процессов принятия решений на национальном уровне, для ответственности правительств перед теми, кто живет в бедности, и для приобщения к PRSP и другим стратегиям развития тех, кто больше всего зависит от развития.

Критическим фактором для стран, осуществляющих собственные стратегии развития являются информационно обеспеченные общественные дебаты, включающие широкое участие граждан. Такие дебаты трудно проводить, если СМИ не информированы, если они не занимаются и не могут не только получить, но и представить точки зрения тех, жизнь которых в наибольшей степени зависит от решений в области содействия развитию.

Несколько организаций-доноров и организаций по развитию взяли на себя обязательство выделить больше ресурсов в виде прямой бюджетной поддержки. В то же время они пообещали сократить число требований к правительствам, получающим помощь, исходя из понимания того, что правительства должны быть более ответственными перед своими гражданами, чем перед внешними донорами. Вследствие этого можно ожидать, что заинтересованность в расширении роли СМИ по обеспечению контроля над полномочиями правительства от имени граждан, и помощь СМИ в выполнении этой роли будет приобретать все более приоритетное значение.

(*)

Выдержки из интервью с Майком Дака, учредителем Breeze FM

(www.breezefm.com). Breeze FM – это лишь один пример из многих сотен общественных, коммерческих и государственных СМИ, которые ищут новые пути для предоставления возможности высказаться и для налаживания диалога по ключевым проблемам развития. См., например: «Делать волны: рассказы об активном общении в интересах развития для социальных перемен [Making Waves: Stories of participatory Communication for Social Change], Альфонсо Гумусио, www.communicationforsocialchange.org См. также другие примеры на сайте: www.comminit.com.

Вставка 2: Голоса на Breeze – информирование для расширения возможностей в Замбии*

До 2003 года, когда в эфире появилась радиостанция Breeze FM, жизнь жителей города Чипата в восточной Замбии практически не отражалась в содержании передач местного радио. Информация поступала из двух главных источников: государственных радиостанций, которые вещали из столицы Лусаки, до которой 600 км, и из источников гражданского общества и религиозных организаций.

Эти источники были хороши до определенной степени, но информация была, в основном, односторонней, и касалась проблем, которые были важны для народа по мнению

правительства, гражданского общества и религиозных организаций. Но не хватало двух вещей: во-первых, достоверной местной информации о проблемах, которые больше всего заботят и затрагивают жителей региона; и, во-вторых, возможности обсуждать и сделать достоянием общественности их заботы и мнения.

Когда в 2003 году в городе Чипата появилась радиостанция Breeze FM, ситуация изменилась. Эта коммерческая станция посвятила себя служению общественности. Работать на станции пригласили пенсионера, бывшего школьного учителя, который вскоре стал известен как «Гого» (дедушка) Бриз.

Гого Бриз изобрел новый вид журналистики. Каждый день он едет на своем велосипеде из поселка в поселок, из деревни в деревню, встречается с людьми и говорит с ними об их реальных проблемах и интересующих их вопросах, записывает их фольклор и музыку, которые долгое время оставались невостребованными, и, что самое главное, он по пути заходит во все офисы и управления и проверяет, какие меры принимаются по жалобам и ходатайствам простых людей.

Он покрывает большие расстояния вплоть до 70 км, когда жители деревень просят его приехать к ним. На радиостанции он проводит много времени, принимая простых людей, приехавших в город по другим делам, и выбирает тех, кто будет выступать в программе под названием 'Landilani Alendo' (Приветствуем тех, кто к нам приехал). Самой популярной из его программ является «Письма наших слушателей», в которой люди разных возрастов просят его помочь в решении различных проблем – от семейных и коммунальных конфликтов до вопросов ненадлежащего управления и обслуживания на центральном, провинциальном, местном и общинном уровне.

Правительство медленно осознает, что местная радиостанция более эффективна в донесении важной информации до населения, чем правительственная национальная радиостанция, и начинает работать со станцией в таких областях как сельское хозяйство, образование, здравоохранение и экология.

По словам исполнительного директора станции «Такие организации как ПРООН, которые занимаются искоренением бедности и повышением уровня жизни сельских жителей, теперь тоже имеют полезные информационные каналы, с помощью которых они могут привлекать людей к своей деятельности по развитию. ПРООН могла бы возглавить движение по изучению методов и средств использования потенциала таких народных радиостанций как Breeze FM для информирования и налаживания диалога с бедными людьми и диалога между ними для достижения Целей развития рубежа тысячелетия».

Станция выполняет три роли, которые либо вообще не существовали, либо только начинали свое существование в регионе. Она предоставляет возможность высказаться непосредственно уязвимым группам, чтобы они публично выразили свое мнение; она предоставляет таким группам пространство для участия в общественном диалоге и для обсуждения вопросов, которые затрагивают их интересы; и она предоставляет канал для сообщения информации по вопросам развития людям, которых эти вопросы затрагивают в наибольшей степени, и для передачи информации о мнениях этих людей представителям власти. Хотя станция работает довольно стабильно, она рассчитывает на спонсорскую поддержку/рекламу организаций по развитию и других общественных организаций, она также надеется на поддерживающие законодательные меры. Breeze FM получала помощь от ЮНЕСКО на студийное и передающее оборудование, от Института «Открытое общество» и организации Danida.

3. Тенденции и задачи развития СМИ

В большинстве развивающихся стран в последние 15 лет медийные сообщества пережили революцию. Она характеризуется ростом демократизации; либерализацией СМИ, особенно вещательных; дальнейшим сворачиванием государственной поддержки в адрес ранее монопольных вещательных СМИ; и расширением доступности новых и более экономичных информационных и коммуникационных технологий. В ряде этих стран происходит процесс превращения СМИ из монополистических и контролируемых властью систем во все более плюралистические и многообразные виды СМИ. Изменения, связанные с информационными возможностями для бедных, в общем, недостаточно заметны, но растет число свидетельств того, что они дают серьезные результаты. Обзор основных тенденций развития СМИ и их признаков, как позитивных, так и негативных, приводится в таблице на странице 20.¹²

(12)
Более подробное объяснение этих тенденций см. в: Еще одна информационная революция: СМИ и расширение возможностей в развивающихся странах [The Other Information Revolution: Media and empowerment in developing countries], Дин Джеймс и др., UNRISD, 2003 www.unrisd.org

В значительной степени перемены в течение этого периода были позитивными, они характеризовались ростом независимости СМИ во многих странах. В то же время перед СМИ встали новые задачи, в том числе и их способность служить бедным. Задачи, наряду с возможностями, возникли, в частности, благодаря демократизации, либерализации и донорской помощи. Имеет смысл выделить некоторые из наиболее заметных задач.

- 1. Либерализация:** Либеральная политика в отношении СМИ способствует созданию более открытой, свободной и разнообразной атмосферы для дискуссий в СМИ. В то же время либерализация еще должна твердо укорениться в ряде стран, и тяжело завоеванные свободы, включая свободу слова, подвергаются новому давлению, особенно в Восточной Европе.
- 2. Коммерциализация:** Коммерциализация СМИ стала долгожданным источником диверсификации и финансирования во многих национальных медийных пространствах. Однако, если распространение СМИ вследствие либерализации первоначально было отмечено ростом общественных дебатов по всему спектру проблем, коммерциализация сдерживает этот прогресс. Растет число свидетельств того, что по мере усиления конкуренции, на содержание оказывают все большее влияние запросы рекламодателей и спонсоров, а не факторы общественных интересов.
- 3. Мало примеров успешной трансформации от государственного к общественному вещанию:** Общественное вещание обладает потенциалом для того, чтобы играть главную роль в обеспечении права общественности получать

(13)

См.: Практический справочник ПРООН: Поддержка общественного вещания [UNDP Practical Guidance Note on Support to Public Service Broadcasting], см. на сайте: <http://www.undp.org/oslocentre/docs04/PublicServiceBroadcasting.pdf>

разнообразную независимую и неангажированную информацию и идеи. Оно также помогает пробудить чувство национальной идентичности, способствует распространению демократических и других важных общественных ценностей, обеспечивает качественное планирование в области образования и информации, и удовлетворяет потребности меньшинств и других групп с особыми интересами.¹³ Однако вещательные компании, которые раньше были государственными монополиями, редко трансформируются в независимые общественные вещательные компании. Снижение инвестиций в эти СМИ – часто такие СМИ имеют самую массовую аудиторию (включая сельские регионы) – часто приводит к сокращению программ для бедных и передач на языках меньшинств.

4. Баланс между законным стремлением доноров к развитию и потребностью наращивать профессиональный потенциал СМИ: Вместо того чтобы усиливать поддержку медийных и коммуникационных стратегий, обеспечивающих широкий общественный диалог, многие действующие лица в области развития инвестируют в пропагандистскую деятельность, включая использование СМИ для изложения собственной позиции. Часто это делается абсолютно законно, но существует опасность, что такие инвестиции могут происходить за счет развития потенциала СМИ.

(*)

Выдержки из статьи по материалам незавершенного исследования, финансируемого Национальным индийским фондом. Автор статьи Севанти Нинан, журналист и исследователь. Опубликовано на сайте: www.thehoot.org. Дополнительная информация предоставлена Джеймсом Дином.

(14)

Способствует ли развитию революция сельских газет? [Does the Rural Newspaper Revolution promote development?], Севанти Нинан, www.thehoot.org, 21 декабря 2005.

Вставка 3: Не только радио: Индия и революция сельских газет*

В Индии произошли более резкие и быстрые перемены в медийном пространстве, чем в любой другой стране, характеризующиеся, в частности, значительной либерализацией и бурным развитием спутникового телевидения. Менее заметная революция происходит в газетном производстве, где наблюдается “революция сельских газет”¹⁴.

Во многих странах жители сельских регионов считаются низкоприоритетными потребителями газет. Распространение стоит дорого, новости трудно собирать, а рекламодатели часто не заинтересованы в населении с такой низкой покупательной способностью. Однако в Индии сельские регионы становятся все более важным направлением газетного бизнеса. Во многих индийских штатах, включая Мадхья-Прадеш, Бихар, Джарханд, Чхаттисгарх или Уттар-Прадеш газеты настроили свои публикации и графики доставки так, чтобы пресса доставлялась в деревни к 6 часам утра (или хотя бы в те деревни, которые находятся недалеко от дорог) в каждом районе штата. Этот рынок создан за счет роста грамотности, улучшения качества дорог и других коммуникаций, ростом покупательной способности жителей сельских районов и

нарастанием информационного голода, вызванного, частично, потребностью в более обширной – и более привязанной к местным условиям – информации, чем та, которая предоставляется по радио и телевидению (общинное радио в Индии остается, в основном, незаконным). Газеты, обнаружившие, что их городские рынки находятся в упадке или застое, а доходы от рекламы перетекают на телевидение, были вынуждены искать новые рынки.

Выпуски местных газет в настоящее время стали важными информационными каналами для активистов в области развития на уровне деревни. У организаций гражданского общества появилась возможность получать общинные новости, включая женские новости, а также публично поднимать эти вопросы перед более широкой аудиторией. Сообщается, что такое развитие событий приносит прозрачность в движение политических партий, вызывает дискуссии по конкретным политическим вопросам. С другой

стороны, Севанти Нинан, исследователь индийских СМИ, автор многих публикаций об этой революции, утверждает, что революция имеет и свои недостатки. «Сельские журналисты – слабые профессионалы. Они информируют, но они также стремятся к сенсационности и упрощению». Движущей силой революции в газетном производстве является, скорее, извлечение максимальных прибылей, а не забота о развитии.

Правительство Индии сопротивляется давлению с целью либерализации радиовещания, и это, в свою очередь, препятствует возникновению живого общинного радио. Сельские газеты в некоторой степени заполняют этот пробел, и предоставляют возможность участия для тех, кто работает над совершенствованием систем управления.

3.1 Тенденции развития СМИ: сложные и противоречивые

Тенденция в коммуникациях	Положительные признаки	Вызовы
<p>Свобода слова хрупкая и во многих странах на нее оказывается давление с новой силой. СМИ, испытывавшие расцвет свобод в 1990-х, наблюдают, как эти свободы все больше урезаются, и как особенно сильно сокращается свобода слова. Этот процесс приобретает разные формы, включая политическое или коммерческое давление, цензуру или самоцензуру, явную или скрытую. Эта тенденция усиливается дополнительными ограничениями, вызванными войной с террором. Растет число журналистов, погибших при выполнении своей работы. .</p>		<p>Защита существующих свобод и продвижение свободы СМИ. Важно, чтобы свобода слова распространялась на массовые СМИ и общество в целом, а не только на городскую элиту.¹⁵</p>
<p>Широко распространена либерализация СМИ, особенно вещательных: все более многочисленное и сложное медийное сообщество. Информационная революция, особенно затрагивающая бедных</p>	<p>Все более разнообразные и открытые СМИ. Распространение СМИ создает новые возможности для общественных дебатов, деятельного участия, контроля над властными структурами и высказывания различных точек зрения.</p>	<p>СМИ освещают, главным образом, основные тенденции в политике и развлечении. У все более конкурентных, коммерческих, ориентированных на потребителя и зависящих от рекламы СМИ мало стимулов, чтобы обращать внимание на проблемы, связанные с бедностью или отражать точки зрения людей, живущих в бедности. Такие проблемы становятся все более маргинализованными, если организации по развитию не выступают спонсорами материалов в СМИ. В некоторых странах, где существует свобода слова, лишь минимальная часть населения может этим воспользоваться.</p>
<p>Более организованным и более самостоятельным становится требование групп граждан к правительству о расширении доступа к информации.</p>	<p>Повышается ответственность правительства перед наиболее затронутыми группами, а также расширяются возможности этих групп по разработке собственных программ развития.</p>	<p>Вызов состоит в том, чтобы при разработке программ и наращивании таких усилий обеспечивалось чувство «собственности» гражданского общества над этими инициативами.</p>
<p>Освещение в СМИ становится более локальным, информирование и контакты через культурные границы становятся более ограниченными. Коммуникации юг-юг, за исключением возможностей Интернета, все больше ограничиваются, редакторы проявляют все меньше интереса к сообщениям из других развивающихся стран. В эпоху глобализации освещение в СМИ в глобальном масштабе, в терминах межкультурного диалога, все больше ограничивается однообразной индустрией глобальных развлечений и светской хроникой.</p>	<p>СМИ заново себя изобретают и являются катализаторами быстрых процессов социальных перемен, при этом глобальные СМИ часто вынуждены приспосабливать свои стратегии к культурным реалиям тех стран, в которых они работают. Часто формируются свежие, энергичные гибридные культурные образования (примером может служить спутниковая революция в Индии) и происходит расцвет культурных продуктов (таких как Болливуд).</p>	<p>Источники информации, на глобальном уровне определяющие перемены для подавляющего большинства людей, живущих в бедности, вероятно, вымирают или, по крайней мере, все больше зависят от небольшого числа главных поставщиков новостей на мировом уровне, таких как Би-Би-Си. Двадцать лет тому назад было пять или шесть глобальных информационных служб, которые занимались исключительно освещением событий с точки зрения развивающихся стран и способствовали контактам на уровне юг-юг. Сегодня осталась одна. Освещение глобальных процессов (т.е. торговли, помощи, долги и новые технологии, такие как GMOs), по-видимому, снижается.</p>
<p>Возрождение радио с резким ростом числа радиостанций во многих беднейших странах (например, более 100 в Уганде, несколько сотен в Нигере). Радиовещание в форме ток-шоу в сочетании с распространением ICTs делает радио все более интерактивной средой. Радио остается самым доступным СМИ в большинстве развивающихся стран.</p>	<p>Возрождение устной традиции через дискуссионные программы, ток-шоу и ответы на телефонные звонки слушателей или зрителей открывает новые формы общественных дебатов и дискурса. Повышаются возможности граждан высказать свои точки зрения публично и потребовать, чтобы власти сделали то же самое. Много примеров радиостанций, которые используют свежие и оригинальные формы для обсуждения вопросов развития.</p>	<p>Новая революция на радио, в основном, является городской и коммерческой. Государственные вещательные компании часто оказываются в кризисе, при этом сокращение государственного финансирования приводит к снижению вещательных возможностей (часто на сельские регионы), к сокращению программ на языках меньшинств и к ограничению содержания (т.е. сельское хозяйство/образование), а также к снижению внимания к проблемам людей, живущих в бедности. Существует несколько моделей успешного перехода от государственного к общественному вещанию. Эти тенденции и их влияние недостаточно изучены. Ток-шоу и программы «звоните – отвечаем» трудно проводить (часто необходимо проверять звонки и противоявные возмущению аудитории), могут варьироваться также профессиональные нормы и подготовка. Оборудование для проверки звонков может выходить за рамки бюджета небольших станций.</p>

(15) См.: Завлечение о СМИ, свободе и бедности, Белладжии, www.panos.org.uk

Тенденция в коммуникациях	Положительные признаки	Вызовы
<p>«Старые» технологии, такие как радио, телевидение и печатные издания, взаимодействуют с новыми технологиями (Интернет, СМС, мобильные телефоны) и все в большей степени объединяют гражданские общества, создавая все более сетевые общества.</p>	<p>Все в большей мере информация распространяется между людьми горизонтально, а не вертикально, и новые информационные пространства характеризуются дискуссиями, дебатами, межличностным общением и общением между группами людей.</p>	<p>Снижаются возможности для распространения информации о развитии большому числу людей через ограниченные число медийных каналов. Агентствам по развитию все труднее способствовать дебатам и привлечь к ним широкие массы.</p>
<p>Фрагментация СМИ, намного больше интересов и организаций участвуют в работе СМИ.</p>	<p>Возрожденное движение общественных СМИ (например: www.amatc.org) способствует возникновению общественных и частных медийных инициатив, направленных на озвучивание мнений тех, кто живет в бедности. Растет число примеров позитивных социальных перемен в результате таких усилий СМИ.</p>	<p>СМИ могут оказаться под воздействием узких особых интересов, связанных с пропагандой насилия, разделения или нетерпимости. Религиозные, политические и другие деятели часто используют СМИ в своих интересах. Общественные СМИ сталкиваются с проблемой выживания. Не все СМИ, определяемые как общественные, действительно берут свое начало, принадлежат или отчитываются перед теми сообществами, которые они должны обслуживать; в равной степени, некоторые коммерческие СМИ могут выполнять важные общественные функции.</p>
<p>Все более характерной чертой современной информации является рост концентрации СМИ в руках ограниченного числа собственников – на глобальном, региональном и национальном уровнях.</p>	<p>Агентства по развитию могут создавать национальные или региональные партнерства с главными игроками на рынке СМИ для развития целенаправленных медийных инициатив, вместо работы с множеством более мелких игроков.</p>	<p>Концентрация приводит к сокращению плюрализма в СМИ, что потенциально может подрывать свободу слова. Имеются веские доказательства того, что все больше внимания уделяется извлечению прибыли, а не общественным интересам.</p>
<p>Меняется роль журналистики в быстро меняющемся окружении.</p>	<p>Новые возможности для журналистов, желающих оставить свой след в частности, освещая коррупцию или ошибки в работе правительства или других публичных действующих лиц. Журналисты работают на расширяющемся и динамичном поле. (Потенциально) новые возможности для женщин-журналистов в традиционно мужской профессии. Роль журналистов дополняется диджеями и ведущими ток-шоу, а также новой породой журналистов, таких как Гого на Vreese FM в Замбии, который ездит по деревням, чтобы выяснить, какие проблемы волнуют народ (см. Вставку на странице 9).</p>	<p>У многих журналистов нет стимулов заниматься вопросами развития, так как это не способствует карьерному росту. В отсутствие рынка, способного оплатить материалы, связанные с проблемами бедности, и, в особенности, политически направленные или неудобные материалы, у журналистов, редакторов, издателей и владельцев СМИ снижаются мотивы по определению таких материалов как приоритетных. В некоторых странах журналистам может грозить тюремное заключение или смерть, если они освещают общественно значимые темы, неугодные правительству или затрагивающие личные интересы влиятельных кругов.</p>
<p>Агентства по развитию расширяют свою поддержку программы обучения журналистов и стратегий по повышению информированности населения.</p>	<p>Во многих случаях это приводит к росту профессионализма и информированности СМИ, что расширяет возможности для освещения вопросов развития.</p>	<p>Оказываются давление на программы обучения журналистов по вопросам общественных интересов, в некоторых странах такие школы наблюдают, как их выпускников расхватывают пиар-агентства и рекламный бизнес. Обучение, в основном, фрагментарно и не структурировано, и есть данные о том, что журналисты и редакторы «устали от семинаров». Если в некоторых местах журналисты повышают свой профессиональный уровень, это нивелируется большим числом мелких СМИ с небольшими бюджетами, которые не могут нанять в свой штат профессиональных журналистов, и в некоторых областях наблюдается снижение профессионального уровня журналистов. Многие СМИ поддерживают программы, посвященные новостям и точному сообщению новостей в контексте односторонней модели «свободы СМИ». В такие учебные курсы редко включаются проблемы «СМИ для развития», такие как разнообразие содержания и активное участие аудитории.</p>
<p>Агентства по развитию все чаще относятся к СМИ как к партнерам.</p>	<p>Новые возможности для программ по развитию, часто с очень впечатляющими результатами, например, программы «обучение в процессе игры» [edutainment], такие как Soul City телевидение, радио и печатные мильные оперы в Южной Африке (www.soulcity.org.za).</p>	<p>Доходы медийных организаций все больше зависят от сектора развития. Опасность того, что «синдром самого выгодного предложения» будет определять содержание, которое будет зависеть от финансовых требований, а не от решений журналистов. Агентства по развитию все чаще обвиняются в том, что используют СМИ в собственных рекламных целях.</p>

**ЧАСТЬ ВТОРАЯ:
ПРАКТИЧЕСКОЕ
РУКОВОДСТВО ПО
РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММ**

(16)
См. параграф 1.1 настоящего Пособия.

4. Как ПРООН может изменить ситуацию в области информирования для расширения возможностей?

ПРООН может использовать свою уже признанную роль и свои знания в четырех ключевых областях¹⁶, чтобы поддержать информирование для расширения возможностей бедных и маргинализированных групп.

- *Роль организатора и пропагандиста*
Во многих странах ПРООН часто выполняет важную координирующую и пропагандистскую роль, служит связующим звеном между органами власти, донорами, организациями гражданского общества и партнерами проектов. ПРООН может использовать эту роль, чтобы играть намного более активную координирующую и пропагандистскую роль в области информирования для расширения возможностей. Для успеха таких стратегий необходимо укрепить отношения сотрудничества со всеми, кто активно занимается этой деятельностью, включая другие органы ООН, в частности на уровне страновых команд ООН (UNCT). ПРООН имеет хорошие позиции для того, чтобы обеспечить проведение анализа информации и коммуникаций на национальном и субнациональном уровне, и чтобы в результате такого анализа были определены согласованные национальные приоритеты в области развития для разработки широких программ развития ООН.
- *Пропагандистская и консультативная роль*
Информирование для расширения возможностей требует, чтобы доступные для бедных людей СМИ находились в благоприятном окружении. В этом отношении ПРООН может использовать свою традиционную роль для работы с партнерами/консультирования партнеров национального правительства по вопросам разработки политики.
- *Выявление национальных партнеров с подобным видением*
является важной частью процесса, с учетом того, до какой степени варьируются ситуации в разных странах в отношении поддержки или недоброжелательного отношения к информированию для расширения возможностей. Такие партнерства могут быть полезны ПРООН, так как они обеспечат, что ПРООН будет понимать положение своей целевой группы – людей, живущих в бедности – во всех программах развития и, кроме того, будет укрепляться способность ПРООН обеспечивать качественные консультации национальным властям.

- *Информирование для расширения возможностей может* играть ключевую роль в повышении эффективности планов по развитию и снижению уровня бедности. ПРООН занимает хорошую позицию для того, чтобы выступать за повышение внимания к СМИ, отстаивающих права бедных людей, для достижения MDGs.
- *Внимание к развитию национального потенциала*
Развитие потенциала – это приоритет для всех направлений работы ПРООН. Развитие потенциала СМИ критически важно в ситуациях, когда возникают задачи, описанные в разделе 3 (например, либерализация, финансовая нестабильность, коммерциализация). В ходе развития модели помощи сдвигаются в сторону прямой бюджетной поддержки, СМИ могут оказаться в более рискованной ситуации.
- *Знания и опыт в области демократического управления*
По состоянию на конец 2005 года 133 из 135 страновых офисов ПРООН сообщили о своей работе в области демократического управления. Это значит, что каждый страновой офис в Африке, арабских государствах, Центральной и Восточной Европе, Латинской Америке и странах Карибского бассейна, а также все офисы Азиатско-Тихоокеанского региона, за исключением двух, сообщили о поддержке в этой области. В финансовом выражении демократическое управление остается главной сферой практической деятельности ПРООН, на долю этого направления приходится около 46% от всех расходов ПРООН на глобальную техническую помощь во всех областях практической деятельности в 2005 году (около 1,4 млрд. долларов по всему миру). Это также делает ПРООН одним из самых крупных мировых поставщиков технической помощи в области управления. Через эту поддержку программ демократического управления ПРООН может работать для обеспечения поддержки СМИ, особенно общественных и общинных.

5. Поддержка информирования для расширения возможностей со стороны ПРООН

В данном разделе рассматриваются методы проектирования и разработки практических стратегий информирования для расширения возможностей. Раздел состоит из двух компонентов:

1. Проведение оценки информационной и коммуникационной среды (информационного и коммуникационного аудита).
2. Выбор возможных областей поддержки информирования для расширения возможностей:
 - i. Расширение доступа к информации для маргинализированных групп;
 - ii. Выделение и усиление голосов представителей маргинализированных групп;
 - iii. Создание площадок для общественных дебатов, диалога и действий.

Процесс проведения информационного и коммуникационного аудита является важной частью любых целенаправленных действий и программ по информированию для расширения возможностей, поэтому раздел 5.1 посвящен исключительно такому аудиту. Второй компонент, связанный с выбором возможных областей поддержки работы по информированию для расширения возможностей, рассматривается в разделе 5.2.

5.1 Проведение информационного и коммуникационного аудита

Во многих развивающихся странах крайне ограничено понимание того, какая информация важна и доступна для людей, живущих в бедности, и какие у них имеются возможности, чтобы донести свои точки зрения до общественности через СМИ.

Любая стратегия, разработанная для удовлетворения потребностей в информации и коммуникациях людей, живущих в бедности, должна основываться на понимании того, какие уже существуют информационные и коммуникационные возможности, и каковы потребности этих людей. Для этого рекомендуется, чтобы страновые офисы ПРООН проводили самостоятельно, заказывали на контрактной основе или иным образом поддерживали проведение информационного и коммуникационного аудита, который может служить основой для разработки, мониторинга и оценки будущей деятельности по составлению программ.

В идеале результаты изучения информационной и коммуникационной среды, в особенности ее воздействия на беднейшие слои общества, должны быть неотъемлемой частью стратегических документов по ситуативному анализу, таких как общая оценка состояния страны (ССА) или приравненных к ССА,

которые используются в качестве источников для планирования инициатив по поддержке развития.

Информационный и коммуникационный аудит включает две части:

- 1 Изучение информационных потребностей бедных людей (информационный аудит)
- 2 Изучение потребностей бедных людей в высказывании своих точек зрения (коммуникационный аудит).

Ниже приводятся подробные инструкции и предложения по проведению такого аудита. Не все из этих предложений будут применимы во всех ситуациях. Главный принцип состоит в том, что главное внимание следует уделять потребностям тех, кто в наибольшей мере ощутит не себе результаты развития, а также ликвидации разрыва между их потребностями и возможностями доступа к информации и коммуникациям.

5.1.1 Изучение информационных потребностей бедных людей (информационный аудит)

Существенно важный первый шаг заключается в понимании того, какая информация по вызывающей озабоченность проблеме доступна для людей, и позволяет ли эта информация людям сформировать собственное понимание проблемы.

Люди, живущие в бедности, нуждаются в разнородной информации. В рамках этого процесса не рассматривается информация в форме прямого совета, например «сделайте прививки своим детям» или «пользуйтесь презервативами». Не рассматривается также информация, способствующая тому, чтобы люди узнали о конкретной организации. Аудит, скорее, осуществляется для оценки доступа к той информации, которая позволяет людям сформировать собственное понимание какого-либо вопроса и помогает им провести собственный анализ.

Такая информация должна быть доступной и понятной, особенно для бедных и маргинализированных групп населения. Она должна быть на понятном им языке и в такой форме, чтобы они могли получить к ней доступ на собственных условиях. Она должна соотноситься с их личными ситуациями. Это должна быть информация, которая поднимает вопросы или поощряет реципиентов отвечать, а не просто направлена на обучение или на расширение их знаний по какой-либо проблеме.

Ключевые вопросы при проведении «информационного аудита»

Насколько доступны СМИ?

- Какие СМИ доступны людям?
- Какие газеты и другие СМИ доступны в данном сообществе?
- Достаточно ли сильные сигналы радио и телевидения, чтобы обслуживать сельское население?
- Как изменился доступ к СМИ, как он может измениться? Эти вопросы направлены на выяснение доступности СМИ в сельских регионах.

Как оцениваются СМИ?

- Как оценивают или насколько доверяют средствам массовой информации люди в любом конкретном сообществе, и по каким причинам?
- Что больше ценится – новости, обсуждения, музыка и развлечения?
- Способствуют ли СМИ развитию, по мнению местных жителей?
- Имеется ли ощущение, что СМИ являются или могли бы быть важными для людей?
- Пользуются ли СМИ доверием уязвимых групп?

Каково содержание СМИ?

- Представлена ли информация по политическим или социальным проблемам (национальным или местным) в таком виде, чтобы люди, которых это касается, могли понять и отреагировать?
- Имеется ли определенный уровень сбалансированности и достоверности?
- Является ли содержание СМИ значимым?
- Какие используются формы подачи информации (информационные сообщения, журналистские расследования, ток-шоу и дискуссионные программы)?
- Считают ли люди, что в СМИ освещаются вопросы, которые оказывают наибольшее влияние на их жизнь?
- Находят ли сотрудники ПРООН или другие активисты в области развития материалы по тем политическим вопросам, которые оказывают наибольшее влияние на жизнь людей (например, реформы здравоохранения или образования, земельная реформа, политика в отношении водных ресурсов, децентрализация власти, стратегии сокращения уровня бедности и т.п.)?

Как в СМИ освещаются вопросы языка и грамотности?

- Достаточно ли высок уровень грамотности народа, чтобы люди могли читать печатные СМИ?
- Ведется ли вещание на том языке, на котором говорят люди, наиболее зависящие от развития?

Кто контролирует СМИ и кто ими владеет?

- Контролируются ли СМИ конкретными политическими интересами и если да, насколько это определяет или искажает подачу материалов или, возможно, способствует повышению напряженности в обществе?
- Существует ли строгий контроль со стороны властей и если да, то ограничивает ли он открытое информирование и дискуссии?
- Контролируются ли СМИ религиозными интересами и если да, то определяет ли это содержание информации или сокращает ли объем информации по таким вопросам как контрацепция, безопасный секс или охрана материнства или, с другой стороны, предоставляет возможности для обсуждения вопросов, связанных с бедностью?
- Определяет ли строгий коммерческий контроль содержание информации, например, информации, обращенной к тем, кто составляет целевую аудиторию рекламодателей?
- Позволяет ли содержание СМИ людям сформировать собственное понимание и осознать значимость проблем? Что определяет приоритеты тех, кто принимает решения в области СМИ?
- Почему те, кто несет ответственность за содержание СМИ, принимают те решения, которые они принимают?
- Какое на них оказывается политическое или коммерческое давление?
- Насколько они свободны в том, чтобы отдать приоритет материалам по вопросам бедности?
- Как можно мобилизовать их творческие, интеллектуальные и финансовые ресурсы в поддержку материалов по вопросам бедности?

Насколько благоприятна общая среда для СМИ?

- Существуют ли нормативно-правовые механизмы диверсификации собственности?
- Существует ли либеральное окружение?
- Разрешены ли и поощряются ли СМИ на уровне отдельных сообществ?
- Существуют ли меры для поощрения социального содержания частных операторов (как условие лицензирования) и если да, является ли это повсеместно принятым или полезным?

- Обеспечивается ли действительная защита и поддержка свободы слова?

Какое положение в СМИ занимают женщины?

- Как женщины изображаются в СМИ?
- Как в СМИ освещаются гендерные вопросы?
- Каково соотношение между мужчинами и женщинами среди журналистов?

Кто получает СМИ?

- Кто владеет радиостанциями и определяет, когда они работают и где их слушают? (например, мужчины или женщины; общий или ограниченный доступ)
- Если имеется телевидение, то где оно размещается (в частных домах, в общественных местах, в домах общественных лидеров)?
- Кто может покупать батарейки для радио и имеется ли возможность приобрести, например, радио на солнечных батарейках?

Какие имеются другие способы для доступа к информации по волнующим людей вопросам?

- Имеются ли налаженные сети гражданского общества или общественного развития, которые выполняют эту функцию?
- Пользуются ли они доверием, и предоставляют ли людям различные аргументы?
- Расширяется ли доступ к Интернету или к телекоммуникациям, через которые люди могут получать информацию?

Кто является ключевыми фигурами, обеспечивающими поддержку СМИ в том, чтобы расширялся доступ к информации для бедных людей?

- Что они делают?
- На что направлена их поддержка?
- Как организации гражданского общества (CSO) связаны со СМИ?
- Привлекаются ли СМИ к программам CSO, направленным на помощь неимущим и к правозащитным программам? Если да, то как?

Какие существуют механизмы поддержки СМИ, и какие механизмы поддержки уже определены СМИ или другими деятелями как способствующие появлению материалов в защиту бедных?

- Поддерживаются ли инициативы по обучению журналистов, направленные на расширение доступа к правительственным источникам и политической информации, касающейся уязвимых групп?
- Оказывают ли доноры поддержку СМИ в виде предоставления оборудования и технологий, расширяющих сферу действия СМИ на маргинализированные группы?

Каков статус общественных и ранее монопольных вещательных компаний?

- Существуют ли стратегии их превращения в независимых поставщиков общественных услуг и если нет, то что этому препятствует?
- Сокращают ли они услуги на языке уязвимых групп или снижают ли передающие мощности так, что их сигнал может передаваться только в некоторые сельские регионы?
- Открыты ли они для дебатов и обратной связи?

(*)

<http://www.comminit.com/experiences/pds42004/experiences-1906.html>

Вставка 4: Информирование для расширения возможностей в Перу: Citizens' Media Watch*

Citizens' Media Watch объединяет девять организаций гражданского общества, осуществляющих мониторинг качества СМИ в Перу. Основанное в 2001 году и базирующееся на НПО «Каландрия», это объединение состоит из Национальной ассоциации рекламодателей (ANDA), ЮНИСЕФ, факультетов коммуникаций нескольких университетов и сети заинтересованных специалистов и общественных деятелей. Работает также группа добровольцев из семи городов: Лима, Арекипа, Куско, Пуно, Икитос, Трухильо и Чимбота; кроме того, объединение рассчитывает на участие граждан по всей стране.

Главные задачи Citizens' Media Watch: мобилизовать институты гражданского общества на улучшение качества содержания СМИ; сделать мнения граждан о СМИ достоянием общественности; обучать и мобилизовать граждан, чтобы они добились права публично высказывать свои мнения; влиять на властные структуры, предпринимателей и СМИ, чтобы они осознали свою ответственность по информированию перуанского

населения. Citizens' Media Watch объявляет, что в настоящее время это единственный институт в Перу, деятельность которого посвящена исключительно мониторингу СМИ с целью повышения качества и предложения механизмов для гражданского участия. Через Media Watch граждане могут высказывать свои мнения о СМИ, а также выступать за то, чтобы соблюдались их права в сфере информации и коммуникаций

5 1.2 Изучение потребностей бедных людей в высказывании своих точек зрения (коммуникационный аудит)

Наряду с выяснением информационных потребностей людей, живущих в бедности, важно определить, какими возможностями люди обладают для того, чтобы высказывать в СМИ свои собственные точки зрения. Коммуникационный аудит или аудит возможности высказаться должен быть направлен на определение того, в какой степени точки зрения, высказывания и стремления уязвимых групп отражены в материалах СМИ. Многие из приведенных выше вопросов дадут представление об этих проблемах. Кроме того, можно задать еще ряд важных вопросов:

Ключевые вопросы при проведении «коммуникационного аудита/ аудита возможности высказаться»

Структурированы ли СМИ таким образом, чтобы люди, живущие в бедности, имели возможность высказать свои мнения, и чтобы эти мнения были услышаны?

- Существует ли здоровое движение общественных СМИ: проводятся ли ток-шоу, дискуссионные программы и передачи «звоните – отвечаем», которые способствуют тому, чтобы люди высказывали свои точки зрения?

Изучают ли СМИ проблемы, вызывающие озабоченность:

- Насколько часто журналисты и другие представители СМИ приезжают и делают репортажи из бедных сообществ и о таких сообществах?
- Насколько достоверны их репортажи и насколько они эффективны в том, что касается включения высказываний людей, живущих в бедности?
- Существуют ли инициативы радио или телестанций, направленные на активный сбор мнений народа (например, в форме «клубов радиослушателей»)?

Обращают ли лица, принимающие политические решения, внимание на СМИ?

- Если СМИ предоставляют возможность высказаться людям, в наибольшей степени зависящим от развития, имеются ли свидетельства того, что политики и другие лица, принимающие решения, обращают внимание на такие материалы в СМИ?

Доступно ли для журналистов обучение или поддержка в том, чтобы они фиксировали и отражали точки зрения бедных и других маргинализированных групп?

- Имеются ли другие стимулы для этого, например, награды или стипендии?
- Поддерживают ли редакторы журналистов в том, чтобы они ездили в сельские районы и другие сообщества уязвимых групп?

Имеются ли возможности для общественного диалога по ключевым вопросам, вызывающим озабоченность?

- Такой диалог инициирован СМИ или другими источниками? Имеются ли проблемы с инфраструктурой, препятствующие тому, чтобы были услышаны голоса людей?
- Имеется ли у них телефонная связь? Например, если у них имеется телефонная связь, они могут позвонить на передачу по телевидению или радио, или даже в газеты.

Какие еще существуют возможности для людей, живущих в бедности, чтобы их голоса были услышаны?

- Имеется ли налаженная сеть гражданского общества или других организаций?
- Понимают ли они важность укрепления потенциала СМИ для отражения их забот и предоставления им возможности высказаться?

Какие ключевые группы работают над укреплением потенциала СМИ для удовлетворения потребностей бедных людей?

- Что они делают?
- На что направлена их поддержка?

Какие существуют механизмы поддержки СМИ, предназначенные для выделения голосов уязвимых групп в общественных дебатах по главным вопросам?

- Имеется ли донорская поддержка общественным СМИ или поддержка журналистам, которые ездят в сельские районы и в уязвимые сообщества и освещают в СМИ их проблемы (например, стипендии, награды, помощь на оплату поездок)?

5.1.3 Методологии и подходы к проведению аудитов

Часть информации, необходимой для ответов на ключевые вопросы при проведении информационного и коммуникационного аудитов, может быть уже собрана и доступна, но в связи с тем, что тенденции быстро меняются, а также в связи с тем, что этой области уделялось сравнительно мало внимания, необходимо провести новые исследования. Исследования могут принимать две основные формы:

- Обеспечить, чтобы вопросы относительно информации и коммуникаций были включены в существующие в ПРООН процессы сбора и обработки данных (например, инструменты оценки участия).
- Конкретная поддержка со стороны ПРООН или поручение о проведении информационного и коммуникационного аудитов.

К источникам информации можно отнести существующие страновые анализы ПРООН, такие как ССА и доклады по MDGs, а также доклады партнерских структур ООН, в частности ЮНЕСКО и FAO. Источниками информации также могут служить исследования НПО и агентств, оказывающих поддержку СМИ. Примерами таких источников информации являются Panos, AMARC, Article 19, Южноафриканский институт СМИ (MISA), Азиатский центр СМИ по информации и коммуникациям, Фонд СМИ (Индия), Всемирная служба Би-Би-Си, Университет Rhodes и многие другие подобные организации¹⁷, а также университеты и исследовательские неправительственные организации. Таким организациям может предоставляться поддержка или им можно поручить провести аудиты.

(17)

Panos - www.panos.org.uk;
Всемирная ассоциация общественных радиовещателей (AMARC) - www.amarc.org; Article 19 - www.article19.org; MISA - www.misa.org; Азиатский центр СМИ по информации и коммуникациям - www.amic.org.sg;
Фонд СМИ (Индия) - www.thehoot.org;
Всемирная служба Би-Би-Си - www.bbc.co.uk/worldservice/us/trust;
Университет Rhodes - <http://journal.ru.ac.za/> См. также глобальную базу данных Центра ПРООН в Осло, где имеется информация об этих и других ключевых участниках работы по доступу к информации и коммуникациям, см. на сайте: <http://undp.botterli.com/default.aspx>.

Вставка 5: Ter Yat: Мега-форум в Уганде

Ter Yat – это еженедельное политическое ток-шоу по Mega FM, местной радиостанции в Гулу, северная Уганда, специально организованное для того, чтобы способствовать диалогу и налаживанию общественного взаимопонимания для снижения напряженности. Пользующаяся поддержкой DFID, но работающая на коммерческой основе, радиостанция вещает круглосуточно и большое внимание уделяет программам развития. В отличие от большинства других радиостанций, вещающих в данном регионе, передачи этой станции идут на местном языке луо. По данным изучения аудитории, передачи этой радиостанции слушает более полумиллиона местных жителей.

Ter Yat – одна из самых популярных передач на этой радиостанции, она выходит в эфир в субботу утром. Политические лидеры и общественные деятели обсуждают вопросы регионального и национального масштаба. Министры, члены парламента, религиозные лидеры, политики и повстанцы говорят в студии или по телефону и высказывают свои точки зрения о путях достижения мира и о дальнейшем развитии, и, прежде всего, отвечают на вопросы, которые получают по телефону в прямом эфире.

Методы проведения аудита варьируются, но, чаще всего, включают количественные и качественные данные, в том числе:

- Данные опросов и исследований домохозяйств и другая работа на местах, направленная на выяснение того, имеют ли люди доступ к СМИ, и что они думают о СМИ;
- Данные Центрального статистического управления и другая официальная информация о СМИ (например, статистическая информация о плотности и разнообразии СМИ);
- Налаживание контактов и консультации с организациями местных сообществ относительно информационных и коммуникационных потребностей людей, живущих в бедности;
- Интервью с представителями верхушки частных и общественных вещателей, включая руководителей программ (по определенной выборке). Интервью могут касаться вопросов собственности (частная, общественная, религиозная), местонахождения

(столица, другой город, сельская местность), языка (язык большинства/официальный, язык меньшинства/местный), размеров (крупная или мелкая компания), а также препятствий и возможностей;

- Анализ содержания отдельных программ СМИ (определенных вещателями как программы «в защиту бедных» или «предоставляющие бедным возможность высказаться») по критериям «в защиту бедных».
 - Что являлось источником информации?
 - Влияют ли бедные люди на выбор темы или на формат программы?
 - Высказывались ли бедные в данной программе?
 - Предоставлялась ли в программе возможность бедным людям высказать свою реакцию на полученную информацию?
- Интервью по определенным выборкам с представителями слушателей/зрителей/читателей об их предпочтениях и отношении к источникам информации с анализом по конкретным показателям развития; и об их отношении к программам с анализом по конкретным критериям. Выборки могут делаться, например, в трех местах: в городе, в сельском районе, где имеется радиовещание для местного сообщества, и в сельском районе, где такого вещания нет;
- Небольшие фокусные группы, состоящие из отобранных представителей этих трех уровней с особым вниманием к людям, живущим в бедности;
- Клубы радиослушателей, которые могут принимать разные формы, но которые в данном случае пользуются поддержкой для предоставления обратной связи и оценки важности СМИ. Такие клубы могут включать представителей всего сообщества или только конкретных групп (например, женщины или ВИЧ-инфицированные);
- Независимые исследования, посвященные мониторингу СМИ, возможно, с поддержкой организаций, проводящих независимый мониторинг СМИ, для сбора соответствующих данных и проведения анализа содержания (например, анализ содержания, который проводит Южноафриканский институт СМИ¹⁸);
- Изучение инициатив СМИ, специально разработанных для того, чтобы точки зрения бедных людей были услышаны (например, группы радиослушателей);

(18)
www.misa.org

- Мониторинг правового и политического процессов, особенно в области доступа к информации.

5.1.4 Что следует иметь в виду при проведении аудитов?

- Следует рассмотреть возможность партнерств с другими организациями, в частности с ЮНЕСКО.
- Крайне важно минимизировать дублирование усилий по сбору данных. Во многих местах сбор данных может производиться в рамках оригинального исследования. В других это может быть синтез существующих исследований и данных, или поддержка для повышения согласованности уже предпринимающихся усилий по сбору данных и проведению исследований. В этом контексте особую важность приобретает организаторская роль ПРООН.
- Национальные власти могут быть недовольны, если ПРООН будет проводить такие аудиты самостоятельно. В таких случаях более подходящей стратегией будет поддержка партнерских организаций, которым можно доверить проведение таких аудитов.
- Важно, чтобы в аудитах не делалось предположений о том, каковы потребности людей в информации и коммуникациях. Необходимо поддерживать баланс между направленностью исследований на приоритетные области MDGs (например, доступ к информации и возможность высказывать точки зрения по проблеме ВИЧ/СПИДа) и получением подробных сведений о базовом понимании того, чему отдают приоритет сами люди в том, что касается их потребностей в информации и коммуникациях.

5.1.5 Что следует иметь в виду при выборе областей для вмешательства

Информационный и коммуникационный аудит должен служить отправной точкой для определения стратегий по ликвидации информационных и коммуникационных пробелов. Прежде чем определять такие отправные точки, важно отметить, что стратегии информирования для расширения возможностей должны основываться не только на ясном понимании потребностей уязвимых групп в информации и коммуникациях, но также и на более широком политическом анализе с учетом любого риска появления групповщины или повышения напряженности в обществе. В этом контексте особо важное значение приобретают направленные на СМИ стратегии, поощряющие дебаты и диалог вдоль таких границ и в рамках приверженности справедливому освещению различных точек зрения.

Существует также управляемый риск, связанный с более либерализованными и открытыми медийными пространствами или с инвестициями в стратегии информирования для расширения возможностей. Отдельные СМИ или коммуникационные каналы могут быть «захвачены» группами интересов (политических, коммерческих или религиозных), с тем, чтобы посеять недоверие и создать напряженность в обществе. Плюралистские СМИ неизбежно включают фрагментированные СМИ, разделяющиеся по этническому, политическому или другим признакам.

5.2 Области поддержки информирования для расширения возможностей

Существует три области, в которых ПРООН занимает твердые позиции для поддержки информирования для расширения возможностей.

- i. Расширение доступа к информации для маргинализированных групп;
- ii. Выделение и усиление голосов представителей маргинализированных групп;
- iii. Создание условий для общественных дебатов, диалога и действий.

5.2.1 Расширение доступа к информации для маргинализированных групп

В этой области поддержки основное внимание уделяется различным механизмам, разработанным для заполнения информационных пробелов.

Цель	Предлагаемые отправные точки	Примеры информационных ресурсов
1. Поддержка трансформации государственных вещательных монополий в СМИ, служащие общественным интересам.	<ul style="list-style-type: none"> Работа с соответствующими государственными ведомствами на национальном и местном уровне по разработке и реализации открытых стратегий в области СМИ, подготовке законов и подзаконных актов. 	<p>Article 19 – www.article19.org</p> <p>BBC World Service Trust - www.bbc.co.uk/worldservice/us/trust</p> <p>UNDP Case Study Paper on Support to Public Service Broadcasting - www.undp.org/oslocentre/docs04/PublicServiceBroadcasting.pdf</p>
2. Поддержка участия организаций гражданского общества и СМИ в предоставлении доступной, достоверной и непредвзятой информации, которую люди поймут и воспримут как руководство к действию.	<ul style="list-style-type: none"> Создание партнерств с соответствующими СМИ и CSO, которые либо работают с бедными людьми, либо имеют с ними прямые связи. 	<p>UNDP and Civil Society: A Policy note on Engagement - www.undp.org/policy/docs/policynotes/UNDP%20CSO%20Policy.pdf#search='UNDP%20and%20Civil%20Society%3A%20A%20Policy%20note%20on%20Engagement'</p> <p>Partners in Human Development: UNDP and Civil Society www.undp.org/cso/partnershd.html</p> <p>UNDP and Civil Society Organizations: A Toolkit for Strengthening Partnerships http://www.undp.org/cso/documents/CSO_Toolkit_linked.pdf</p> <p>Panos - www.panos.org.uk</p>
3. Усиление результативности деятельности ПРООН по доступу к информации и по другим вопросам демократического управления.	<ul style="list-style-type: none"> Интеграция деятельности по информированию для расширения возможностей в более широкую деятельность по доступу к информации и другие инициативы в поддержку демократического управления 	<p>UNDP Practice Note on Access to Information - www.undp.org/oslocentre/access_prac.htm</p> <p>UNDP Toolkit on Access to Information - www.undp.org/oslocentre/citzpart.htm</p> <p>UNDP Democratic Governance practice notes</p>

Цель	Предлагаемые отправные точки	Примеры информационных ресурсов
<p>4. Содействие органам власти в том, чтобы они расширили доступ к информации для общественности и журналистов.</p>	<p>Работа с государственными партнерами на национальном и местном уровне для:</p> <ul style="list-style-type: none"> • налаживания диалога о важности прозрачности и открытости информации для достижения MDGs; • поддержки разработки законодательства и стратегий по праву на информацию; • поддержки работников службы информации в рамках отделов министерств; • поддержки e-governance и других инициатив, направленных на расширение доступа к информации для граждан (например, поддержка государственных ведомств в разработке сайтов этих ведомств). 	<p>http://www.undp.org/governance/practice-notes.htm</p> <p>UNDP Practical Guidance Note on Right to Information - www.undp.org/oslocentre/docs04/RighttoInformation.pdf</p> <p>Article 19 – www.article19.org</p> <p>Commonwealth Human Rights Initiative - www.humanrightsinitiative.org</p> <p>UNDP Practical Guidance Note on E-Governance - www.undp.org/governance/guidelines-toolkits.htm#guides_egov</p> <p>Transparency International Access to Information Programme - www.corisweb.org/article/articlestatic/4/1/246/</p> <p>The Danish Institute for Human Rights - www.humanrights.dk/frontpage</p>

5.2.2 Выделение и усиление голосов представителей маргинализированных групп

В этой области поддержки основное внимание уделяется необходимости целенаправленных действий для обеспечения того, чтобы заботы тех, кто отброшен на обочину политических или социальных властных структур, получили освещение в СМИ и были представлены в общественных дебатах.

Цель	Предлагаемые отправные точки	Примеры информационных ресурсов
<p>1. Поддержка благоприятной среды для всех видов общественных СМИ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Работа с государственными партнерами над разработкой законодательства, способствующего работе общественных СМИ и их защите от недобросовестной конкуренции. • Работа с другими ключевыми участниками процесса развития (например, СМИ, CSO, доноры, органы власти) по обеспечению стратегической поддержки развитию общественных СМИ. • Поддержка программ по защите общественных интересов различных СМИ, включая местные газеты, программы «звоните – отвечаем» и тематические ток-шоу. 	<p>World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC) - www.amarc.org</p> <p>UNESCO - http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=24669&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html</p> <p>FAO - http://www.fao.org</p> <p>The Communications Initiative – www.commint.org</p> <p>Panos – www.panos.org.uk</p> <p>Communica – www.communica.org</p> <p>Internews – www.internews.org</p> <p>World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC) – www.amarc.org</p>
<p>2. Обеспечение медиа-тренингов для СВО, чтобы они могли представлять точки зрения в главных политических дебатах</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Работа со СМИ, CSO, и исследовательскими институтами для разработки соответствующих программ обучения. 	<p>Media Institute of Southern Africa (MISA) - www.misa.org</p> <p>Communication for Social Change Consortium – www.communicationforsocialchange.org</p>

Цель	Предлагаемые отправные точки	Примеры информационных ресурсов
<p>3. Повышение осведомленности журналистов по вопросам развития и способам подачи точек зрения представителей маргинализированных групп.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Использование MDGs и HDRs для информирования СМИ о ключевых вопросах развития на национальном и местном уровне. • Организация круглых столов с участием заинтересованных журналистов и редакторов для изучения творческих инициатив и создания партнерств по озвучиванию мнений маргинализированных групп. • Предоставление центрального места на пресс-конференциях людям с ВИЧ/СПИДом. • Тренинги по повышению информированности по гендерным вопросам для редакторов и журналистов. • Содействие работе женщин-журналистов через поощрения. 	<p>Gender and Media Southern Africa – www.gemsa.org.za</p> <p>Panos – www.panos.org</p> <p>Gender Links – www.genderlinks.za</p> <p>The Global Media Monitoring Project - http://www.globalmediamonitoring.org/</p> <p>The Communication Initiative – www.comminit.com</p> <p>UNIFEM – www.uniefm.org</p>
<p>4. Нарращивание потенциала СМИ для (i) создания программ, охватывающих широкий круг вопросов управления и развития (ii) создания программ, посвященных конкретным потребностям бедных и маргинализированных групп (iii) информирования по вопросам, затрагивающим бедных.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Работа со СМИ, CSO и исследовательскими институтами для расширения программных возможностей соответствующих СМИ. • Мониторинг и анализ сферы действия СМИ, содержания и обсуждений, включая освещение в прессе, на радио и телевидении, с особым вниманием к СМИ на языках меньшинств или на неофициальных языках. Информирование принимающих решения представителей властных структур о результатах таких исследований. 	<p>BBC World Service Trust – www.bbc.co.uk/worldservice/us/trust</p> <p>Media Institute of Southern Africa (MISA) – www.misa.org</p> <p>The Global Media Monitoring Project - http://www.globalmediamonitoring.org/</p> <p>UNESCO – www.unesco.org</p>

5.2.3 Создание площадок для общественных дебатов, диалога и действий

Существует много механизмов, которые уже эффективно используются ПРООН и ее партнерами для содействия общественному диалогу и публичным дебатам. В целях информирования для расширения возможностей такие дебаты должны быть сосредоточены на том, что важно для конкретного сообщества. Необходимо предпринять обдуманные усилия, чтобы в центре дебатов оказались те, кого в наибольшей степени затрагивает обсуждаемый вопрос.

Цель	Предлагаемые отправные точки	Примеры информационных ресурсов
<p>1. Поддержка связей между инициативами СМИ по работе на языках меньшинств, по работе на уровне местных сообществ и общенациональными политическими процессами и дебатами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Создание партнерств с соответствующими СМИ и CSO, которые либо работают с бедными людьми, либо имеют с ними контакты Работа со СМИ, CSO и местными органами власти. 	<p>Communication for Social Change Consortium – www.communicationforsocialchange.org UNESCO http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=24669&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html</p>
<p>2. Обеспечение поддержки и содействия программам СМИ, способствующим дискуссиям, например, ток-шоу по радио, трансляции общественных дебатов, представления передвижных театров. Эта деятельность может включать вручение наград.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Поддержка CSO и СМИ, использующих вещание для интерактивных передач в защиту бедных (например, ток-шоу, трансляции общественных дебатов, представления передвижных театров). 	<p>World Association of Community Radio Broadcasters - www.amarc.org</p> <p>Interworldradio (Panos) – www.interworldradio.org</p>
<p>3. Повышение у бедных людей уровня понимания и знаний о главных вопросах местного управления и развития, и их участие в общественной жизни</p>	<ul style="list-style-type: none"> Налаживание надежных связей с инициативами по гражданскому образованию. 	<p>Civicus – www.civicus.org UNDP Practical Guidance Note on Civic Education http://www.undp.org/oslocentre/access_dev.htm UNDP Essentials on Civic Engagement (October 2002) - www.undp.org/eo/documents/essentials/CivicEngagement-Final31October2002.pdf CIVNET - www.civnet.org Television Trust for the Environment - www.tve.org United Nation Volunteers (UNV) - http://www.unv.org/index.htm Development Research Centre on Citizenship, Participation and Accountability http://www.drc-citizenship.org/</p>

6. Методы поддержки информирования для расширения возможностей со стороны ПРООН

Существует три основных метода поддержки информирования для расширения возможностей со стороны ПРООН:

1. Разработка проектов по информированию для расширения возможностей;
2. Включение информирования для расширения возможностей в демократическое управление и другие программы практической направленности;
3. Внепрограммная поддержка: включение информирования для расширения возможностей в планы всех диалогов и дискуссий о развитии.

Для всех методов необходима поддержка в виде ресурсов, и в этом отношении каждый метод представляет как возможности, так и вызовы. В отношении финансовых ресурсов, имеющихся в страновых офисах ПРООН, Целевой трастовый фонд демократического правления (DGTTF)¹⁹ предлагает возможность финансировать деятельность в этой сфере через Service Line доступа к информации.

(19)
<http://www.undp.org/governance/ttf.htm>

6.1. Разработка проектов по информированию для расширения возможностей

В этом подходе предполагается разработка отдельных проектов в сочетании с надежными и структурированными связями с другими проектами и программами. Проект направлен на одну или несколько областей поддержки информирования для расширения возможностей. При выборе этого подхода могут появиться другие выгодные результаты, в том числе:

- Нарращивание потенциала для развития партнерства и создания управленческих структур, направленных на информирование для расширения возможностей;
- Достижение большей ясности содержания и стратегии, что может привлечь некоторых доноров, проявляющих особый интерес к информированию для расширения возможностей;
- Потенциал для создания квалифицированных кадровых ресурсов для поддержки и предоставления консультаций по информированию для расширения возможностей, включенному в качестве компонента в другие программы.

6.2. Включение информирования для расширения возможностей в демократическое управление и другие программы практической направленности

В этом подходе необходимо обеспечить, чтобы результаты информационного и коммуникационного аудитов были включены в оценки потребностей, которые служат базой данных для

всех программ по демократическому управлению и других программ ПРООН. Включение концепции информирования для расширения возможностей на стадии разработки программ по развитию позволяет усилить синергизм между информированием для расширения возможностей и другими направлениями деятельности ПРООН, при этом признается сквозной характер этой концепции. Этот вариант является хорошей альтернативой для страновых офисов, не имеющих ресурсов на реализацию отдельной программы по информированию для расширения возможностей.

6.3 Внепрограммная поддержка: включение информирования для расширения возможностей в планы всех диалогов и дискуссий о развитии

Этот подход основан на роли ПРООН в качестве ведущего участника и партнера в диалоге и реформировании на политическом уровне. При этом страновые офисы ПРООН (включая сотрудников программ, сотрудников по коммуникациям и других сотрудников) должны выступать за включение информирования для расширения возможностей в диалог с национальными партнерами и в программы международных форумов. Это означает, что информационные и коммуникационные потребности бедных групп должны находиться в центре дискуссий с партнерами по развитию, а также важных пропагандистско-просветительских и политических инициатив, таких как подготовка докладов по MDGs и глобальных, региональных и национальных HDRs.

7. Партнерства

Работая в партнерстве с другими агентствами развития, ПРООН может направлять свои относительно ограниченные ресурсы на решение сложных задач и усиливать результаты своей работы по информированию для расширения возможностей.

В конечном счете, эффективность ПРООН в поддержке инициатив по информированию для расширения возможностей будет зависеть от типов партнерств, которые будут создаваться с теми организациями, которые разделяют ценности ПРООН в области устойчивого человеческого развития в рамках подхода, основанного на правах человека, а также разделяющих мнение о том, что СМИ обладают потенциалом как определенная сила в процессе развития.

Главными партнерами ПРООН в информировании для расширения возможностей являются органы власти (национальные и местные) и организации гражданского общества, включая СМИ. Другими ключевыми партнерами будут агентства ООН, включая ЮНЕСКО, но также и другие ведомства ООН, работающие по проблемам, относящимся к СМИ, такие как FAO, ЮНИСЕФ, UNIFEM и OHCHR, а также многосторонние и двусторонние организации.

7.1 Органы власти

Национальные органы власти являются главными партнерами ПРООН. С органами власти ПРООН устанавливает особые отношения, основанные на уважении, взаимной ответственности и признании важности национального управления процессами развития. ПРООН играет ключевую роль в повышении осведомленности национальных и местных органов власти о важности информирования для расширения возможностей в достижении MDGs. Идея о диалоге с CSO, в частности со СМИ, обладающими правом критиковать политику властей, вызывает беспокойство у ряда властных структур. ПРООН выполняет важную роль посредника в этом диалоге между органами власти и CSO.

7.2 Организации гражданского общества

Многие CSO могут привнести в партнерство ценные и авторитетные знания и опыт работы с бедными людьми по проблемам доступа к информации и коммуникациям на местном уровне. Однако не все CSO обязательно работают в интересах бедных. Если целенаправленные действия в области информирования для расширения возможностей должны отражать потребности бедных людей, ПРООН

следует определить соответствующих партнеров среди CSO на национальном и местном уровне, которые хорошо понимают условия жизни бедных и знают, как им помочь в доступе к информации и в том, чтобы их голоса были услышаны.

7.3 Средства массовой информации

У многих страновых офисов ПРООН уже установились хорошие рабочие отношения с рядом национальных и местных СМИ, особенно в связи с диалогом и дебатами относительно национальных докладов по MDGs и национальных HDRs. Как и в отношениях с другими CSO, ПРООН необходимо определить широкий круг СМИ для совместной работы, особенно среди общественных СМИ на уровне общин и СМИ, проявляющих интерес к потребностям и заботам уязвимых групп общества. Для этого требуется активная работа по обеспечению того, чтобы поддержка этим организациям предоставлялась таким способом, который даст им возможность участвовать в мероприятиях ПРООН по пропаганде СМИ (например, изучение общественных и местных СМИ, чтобы выяснить, какие существуют СМИ, какую они распространяют информацию и какие предлагают информационные услуги, а также выделение финансовой поддержки, чтобы предоставить им возможность участвовать в мероприятиях ПРООН, посвященных СМИ).

7.4 Организации, оказывающие поддержку СМИ

Существует ряд международных, региональных и национальных организаций, обеспечивающих поддержку развитию потенциала СМИ, например, финансовую поддержку, программы обучения и услуги по техническому консультированию. В Центре ПРООН по вопросам управления Осло поддерживается обновляемая база данных о более чем 100 таких организациях, эта база доступна на сайте: <http://undp.botterli.com/default.aspx>.

7.5 Многосторонние и двусторонние агентства по развитию

Существует ряд многосторонних и двусторонних партнеров в области развития, которые отдают приоритет поддержке информирования для расширения возможностей. Отдел по развитию коммуникаций Всемирного банка (DevComm) поддерживает миссию Банка по снижению уровня бедности, предоставляя клиентам консультации по стратегическому информированию и инструменты, необходимые для разработки и реализации успешных проектов и усилий по реформированию для защиты бедных групп.²⁰ Отдел по устойчивому развитию FAO был пионером в использовании процессов коммуникации и СМИ для помощи сельским жителям наладить обмен опытом, найти общую основу для сотрудничества, активного участия и управления деятельностью по развитию сельского хозяйства и села.²¹ ЮНЕСКО

(20)
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTDEVCOMMENG0,,contentMDK:20239027~menuPK:490442~pagePK:34000187~piPK:34000160~theSitePK:423815,00.html>

(21)
http://www.fao.org/sd/KN1_en.htm

долгое время оказывает техническую поддержку и предоставляет профессиональные знания для укрепления общественных СМИ, работающих на местном уровне. Двусторонние доноры, такие как Датское агентство международного развития (Danida), Global Finland, Министерство иностранных дел Нидерландов, Норвежское агентство по сотрудничеству в области развития (Norad), Шведское агентство международного развития (SIDA) Швейцарское агентство по развитию и сотрудничеству (SDC) и британский Департамент международного развития (DFID) включают поддержку СМИ в стратегию развития, направленную на защиту бедных групп.

8. Мониторинг и оценка

(22)

См.: Служба ПРООН по проведению оценок *Справочник по мониторингу и оценкам для результатов [Handbook on Monitoring and Evaluating for Results]*, который следует использовать как основное техническое руководство по разработке показателей для определения исходных данных и для мониторинга и оценки. http://stone.undp.org/undpweb/eo/evalnet/docstore3/yellowbook/documents/full_draft.pdf. и *Кто измеряет перемены?, Communication for Social Change Consortium 2005, www.communicationforsocialchange.org*; и *Справочник по показателям для информирования в целях развития [Guiding note on indicators for communication for development]*, Danida, 2004

В приведенной ниже таблице перечисляются некоторые примеры показателей эффективности по трем главным областям поддержки информирования для расширения возможностей. Эти показатели эффективности связаны с достижением главного результата любой программы по информированию для расширения возможностей, т.е. с расширением участия бедных людей в процессах управления и развития, оказывающих влияние на их жизнь.

Хотя эти показатели отражают приоритетные для измерений области, страновые офисы ПРООН должны также учитывать корпоративные инструкции и текущую работу по содействию управлению, направленному на конечный результат, а также руководство по измерению воздействия работы по информированию, осуществляемой другими организациями.²²

Расширение доступа к информации для маргинализированных групп	Выделение и усиление голосов представителей маргинализированных групп	Создание площадок для общественных дебатов, диалога и действий
<ul style="list-style-type: none"> Новое законодательство или степень, в которой законодательство/ политическая система обеспечивает благоприятное окружение для общественных СМИ/ СМИ, выступающих в защиту общественных интересов; Расширение освещения в СМИ / числа материалов по вопросам развития/ MDGs в массовых и общественных СМИ; Повышение разнообразия СМИ, обслуживающих все слои населения, включая вещание на языках меньшинств, адекватные передающие мощности, позволяющие распространить вещание на уязвимые группы; Усиление поддержки и наращивание потенциала организаций, помогающих СМИ, в предоставлении доступной, достоверной и понятной информации, на основе которой люди смогут действовать. 	<ul style="list-style-type: none"> Новое законодательство или повышение степени, в которой законодательство/ политическая система обеспечивает благоприятное окружение для общинных СМИ; Рост числа, жизнеспособности, качества и профессионализма, а также динамики СМИ, находящихся в собственности местных сообществ и общинных СМИ; Увеличенный и улучшенный образ низовых организаций гражданского общества в дебатах в СМИ; Расширенное участие и представление точек зрения уязвимых групп в дебатах в СМИ, например, в программах «звоните – отвечаем», а также в материалах самых массовых СМИ; Рост числа журналистских расследований по проблемам, важным для уязвимых групп, и наращивание способности уязвимых групп ставить волнующие их вопросы в повестку дня СМИ; Степень, в которой голоса и мнения женщин получают беспристрастное и заметное освещение в СМИ. 	<ul style="list-style-type: none"> Рост свидетельств последовательной ориентации публикаций СМИ, вызывающих общественные дебаты и диалог, на освещение проблем развития; Рост ссылок в материалах СМИ на данные опросов в семьях/ сообществах; Рост ссылок в исследованиях организаций гражданского общества на то, что действия или дебаты были вызваны материалами СМИ; Политические перемены, связанные с вызванными СМИ общественными дебатами (характеризующимися убедительным представлением мнений уязвимых групп); Важность, которую придают СМИ уязвимые группы в отношении их способности получить доступ к обсуждению соответствующих политических вопросов; Степень, в которой процессы в органах власти (специальные комитеты, консультации в министерствах и т.п.) отражают и учитывают результаты дебатов, вызванных СМИ.

Примером новаторских методов мониторинга и оценки в области информирования для расширения возможностей могут служить общинные радиостанции в Мозамбике, пользующиеся поддержкой ПРООН/ЮНЕСКО (см. вставку 6).

(*)

Выдержки из «Оценка перемен в сообществах: разработка методологии «открытой» оценки воздействия» [Assessing community change: development of a 'barefoot' impact assessment methodology], by Birgitte Jallo, Radio Journal, July 2005, www.id21.org

Вставка 6. «Открытые» оценки: оценка работы общинного радио в Мозамбике*

Расширение сети общинных радиостанций укрепляет гражданское общество и поддерживает общественное развитие и социальные перемены в Мозамбике. Рост числа общинных радиостанций с одной в 1994 году до почти пятидесяти в 2005 году означает, что около трети населения сейчас живет в зоне действия таких станций. Для эффективной работы этих радиостанций необходимо проводить регулярные и надежные оценки воздействия.

В рамках проекта ЮНЕСКО/ПРООН по развитию СМИ в Мозамбике (www.mediamoz.com) предусматривалось определить, способствуют ли общинные радиостанции развитию демократии, активному участию сообществ, и позволяют ли людям разрабатывать собственные программы развития. Также ставилась цель по обеспечению того, чтобы добровольные общинные радиовещатели могли самостоятельно проводить оценки после завершения проекта. Принятая модель оценки была названа «открытой (дословно – босой)» оценкой воздействия, потому что методология была легко применимой и давала понятные результаты.

В оценке воздействия приводилось три набора вопросов:

- Работает ли радиостанция эффективно внутриорганизационно, и имеются ли у добровольцев контакты, права и четко определенные обязанности?
- Отвечают ли программы интересам общественности? Хорошо ли они анализируются, используются ли форматы, учитывающие культурные особенности, такие как рассказы, песни, пословицы и музыка? Считают ли слушатели, что программы хорошие и эффективные?
- Создает ли радиостанция желаемое развитиеи социальные перемены (что определяется по первоначальному исследованию исходных показателей) в сообществе?

«Открытые» оценки воздействия восьми общинных радиостанций в Мозамбике выявили как положительные результаты, так и потенциальные проблемы:

- Районы Дондо, города в центре, долгие годы ожидавшего снабжения электричеством, добились успеха после интенсивной месячной кампании по общинному радио.
- В Дондо число смертей от холеры во время ежегодного наводнения в 2004 году упало до нуля, потому что во время эпидемии холеры по радио передавалась информация о раздаче хлора и о том, насколько важно добавлять его в воду.
- Значительно увеличилось число людей, желающих сдать анализы на ВИЧ после того, как радиопередачи создали такую атмосферу, в которой появилась возможность открыто обсуждать эту тему. Работа на станции и прослушивание радиопередач также помогает молодым людям налаживать доверительные отношения, позволяющие договориться о безопасном сексе.
- Компании на радиостанциях по гражданскому образованию привели к росту участия, активизации дебатов и общественному контролю над процессом выборов.
- В одном случае почти все руководящие должности занимали представители католической церкви, и в ходе оценки выяснилось, что в сообществе радио начали называть «католическим», что потенциально может привести к разногласиям.
- На одной радиостанции была большая текучесть кадров среди добровольцев, что побудило руководство радио выяснить, почему все уходят, и что можно сделать.

«Открытые» оценки воздействия могут обеспечить неуклонное выполнение общинными радиостанциями своих задач. Они также могут обеспечить обратную связь с сообществами, в которых радиостанции работают, и продемонстрировать их эффективность местным и международным партнерам, предоставляющим финансовую поддержку. Они должны быть достаточно простыми, чтобы их можно было проводить без внешней помощи и делать это систематически, чтобы убедиться, что воздействие оценивается на всех трех описанных выше уровнях.

9. Ресурсы и дополнительная литература

Публикации ПРООН

Практическая записка ПРООН: Доступ к информации [Access to Information Practice Note. UNDP] (2003)

www.undp.org/policy/docs/policynotes/a2i-english-final-4649027220103883.pdf

Практический справочник ПРООН: Гражданское образование [Practical Guidance Note on Civic Education. UNDP] (2004)

<http://www.undp.org/oslocentre/docs04/Civic%20education.pdf>

Другие публикации

Материалы Круглого стола по информированию для расширения возможностей, Никарагуа [Background Paper for Communication for Development Roundtable, Nicaragua]. Институт Panos: при спонсорской поддержке Фонда народонаселения ООН совместно с Фондом Рокфеллера и ЮНЕСКО (2001)

www.comminit.com/pdf/cdr_nov22.pdf

Библиография в: Кто измеряет перемены. Консорциум «Информирование для социальных перемен». (2005)

<http://www.communicationforsocialchange.org/index.php?pageid=10&articleid=1>

Коммуникации и развитие [Communications and Development]. Бурке Адам. DFID, Отдел социального развития (1999)

<http://www.dfid.gov.uk/Pubs/files/c-d.pdf>

Информирование для социальных перемен: серия рабочих материалов [Communication for Social Change: Working Paper Series].

Фигероа Мария Елена, Д. Лоуренс Кинсайд, Манью Рани и Джери Льюис. Фонд Рокфеллера (2002)

www.rockfound.org/Documents/540/socialchange.pdf

Информирование для социальных перемен: Статья и доклад на конференции [Communication for Social Change: A Position Paper and Conference Report]. Фонд Рокфеллера. (1999)

www.communicationforsocialchange.org/publications-resources.php?id=108

Информация, которая работает [Communication That Works].

Четли, Эндрю. Health Exchange (2002)

www.ecdpm.org/Web_ECDPM/Web/Content/Navigation.nsf/index.htm

Подходы, учитывающие конфликты: набор ресурсов [Conflict Sensitive Approaches: Resource Pack]. Рот, Колин (ред.). FEWER, International Alert & Saferworld. (2003)

<http://www.conflictsensitivity.org/>

Расширение возможностей, участие и бедность [Empowerment, Participation and the Poor]. Стритин, Поль. Human Development Report Office. Occasional Paper, Background Paper for the HDR (2002)

http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2002/Streten_2002.pdf

Родословное дерево теорий, методологий и стратегий по развитию коммуникаций: сходства и различия [Family Tree of Theories, Methodologies and Strategies in Development Communication: convergences and differences]. Уэйборд, Сильвио. Фонд Рокфеллера (2001)

<http://www.communicationforsocialchange.org/publications-resources.php?id=105>

Возможность высказаться для безмолвных: надлежащее управление, человеческое развитие и средства массовой информации [Giving Voice to the Voiceless: Good Governance, Human Development & Mass Communications]. Норрис, Пиппа и Дитер Зиннбауэр. Human Development Report Office. Occasional Paper, Background Paper for the HDR (2002)

http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2002/Norris-Zinnbauer_2002.pdf

Руководство по вовлечению сообществ в процесс активного общения в интересах развития [Involving the Community – A guide to Participatory Development Communication]. Бессет, Гай. International Development Research Centre (2004)

<http://web.idrc.ca/openebooks/066-7/>

Закладка фундамента для устойчивого развития: материалы по надлежащему управлению и стратегиям сокращения уровня бедности [Laying the Foundation for Sustainable Development: Good Governance and the Poverty Reduction Strategy Papers (PRSPs)] Худок, Dr Ann., World Learning Foundation (2003)

http://www.worldlearning.org/wlid/docs/wl_goodgov_povreduce.pdf

Как сети обмена знаниями могут работать для бедных [Making Knowledge Networks Work for the Poor]. Ллойд-Лейни, Меган. Intermediate Technology Development Group (2003) www.itcltd.com/docs/mknwp%20project%20final%20report.pdf

www.itcltd.com/docs/mknwp%20project%20final%20report.pdf

Управление информированием в интересах развития в проектах банка – справочник для сотрудников проекта [Managing Development Communication in Bank Projects – A Handbook for Project Officers]. Inter-American Development Bank Office of External Relations & Academy for Educational Development (2004)
<http://enet.iadb.org/idbdocswebservices/idbdocsInternet/IADBPUBLIC-DOC.aspx?docnum=491159>

Утрачивая суть: 20 лет изучения методов информирования о ВИЧ/СПИДе [Missing the message: 20 years of learning of HIV/AIDS communication]. Panos. (2003)
http://www.panos.org.uk/PDF/reports/mtm_eng_hi.pdf

Разработка стратегии активного общения в интересах развития [Participatory Communication Strategy Design]. Мефалопулос, Паоло и Крис Камлонгера. SADC Centre of Communication for Development. FAO (2005) http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=/docrep/008/y5794e/y5794e00.htm

Снижение уровня бедности: работает ли стратегия Всемирного банка? [*Reducing Poverty: Is the World Bank's strategy working?*] Институт Panos, (2003) <http://www.panos.org.uk/Docs/reports/ReducingPoverty.doc>

Доклад Комиссии по Африке за 2005 год [Report of the Commission for Africa in 2005]. Commission for Africa (2005)
www.commissionforafrica.org/english/report/introduction.html

Доклад о Круглом столе по информированию для развития [Report of the Communication for Development Roundtable]. FAO (2004)
<http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/fareport2005.pdf#search=Report%20of%20the%20Communication%20for%20Development%20Roundtable%2C%202004%2C%20FAO>

Социальная ответственность: общие сведения о концепции и возникающая практика [Social Accountability an Introduction to The Concept and Emerging Practice]. Кармен Малена и Рейнер Форстер, Джанмеджай Сингх. Social Development Papers: Participation and Civic Engagement. Paper No. 76. World Bank Institute (2004)
<http://siteresources.worldbank.org/INTPCENG/214578-1116499844371/20524122/310420PAPER0So1ity0SDP0Civic0no1076.pdf>

Проекты стратегического информирования для развития – инструменты для руководителей целевых групп [Strategic Communication for Development Projects – A toolkit for task team leaders]. Кабаньеро-Верзоса, Сесилия. Всемирный банк (2003) <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/toolkitwebjan2004.pdf>

Стратегическое информирование в PRSP [Strategic Communication in PRSP]. Мозаммель, Масуд и Затиокал Барбара. Всемирный банк (2002) <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/prspstrategiccommchapter.pdf>

Укрепление систем знаний и информационных систем городских бедных [Strengthening the Knowledge and Information Systems of the Urban Poor]. Шильдерман, Тео. Intermediate Technology Development Group (2002) http://www.itdg.org/?id=kis_research

Еще одна информационная революция: СМИ и расширение возможностей в развивающихся странах [The Other Information Revolution: Media and empowerment in developing countries], Дин Джеймс и др., UNRISD (2003) www.unrisd.org

Голос, ответственность и человеческое развитие: возникновение новой программы [Voice, Accountability and Human Development: The Emergence of a New Agenda]. Гётц, Анна Мари и Роб Дженкинс. Human Development Report Office, Occasional Paper, Background Paper for the HDR (2002) http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2002/Goetz-Jenkins_2002.pdf

С поддержкой масс: применение стратегических коммуникаций для борьбы с бедностью через PRSP [Using strategic communication to fight poverty through PRSPs]. Департамент международного развития, СК и Всемирный банк (2005) <http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/strat-comm-prsp.pdf>

Приложение 1

Заявление о роли коммуникаций в достижении Целей развития рубежа тысячелетия, Белладжио 8 – 11 ноября 2004 года

В ноябре 2004 года в Центре конференций и исследований Фонда Рокфеллера в городе Белладжио, Италия, собралась группа представителей двусторонних, многосторонних и неправительственных организаций, чтобы изучить вопрос о том, как стратегии коммуникаций могут способствовать достижению Целей развития тысячелетия. Встреча была организована консорциумом «Информирование для социальных перемен» при поддержке Департамента международного развития (DFID), Великобритании. Данное заявление (отредактированное) было разработано и принято на этой встрече вместе с перечнем согласованных действий.

В 2000 году мировое сообщество приняло Декларацию тысячелетия и приняло обязательство к 2015 году выполнить восемь целей развития тысячелетия. В 2004 году перспективы достижения этих целей уже оказались под вопросом.

В значительной степени успех в достижении этих целей базируется на участии и сопричастности. Информация играет основную роль в том, чтобы помочь людям изменить общество, в котором они живут, в частности коммуникационные стратегии, которые информируют и усиливают голоса тех, чьи ставки наиболее высоки, и в которых рассматриваются структурные препятствия для достижения этих целей. Однако такие стратегии остаются низкоприоритетными в программах развития, подрывая, таким образом, достижение MDGs. Например:

- Главной стратегией по достижению важнейшей из целей MDG по сокращению вдвое уровня бедности к 2015 году является реализация стратегий сокращения уровня бедности. Несмотря на то, что в процессе PRSP подчеркивается важность участия, слабое общественное понимание, ограниченные общественные дебаты и низкие уровни сопричастности стран ставят под угрозу успешную реализацию этой стратегии. Подобные проблемы характерны и для отраслевых подходов и для программ бюджетной поддержки.
- Цель по сдерживанию распространения ВИЧ/СПИДа к 2015 году и сопутствующие усилия по расширению доступа к антиретровирусной терапии не увенчаются успехом, если приоритет не будет отдан информированию. Успешные стратегии борьбы с ВИЧ/СПИДом зависят от информации, помогающей людям создать социальное окружение, в котором становится возможным изменение поведения. Через диалог и дискуссии они могут превратить стигму в поддержку. В условиях, когда менее 10% людей знают о том, что они ВИЧ-инфицированы, необходима информация, чтобы обеспечить доступность

антиретровирусной терапии для тех, кто в ней нуждается. Стратегии, в центре которых звучат голоса тех, кто столкнулся с ВИЧ/СПИДом, существенно важны для активизации требований общественности о профилактике и лечении.

- Цель по сокращению уровня детской смертности вызывает сомнения в связи с ростом, а не снижением детской смертности. Например, глобальные усилия по ликвидации полиомиелита подрываются кампаниями против иммунизации. Для успешного решения этой задачи жизненно необходимы информационные стратегии, способствующие диалогу по этим вопросам.
- Приоритетное значение в программе сотрудничества для развития придается укреплению демократии, расширению участия и активизации деятельности по защите прав человека для бедных людей. Для достижения этой цели нельзя переоценить важность двустороннего информирования для развития, когда бедным слоям населения предоставляется возможность громко заявить о своих потребностях.
- Цель по сокращению вдвое крайней нищеты и голода к 2015 году не будет достигнута, если не будет решаться вопрос о сельской бедности. В этом процессе особую важность приобретают знания, информация и участие.

Некоторые агентства по развитию пересматривают и заново определяют приоритеты информационных стратегий в ответ на эти и другие подобные проблемы. По инициативе Всемирного банка в 2005 году планируется провести Конгресс по информированию для развития. В то же время, во многих агентствах по развитию стратегии информирования разработаны слабо, они характеризуются фрагментарностью и непоследовательностью.

В настоящее время происходит новое стратегическое осмысление путей достижения MDGs, и вопросы информирования должны занимать центральное место в этом процессе.

В этом контексте эффективное информирование больше нельзя рассматривать только как распространение информации. Если активисты в области информирования создают и поддерживают форумы для общественных дискуссий, они могут создать поддержку для MDGs и социальную энергию для их достижения. Нельзя переоценить того, что информирование – это двусторонний процесс, основанный на принципах «собственности» заинтересованных сообществ над такого рода инициативами, их участия и права голоса. Эти принципы были заново подтверждены на Круглом столе по информированию для развития в Риме, Италия, в 2004 году.

Изменяющееся и сложное информационное и коммуникационное окружение усиливает этот акцент и создает новые коммуникационные возможности, особенно если используются информационные и коммуникационные технологии для поддержки развития, в центре которого находятся люди. Усилия по достижению MDGs должны базироваться на ключевых принципах развития, таких как равенство, внимание к гендерным вопросам, включение и культурная восприимчивость. Эти принципы должны отражаться в финансировании и практическом применении стратегий информирования, которые агентства по развитию используют для достижения MDGs.



Программа развития Организации Объединенных Наций
Бюро ПРООН по политике развития
Группа по демократическому управлению

304 East 45th Street, New York
NY 10017

Oslo Governance Centre
Borgata 2B
Postboks 2881 Tøyen
0608 Oslo
Norway

www.undp.org
www.undp.org/oslocentre