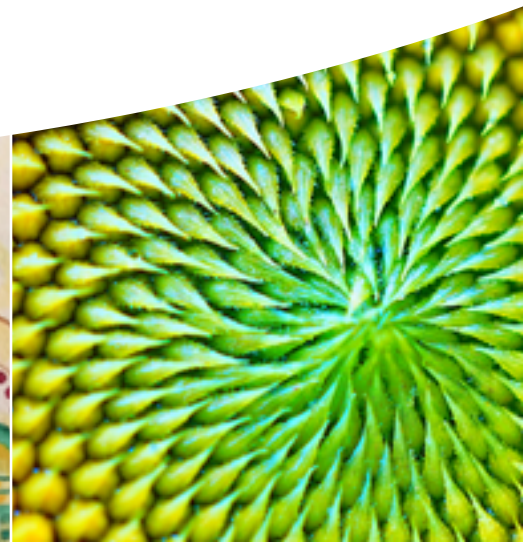
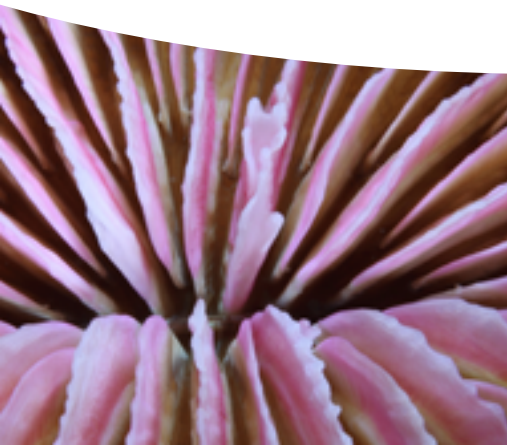


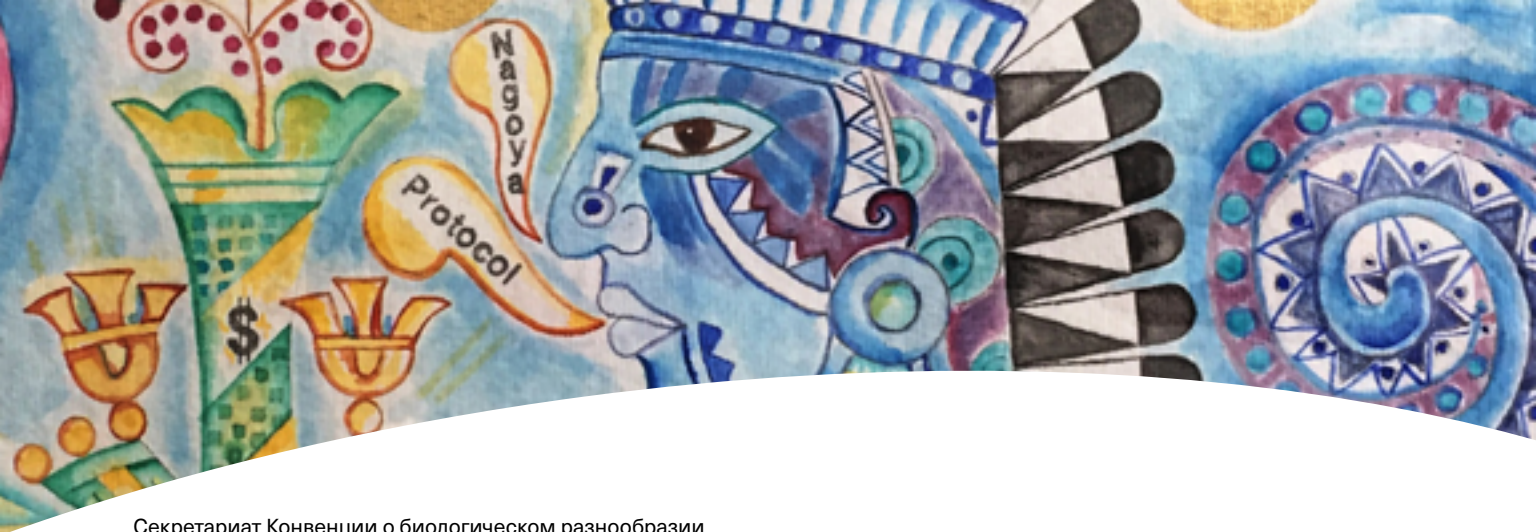
Набор инструментальных средств для КПИО

ВКЛЮЧАЯ АСПЕКТЫ
ДОСТУПА К ГЕНЕТИЧЕСКИМ
РЕСУРСАМ И СОВМЕСТНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЫГОД



Конвенция о
биологическом
разнообразии





Секретариат Конвенции о биологическом разнообразии
Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде
413 St. Jacques Street West, Suite 800
Montreal, Quebec, Canada H2Y 1N9

Телефон: +1 (514) 288 2220
Факс: +1 (514) 288 6588

Электронная почта: secretariat@cbd.int
Веб-сайт: www.cbd.int

Набор инструментальных средств для КПИО – включая аспекты доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод

© 2018 год, Секретариат Конвенции о биологическом разнообразии

Все права защищены. Опубликовано в 2018 году.

Настоящий набор инструментальных средств для коммуникации, просвещения и информирования общественности (КПИО), включая аспекты доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод, содержит методологии, советы, контрольные перечни, сценарные модели и другие материалы, призванные помочь Сторонам и субъектам деятельности в разработке новаторских стратегий повышения осведомленности в целях коммуникации по вопросам, связанным с биоразнообразием, в частности доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод. Он основывается на деятельности в рамках программы работы по коммуникации, просвещению и информированию общественности (КПИО).

Набор задуман как живой документ. Приветствуются идеи и предложения от пользователей. Пожалуйста, сообщите Секретариату Конвенции о биологическом разнообразии о любых дополнительных инструментах или ресурсах, которые по вашему мнению было бы целесообразно добавить в настоящий набор, и поделитесь своими идеями и предложениями по его улучшению. Просьба отправлять ваши электронные письма на absch@cbd.int.

Данная публикация может быть воспроизведена в образовательных или некоммерческих целях без специального разрешения правообладателя при условии указания источника. Секретариат конвенции о биологическом разнообразии будет признателен за получение копии любой публикации, использующей настоящую публикацию в качестве источника.

Настоящий набор инструментальных средств был разработан благодаря щедрой финансовой поддержке Японского фонда биоразнообразия.

Ссылка на настоящую публикацию: Секретариат Конвенции о биологическом разнообразии (2018 год): Набор инструментальных средств для КПИО – включая аспекты доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод

Дизайн и верстка: Em Dash Design

Иллюстрации: Бактерия: © Koliadzynska Iryna; Leaf: ©SK Herb; Mushroom Coral: © aquapix; Sunflower: ©Akira3288; Painting on the Nagoya Protocol: © Indigenous Women Network on Biodiversity from Latin America and the Caribbean (RMIB-LAC)

Для получения дополнительной информации просьба обращаться в Секретариат Конвенции о биологическом разнообразии (secretariat@cbd.int).



Предисловие

Идет ли речь об открытии новых лекарств или об оптимизации характеристик микроорганизмов для промышленного применения – изучение и использование биоразнообразия способствуют ускорению инноваций. Благодаря применению биологических ресурсов природы, включая генетические ресурсы, и обеспечению распределения выгод от использования генетических ресурсов и связанных с ними традиционных знаний на справедливой основе, мы можем создать инклюзивную биоэкономику, способствующую сохранению природы и устойчивому развитию.



Нагойский протокол, представляющий собой дополнительное соглашение к Конвенции Организации Объединенных Наций о биологическом разнообразии, имеет ключевое значение для достижения этой цели. Протокол вступил в силу в 2014 году в целях активизации усилий, направленных на совместное использование на справедливой и равной основе выгод от применения генетических ресурсов. Нагойский протокол главным образом призван содействовать сохранению и устойчивому использованию биоразнообразия путем повышения ценности генетических ресурсов и связанных с ними традиционных знаний. На сегодняшний день Нагойский протокол ратифицировали 111 стран и Европейский союз, а во многих других государствах идет процесс ратификации.

Это хорошая новость, однако, чтобы в полной мере реализовать потенциал концепции доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод (ДГРСИВ), нам необходимо проводить эффективную работу в области коммуникации и просвещения по вопросам ДГРСИВ и их потенциала. Творческие решения и устойчивые инновации могут

воплотиться в жизнь только при условии, что люди понимают концепции биоразнообразия и ДГРСИВ и осознают их взаимосвязь с устойчивым развитием.

ДГРСИВ и Нагойский протокол увязывают биоразнообразие, генетические ресурсы и устойчивое развитие. В свете межсекторального и многоаспектного характера ДГРСИВ коммуникация по этим вопросам представляет более сложную задачу, поскольку потенциальные последствия и значение этой концепции варьируются в зависимости от субъектов деятельности.

Настоящий набор инструментальных средств, в основу которого легла деятельность в рамках программы работы по коммуникации, просвещению и информированию общественности (КПИО), призван продемонстрировать подходы для достижения целей в области коммуникации и предложить инструментальные средства для их реализации. Даже если предлагаемые мероприятия также применимы для стратегической коммуникации по другим вопросам, они сосредоточены вокруг конкретных потребностей целевых аудиторий, участвующих в обеспечении ДГРСИВ, в стремлении упростить их информирование и взаимодействие с ними.

Этот набор инструментальных средств был разработан благодаря щедрой финансовой поддержке Японского фонда биоразнообразия и содержит рекомендации, советы, контрольные перечни и сценарные модели из разных частей мира. Набор станет ценным ресурсом для национальных координационных центров и будет им полезен при планировании, разработке и осуществлении национальных кампаний по повышению осведомленности, а также коммуникационных стратегий.

Я искренне надеюсь, что этот набор инструментальных средств будет использоваться странами в рамках их усилий по воплощению в жизнь концепции совместного использования выгод на справедливой и равной основе, то есть одной из трех целей Конвенции.

Д-р Кристиана Пашка-Пальмер

Помощник Генерального секретаря ООН
Исполнительный секретарь Конвенции о биологическом разнообразии



Введение

ЧТО ИЗ СЕБЯ ПРЕДСТАВЛЯЕТ НАБОР ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ СРЕДСТВ?

Настоящий набор инструментальных средств для коммуникации, просвещения и информирования общественности (КПИО), включающий аспекты доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод, содержит методологии, советы, контрольные перечни, сценарные модели и другие материалы, призванные помочь Сторонам и субъектам деятельности в разработке новаторских стратегий повышения осведомленности в целях коммуникации по вопросам, связанным с биоразнообразием, и в частности доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод. Набор инструментальных средств раскрывает общие принципы стратегической коммуникации и предлагает материалы, структурированные вокруг следующих коммуникационных задач: информационно-разъяснительная деятельность; привлечение к проведению изменений и принятию мер; и сотрудничество в области биоразнообразия.

КПИО играет центральную роль в эффективном осуществлении Нагойского протокола регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод на национальном уровне. На своем первом совещании совещание Сторон Протокола приняло Стратегию повышения осведомленности (приложение к решению [NP-1/9](#)) для оказания Сторонам содействия в осуществлении статьи 21 Протокола, касающейся повышения осведомленности о первостепенном значении генетических ресурсов и традиционных знаний, связанных с генетическими ресурсами, а также о смежных вопросах доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод. Было признано, что информационно-разъяснительная деятельность должна осуществляться по инициативе стран с учетом конкретных потребностей и условий каждой Стороны. В целях оказания Сторонам помощи в разработке национальных стратегий, материалов и инструментов в области повышения осведомленности секретариат Конвенции о биологическом разнообразии подготовил настоящий набор инструментальных средств для КПИО, который учитывает конкретные потребности, приоритетные области и целевые группы коммуникации по вопросам ДГРСИВ. Набор инструментальных средств опирается на базовые принципы и инструменты, актуальные для стратегической коммуникации по любым вопросам, и предлагает подходы и инструкции для решения конкретных задач коммуникации по вопросам доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод в отношении различных аудиторий. Настоящий набор:

- определяет методологии и инструментальные средства общего характера, которые могут быть целесообразными для коммуникации по вопросам ДГРСИВ;
- включает дополнительные ресурсы и инструменты для решения особых задач коммуникации по вопросам ДГРСИВ; и
- предназначен для достижения ключевых целей в области коммуникации, связанных с Нагойским протоколом, в отношении различных целевых аудиторий, в частности коренных народов и местных общин, деловых кругов и исследователей, научного сообщества и коллекций *ex-situ*.



Для кого предназначен набор инструментальных средств?

Набор инструментальных средств предназначен для национальных координационных центров по ДГРСИВ, которые занимаются вопросами ДГРСИВ в рамках своих повседневных обязанностей. Набор содержит указания о том, где, когда и как использовать широкий спектр образовательных и коммуникационных мероприятий.

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ НАБОР ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КПИО ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ВОПРОСАМ ДГРСИВ

Для навигации по набору инструментальных средств пользователям предлагается выбрать одну из следующих коммуникационных целей:

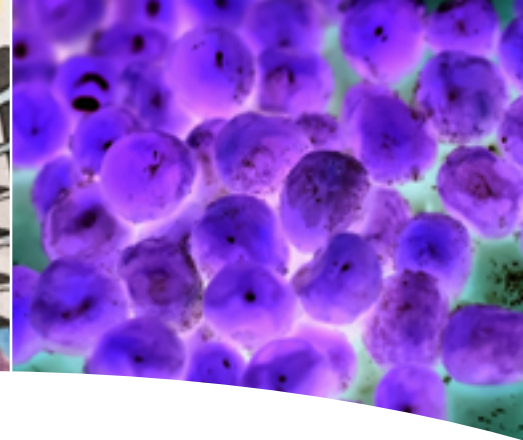
- **Цель 1: планирование стратегической коммуникации и деятельности в области повышения осведомленности.** Выберите этот вариант, если перед вами стоит задача планирования стратегической коммуникации или повышения осведомленности о проблемах, связанных с биоразнообразием, в целом или о вопросах ДГРСИВ и Нагойского протокола в частности. Инструменты в рамках этой цели помогут вам понять вашу аудиторию, а также разработать и донести ключевые сообщения в различных форматах. Здесь также приводятся ссылки на существующие ресурсы, разработанные для повышения осведомленности по вопросам ДГРСИВ.
- **Цель 2: поддержка выражения политической воли и привлечение лиц, ответственных за принятие решений.** Выберите этот вариант, если перед вами стоит задача поддержки выражения политической воли и привлечения лиц, ответственных за принятие решений. Инструменты в рамках этой цели могут помочь вам в привлечении лиц, ответственных за принятие решений, и политиков, а также средства массовой информации, повысить эффективность внутренней коммуникации или обеспечить актуализацию тематики доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод в различных секторах или министерствах. Здесь также приводятся ссылки на ресурсы, касающиеся Нагойского протокола и ратификации.
- **Цель 3: Привлечение коренных народов и местных общин (КНМО) и соответствующих субъектов.** Привлечение и участие соответствующих субъектов с самых первых этапов имеет ключевое значение для обеспечения эффективного осуществления Протокола. Выберите эту цель, если вам необходимы советы и инструменты для привлечения и обеспечения участия коренных народов и местных общин, деловых или научных кругов, академического сообщества и коллекций *ex situ* в процессах, связанных с ДГРСИВ. Инструменты в рамках этой цели предназначены, в частности, для поощрения участия соответствующих субъектов в разработке национальной политики или правовых процессах, проведения консультаций, конструктивного взаимодействия с заинтересованными сторонами и побуждения изменения поведения. Кроме того, вы можете найти ссылки на ресурсы о том, как различные сектора используют генетические ресурсы и связанные с ними традиционные знания, а также материалы по вопросам ДГРСИВ, разработанные для этих различных аудиторий.



- **Цель 4: Коммуникация в интересах успешного сотрудничества.** Инструменты в рамках этой цели призваны направлять вас в процессе коммуникации в интересах успешного сотрудничества. Четкая и эффективная коммуникация является ключевым элементом переговоров по соглашениям о доступе к генетическим ресурсам и совместном использовании на справедливой и равной основе выгод от их применения. Здесь также приводятся ссылки на дополнительные ресурсы и руководящие указания по ведению переговоров по соглашениям в области ДГРСИВ.

После того, как вы определили цель коммуникации, вам будет предложен соответствующий контент и инструментальные средства, которые включают в себя информационные листки, советы, контрольные перечни, примеры и сценарные модели. Набор инструментальных средств также указывает пользователю полезные ресурсы для дополнительного изучения. Набор предоставляет читателям возможность выбрать наиболее актуальные разделы в зависимости от их конкретных коммуникационных потребностей в данный момент.

Настоящий набор инструментальных средств был разработан благодаря щедрой финансовой поддержке Японского фонда биоразнообразия. Набор задуман как живой документ. В связи с этим, сообщите, пожалуйста, Секретариату Конвенции о биологическом разнообразии о любых дополнительных инструментах или ресурсах, которые по вашему мнению было бы целесообразно добавить в настоящий набор, и поделитесь своими идеями и предложениями по его улучшению. Просьба отправлять ваши электронные письма на absch@cbd.int.



Набор инструментальных средств для КПИО

ВКЛЮЧАЯ АСПЕКТЫ
ДОСТУПА К ГЕНЕТИЧЕСКИМ
РЕСУРСАМ И СОВМЕСТНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЫГОД

ЦЕЛЬ 1

планирование стратегической коммуникации и деятельности в области повышения осведомленности

ЦЕЛЬ 2

поддержка выражения политической воли и привлечение лиц, ответственных за принятие решений

ЦЕЛЬ 3

Привлечение коренных народов и местных общин (КНМО) и соответствующих субъектов деятельности

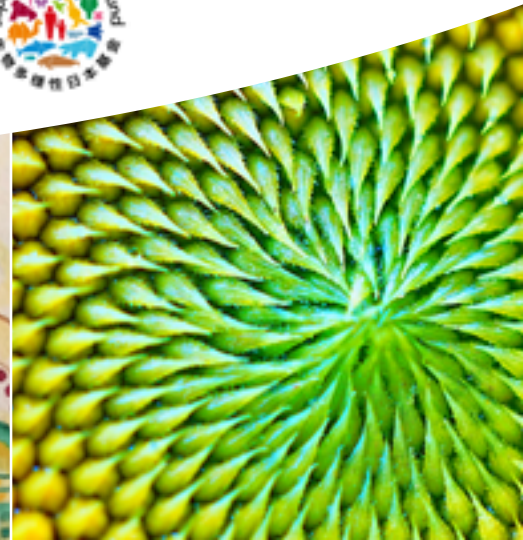
ЦЕЛЬ 4

Коммуникация в интересах успешного сотрудничества

РЕКОМЕНДУЕМЫЕ РЕСУРСЫ



Конвенция о биологическом разнообразии





ЦЕЛЬ 1

планирование стратегической коммуникации и деятельности в области повышения осведомленности

Десять этапов планирования стратегической коммуникации

Зачем уделять внимание КПИО	6. Как донести сообщение: выбор средства коммуникации
1. Анализ проблемы	7. Распределение ответственности: организация коммуникации
2. Определение целевых групп	8. Планирование мероприятий, связанных с коммуникацией
3. Определение задач коммуникации	9. Сколько это стоит: составление бюджета
4. Разработка коммуникационной стратегии и выбор партнеров	10. Оценка эффективности коммуникации
5. Что вы хотите сообщить? Создание сообщения	Дополнительные ресурсы для разработки стратегии коммуникации

Информационно-разъяснительная деятельность

Знание своей аудитории	Выбор правильного канала
Способы формулировки проблем, чтобы добиться понимания и согласия аудитории	Практические инструменты



Зачем уделять внимание КПИО?

Ожидаемые от людей преобразования произойдут не только благодаря индивидуальному рациональному выбору. Специалисты в области биоразнообразия должны по-новому взглянуть на использование коммуникации, просвещения и информирования общественности, и не рассматривать их исключительно как способы доведения информации до сведения общественности.

КАК ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОС: «ЗАЧЕМ УДЕЛЯТЬ ВНИМАНИЕ КПИО?»

«Зачем уделять внимание КПИО?» – с этим вопросом часто приходится сталкиваться национальным координационным центрам и специалистам-практикам в области биоразнообразия. В этом разделе даются ответы на некоторые из наиболее часто задаваемых вопросов относительно КПИО, основанные на данных экспертных исследований и на опыте, накопленном в этой сфере.

В чем смысл разработки информационно-пропагандистской стратегии?

- Коммуникация, просвещение и информирование общественности являются основными факторами, определяющими общее представление гражданского общества об организации и ее политике.
- Ведомствам и управлениям, которые хотят создать себе действенный образ, необходимо разработать для себя соответствующую информационно-пропагандистскую стратегию.
- Оптимизация КПИО является самым простым и эффективным способом улучшения имиджа организации и достижения организационных целей.

Зачем вкладывать средства во внутренние коммуникации при ограниченных ресурсах – не лучше ли направить их на решение реальных проблем?

Связь между информированием и степенью удовлетворенности относится в равной степени как к местным жителям, так и к сотрудникам вашей организации. Абсолютное большинство государственных служащих также являются обычными гражданами и местными жителями. Если вы сможете повлиять на их представления, то сможете превратить их в пропагандистов.

Согласно исследованиям, эффективность работы организации напрямую зависит от мотивации ее сотрудников. Таким образом, инвестирование в эффективные внутренние коммуникационные связи между сотрудниками организации на практике означает инвестирование в решение реальных проблем!

Как экспертам в области биоразнообразия, специалистам по сохранению биоразнообразия, государственным служащим и прочим экспертам, отвечающим за планирование и осуществление НСПДСБ или разработку национальных структур ДГРСИВ, найти время для того, чтобы, помимо выполнения своих основных должностных обязанностей, заниматься решением задач, связанных с коммуникацией и просвещением?

Решение задач, связанных с коммуникацией и просвещением, – это составная часть повседневной работы и должностных обязанностей каждого. КПИО играет не менее важную роль, чем управление бюджетом или рабочей группой. Инвестирование в обучение руководителей навыкам коммуникации и в оказание им поддержки в коммуникации окупается повышением качества предоставляемых услуг, большей удовлетворенностью «клиентов», повышением уровня информированности и мотивации персонала. Поддержку данному процессу могут оказать специалисты в области коммуникации.



Мы хотели бы вложить больше средств в КПИО в области биоразнообразия, но возникает вопрос, сколько средств нужно вкладывать и куда?

Очень немногие государственные ведомства и министерства имеют в своем штате специалистов по стратегическим коммуникационным связям, хотя во многих имеются сотрудники, ответственные за связь с прессой и СМИ.

Лучше всего начать с инвестирования в квалифицированных специалистов по КПИО, внутренние коммуникации и непосредственно коммуникацию, просвещение и информирование общественности, организаций и частного сектора.

Если эффективно использовать организационные ресурсы, то без каких-либо дополнительных затрат появится больше финансовых средств и рабочего времени. Существует много способов внедрения в коммуникации малозатратных улучшений. Для начала следует вложить достаточные средства в то, что действительно важно, например в квалифицированный персонал или профессиональные услуги по КПИО.

Большие затраты на коммуникацию еще не гарантируют успеха или повышения репутации. А низкие затраты на коммуникацию почти всегда приводят в результате к низким показателям степени удовлетворенности населения.

СМИ демонстрируют предвзятость по отношению к проблемам биоразнообразия. Какой смысл в наших попытках?

Большинство граждан получают информацию о государственных структурах из СМИ. Чтобы обращения вашего ведомства доходили до широкой публики, необходимо поддерживать крепкие взаимоотношения со СМИ.

При должном маркетинге наших услуг мы не сможем удовлетворять растущий спрос. Может быть, лучше оставить все как есть?

Оказание поддержки слабой коммуникации в качестве одной из форм курирования не является надлежащей практикой. Наилучший способ управления ожиданиями, а также информирования общественности и местных жителей – это поддержание с ними честной и четкой связи. Благодаря эффективным двусторонним связям руководители могут быть лучше информированы о вариантах оказания услуг, даже если приходится делать сложный выбор относительно бюджета и удовлетворения высокого спроса.

Как я могу поддерживать дополнительные затраты на КПИО, когда в действительности все это только пиар, сводящийся к «красивой упаковке» информации?

Согласно исследованиям, влиять на общественность, местных жителей и государственных служащих можно посредством надежной информации, но никак не пиара. Есть подтвержденные данные о том, что хотят знать люди и как они хотели бы получать эту информацию. Составляющими успеха деятельности в области коммуникации и просвещения по вопросам биоразнообразия являются достоверные данные в качестве основы для коммуникации и повышения осведомленности общественности наряду с принятием мер, направленных на то, чтобы эта деятельность не нарушала законодательные и нормативные акты, касающиеся публичного освещения деятельности госучреждений.



СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Стратегическая коммуникация представляет собой запланированную деятельность, которая направлена на определенную аудиторию и предусматривает достижение заявленной цели.

Разработка и осуществление стратегической коммуникации нацелены на достижение желаемых конечных результатов: изменение политики, установленного порядка деятельности организации или поведения отдельно взятого человека.

Стратегическая коммуникация направлена на достижение результатов посредством оптимального использования времени и ресурсов.

Спонтанная коммуникация неэффективна

Существует огромная разница между стратегически спланированной коммуникацией и коммуникацией, осуществляемой без такого планирования. Нередко люди выступают с предложением, например, «сделать видео, которое все смогут посмотреть», еще даже не подумав о том, какого результата они хотят добиться.

БЕЗ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
Выбор средства коммуникации до определения идейного содержания сообщения	Сначала определяются цели, аудитория и идейное содержание, а затем – средство коммуникации
Творческие люди предлагают «классную» и интересную идею	Творческие люди планируют действия для достижения желаемых конечных результатов
Концентрация внимания на средствах коммуникации	Концентрация внимания на аудитории, идейном и информационном содержании
Информационное и идейное содержание отстает на второй план по сравнению со средствами коммуникации; часто нет ответа на вопросы «Что?» и «Для чего?»	Средства коммуникации рассматриваются как инструмент для достижения целей

10 ЭТАПОВ ПЛАНИРОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ:

1. Анализ проблемы и роли коммуникации
2. Выбор целевых групп/целевой аудитории и субъектов деятельности
3. Определение целей коммуникации
4. Разработка коммуникационной стратегии и выбор партнеров
5. Создание сообщения
6. Выбор средства коммуникации
7. Организация коммуникации и инструктирование партнеров
8. Планирование коммуникации (с указанием промежуточных этапов и действий)
9. Планирование финансового обеспечения мероприятий
10. Мониторинг и оценка



1. Анализ проблемы

Прежде чем приступить к разработке стратегии коммуникации, следует четко определить, какую проблему вы хотите затронуть, а также может ли коммуникация способствовать ее решению и каким образом. Понимание реальных проблем лежит в основе разработки стратегии коммуникации. Точное понимание причинно-следственных связей имеет важное значение для убеждения целевых групп, потенциальных партнеров, лиц, ответственных за принятие решений, и представителей иных секторов или уровней правительства в необходимости скорейшего решения той или иной проблемы.

Это первый важнейший этап составления любого плана коммуникации, который позволяет предотвратить напрасную трату энергии, времени и финансовых ресурсов на коммуникативную деятельность, которая не принесет никакой пользы.

С ЧЕГО НАЧАТЬ

Для начала следует определить проблему и проанализировать ее характер и масштаб.

Вопросы, помогающие выполнить анализ проблемы, связанной с сохранением биоразнообразия:

- Каков масштаб проблемы в качественном и количественном выражении?
- По какой причине эта проблема требует безотлагательного решения? Каковы будут последствия, если ничего не предпринимать?
- Каковы контекст и причины проблемы?
- Какие виды деятельности влияют на проблему?
- Какие стороны ответственны за эти причины и деятельность?
- Какие стороны заинтересованы в осуществлении этой деятельности?



В чем особенности коммуникации по вопросам ДГРСИВ?

Если коротко: доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод (ДГРСИВ) является новой сложной концепцией.

Сообщество специалистов-практиков в области ДГРСИВ еще находится на стадии обучения, как по вопросам осуществления, так и по вопросам коммуникации. На данном этапе Нагойский протокол регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод еще не достаточно хорошо известен, не говоря уже о его понимании, а это означает, что информирование «внешнего мира» зачастую начинается с нуля.

Регулирование ДГРСИВ работает на различных уровнях и затрагивает целый ряд заинтересованных сторон:

- ДГРСИВ охватывает многие специализированные области (например, биологию, технологию, право, правосудие, экономику, политику, этику, культуру) и затрагивает целый ряд секторов и рынков (например, сельское хозяйство, садоводство, фармацевтику, косметические средства, биотехнологии).
- Круг заинтересованных сторон в области ДГРСИВ очень широк и неоднороден: от политиков и юристов, ученых, деловых кругов и НПО до коренных народов и местных общин. Каждый из них имеет собственное мировоззрение и перспективы, свой язык, свои интересы и цели – и степень влияния зачастую распределяется между ними неравномерно.
- Регулирование ДГРСИВ нельзя рассматривать как проект с четкими границами во времени или пространстве, поскольку это непрерывный процесс.

Коммуникация по вопросам ДГРСИВ – это не только популяризация новой концепции, гораздо более важное значение в ней представляют руководство, координация и содействие процессу социально-политических переговоров.

На основе [Стратегической коммуникации по вопросам ДГРСИВ: Концептуальное руководство и набор коммуникационных средств для практикующих специалистов](#) (Инициатива по созданию потенциала в области ДГРСИВ).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РОЛИ КОММУНИКАЦИИ

Чтобы определить роль коммуникации, необходимо выяснить у сторон, ответственных за решение соответствующей проблемы или имеющих к ней отношение:

- Каковы на данный момент знания, отношение и методы (поведение) целевых групп и субъектов деятельности, имеющих отношение к проблеме?
- Как целевые группы и субъекты деятельности реагируют на изменения, которые могут быть предложены с целью сохранения и устойчивого использования биоразнообразия? Как они реагируют на проблемы, связанные с доступом к генетическим ресурсам и совместным использованием выгод?

Важно определиться с тем, что именно нужно изменить в людях, имеющих отношение к рассматриваемой проблеме. Это могут быть:

- **Отношение** людей и/или организаций к проблеме
- **Образ мышления**, т. е. точка зрения людей на соответствующую проблему
- **Психологическое восприятие** людьми соответствующей проблемы
- **Поведение** людей (несколько сложнее)?



Для оценки роли коммуникации в рамках данного процесса изменений необходимо выяснить, чем вызвана проблема:

- Непониманием важности проблемы
- Отрицательным отношением к проблеме или способам ее решения
- Недостатком навыков или умений, необходимых для изменения ситуации

Во всех этих случаях различия в знании, отношении и методах требуют применения разных решений в сфере коммуникации, причем коммуникация не может выступать единственным инструментом воздействия на ситуацию.

Часто допускаемые ошибки в ходе анализа проблемы

Частая ошибка заключается в неверном определении роли коммуникации. Нередко бывает плохо определена сама проблема либо отсутствует понимание мотивации или препятствий к изменению поведения целевой аудитории. Также возможно нечеткое формулирование конечного результата коммуникации.

Пример 1. Используется слишком широкая формулировка «устранение угроз для биоразнообразия», тогда как реальная проблема может быть сформулирована как «сокращение негативного влияния отдыхающих, которые разбивают палатки в зонах произрастания редких видов цветов».

Пример 2. Плакаты или буклеты с красочными картинками и словами о важном значении территории, защиту которой необходимо обеспечить, могут быть не лучшими средствами коммуникации, если в реальности проблема заключается в том, что в сознании людей введение новой охраняемой зоны ограничит их возможность вести привычный образ жизни, заниматься бизнесом, отдыхать или привлекать новые инвестиции.

Коммуникация не должна ограничиваться картинками, публикациями или средствами массовой информации. Интервью, слушания, круглые столы и открытые переговоры могут быть более эффективными.

КОГДА ОДНОЙ ТОЛЬКО КОММУНИКАЦИИ НЕДОСТАТОЧНО?

Нередко проблемы, связанные с биоразнообразием, имеют сложную природу, поскольку в них бывают вовлечены многочисленные стороны с различными интересами и точками зрения. Необходимые изменения могут совпадать или расходиться с интересами различных вовлеченных сторон. Сопrotивление изменениям может быть вызвано отсутствием финансовых ресурсов, альтернативных способов получения дохода, или технических возможностей, или необходимой инфраструктуры. В таком случае одной коммуникации для решения проблемы будет недостаточно.

В случае доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод (ДГРСИВ), несмотря на то, что основная концепция появилась одновременно с самой Конвенцией, Нагойский протокол регулирования ДГРСИВ вступил в силу только в 2014 году и еще не достаточно хорошо известен, не говоря уже о его понимании. В связи с этим информационно-разъяснительная деятельность имеет ключевое значение, однако она должна дополняться другими мероприятиями, такими, как внесение изменений в законодательство и практику, а также подготовка и укрепление потенциала людских ресурсов и учреждений на национальном уровне.



Если необходимое изменение поведения невыгодно для участников процесса, необходимо задействовать иные инструменты. Коммуникация может обеспечить поддержку этих способствующих изменениям инструментов, к числу которых относятся:

- Законодательство и нормативные требования: законы, директивы, ограничительные меры, конвенции
- Финансовые стимулы: субсидии, депозиты, вознаграждения, налоги, компенсационные выплаты
- Средства производства: надлежащее оснащение, машинное оборудование и инструментарий, инфраструктура, новые технологии
- Образование и практическая подготовка
- Целевые программы и секторальные реформы

Вопросы, помогающие определить потенциальную эффективность коммуникации, направленной на изменение поведения целевых групп

- *Обеспечивается ли превосходство индивидуальных преимуществ над недостатками?*
 - Каковы главные преимущества/недостатки, связанные с желаемым изменением поведения целевых групп?
 - Превосходят ли недостатки выгоды или преимущества? В последнем случае коммуникацию лучше использовать как инструмент поддержки (например, для объяснения новых нормативных требований).
- *Положительно или отрицательно воспринимаются изменения?*
 - Каково отношение целевой группы к проблеме в настоящее время?
 - При положительном отношении для изменения поведения может быть достаточно внутренней мотивации, и коммуникация может быть использована для подчеркивания преимуществ.
 - Если отношение отрицательное, роль коммуникации зависит от осведомленности о проблеме.
- *Знакома ли целевая группа с проблемой?*
 - Если целевая группа уже знает о существовании данной проблемы, то практические изменения могут быть достигнуты только посредством инструментов в сфере законодательства, контроля и поощрения. Коммуникация может использоваться для разъяснения правил.
 - Если у целевой группы недостаточно знаний о проблеме, коммуникация должна быть нацелена на формирование представления о проблеме.

Коммуникация может быть единственным инструментом при наличии у людей внутренней мотивации, основанной на их собственных ценностях или опасениях, например, за судьбу будущих поколений. Если же добиться необходимых действий в отношении проблемы, связанной с биоразнообразием, сложнее, то потребуются внешние побудительные стимулы или инструменты политики, способные обеспечить мотивацию или помочь в осуществлении изменений. В их числе могут быть субсидии или финансовая поддержка, направленные, например, на покрытие рисков, сопряженных с изменением устоявшейся практики. В других случаях изменениям может способствовать выделение материально-технических средств, таких как рыболовные сети, не представляющие опасности для черепах.



2. Определение целевых групп

НА КОГО НЕОБХОДИМО ВОЗДЕЙСТВОВАТЬ?

Прежде чем приступить к разработке плана коммуникации, необходимо определиться с тем, на какие целевые группы вы хотите воздействовать.

Целевые группы:

- **Могут варьироваться в зависимости от страны.** Их уровень осведомленности также может значительно различаться.
- **Более или менее однородные группы людей** (объединенных в соответствии с уровнем знаний, которыми они обладают на текущий момент, отношением, методами или интересом к проблеме), и могут потребовать применения различных коммуникативных подходов.
- **Выступают в качестве инструмента решения проблем.** Цель коммуникации (в том числе в сочетании с другими инструментами) заключается в привлечении целевой группы к сотрудничеству.
- **Включают:**
 - Людей, чье поведение вы хотите изменить (например, рыбаков, использующих динамит на коралловых рифах)
 - Людей, находящихся под влиянием этого поведения (например, занятых в местной туристической отрасли)
 - Людей, несущих официальную ответственность за соответствующую проблему (например, местных чиновников)
 - Людей, оказывающих влияние на мнения и поведение тех, кто связан с данной проблемой (например, журналистов, неформальных лидеров и знаменитостей)



Коммуникация по вопросам ДГРСИВ: потенциальные целевые группы

При том, что **широкая общественность** и **средства массовой информации** остаются важными целевыми группами по всем вопросам, связанным с биоразнообразием, включая доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод (ДГРСИВ), в осуществлении Нагойского протокола будут принимать участие конкретные субъекты, представляющие различные интересы и имеющие различные приоритеты.

Ниже приводится ориентировочный перечень потенциально значимых целевых групп и подгрупп, которые необходимо принимать в расчет в рамках коммуникации по вопросам ДГРСИВ:

Правительство. Эта целевая группа часто охватывает лиц, ответственных за внесение изменений в законодательство, и лиц, ответственных за принятие решений на более высоком уровне. Подгруппы могут включать: политических лидеров на местном, национальном и региональном уровнях; должностных лиц/регулирующие органы; законодательные органы; национальные учреждения/министерства; или конкретные сектора государственного управления (окружающая среда).

Пользователи генетических ресурсов являются приоритетной целевой группой для коммуникации по вопросам ДГРСИВ. Она охватывает различные подгруппы, которые в зависимости от страны могут не взаимодействовать между собой: частный сектор, исследовательские учреждения/научные круги и коллекции ex-situ.

Коренные народы и местные общины (КНМО) представляют собой особую целевую группу, поскольку они сами не являются «достаточно однородной группой людей». КНМО скорее представляют разнородную группу людей с различными обстоятельствами, ценностями и традициями, которые могут иметь общие интересы на международном уровне в вопросах, связанных с биоразнообразием.

К числу **других организаций**, которые могут представлять интерес с точки зрения коммуникации по вопросам ДГРСИВ, относятся группы гражданского общества и неправительственные или межправительственные организации, занимающиеся вопросами, связанными с ДГРСИВ.

КАК ЛУЧШЕ ПОНИМАТЬ ВАШИ ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ

Для разработки эффективной стратегии коммуникации крайне важно обладать информацией о соответствующих целевых группах. Обращение с правильным сообщением к неверно выбранной аудитории не даст никакого эффекта, тогда как обращение к правильной аудитории с неверным сообщением не позволит достичь необходимой цели. На данном этапе нужно найти ответы на ряд вопросов. Выполнить анализ целевых групп поможет приведенный ниже контрольный перечень.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Контрольный перечень для анализа целевой группы

- Каков демографический состав целевых групп (возраст, доход, религия, пол, образование, образ жизни)?
- Каковы роли или позиции можно выделить в соответствующей целевой группе?
- Каковы интересы целевых групп в связи с рассматриваемыми проблемами и решениями?
- Кто получит выгоду от необходимого изменения? Кто понесет ущерб или убытки?
- Какова степень осведомленности целевых групп о рассматриваемых проблемах и решениях?
- Каково отношение целевой группы к рассматриваемой проблеме и предлагаемым решениям?
- Можно ли ожидать сопротивления изменениям?
- Кто не имеет непосредственного отношения к проблеме, но может повлиять на мнение участников?
- Какие взаимоотношения связывают вашу организацию с целевой группой? Как целевая группа относится к вам?
- Какие средства коммуникации она использует?
- Возможно ли влиять на целевые группы при помощи посреднических организаций?

Вопросы для понимания ваших целевых групп: на примере ДГРСИВ

- Что конкретные группы заинтересованных сторон знают, чувствуют и делают в отношении ДГРСИВ?
- Какие аспекты Нагойского протокола их интересуют?
- Какие стимулы или выгоды могут побудить их к принятию мер?
- Каковы могут быть причины негативного отношения или отказа от новых методов?
- Какие существующие методы могут поддержать или привести к желаемым действиям?
- Как они взаимодействуют с другими субъектами, особенно с другими заинтересованными сторонами в области ДГРСИВ?
- На каких новаторов и инициаторов изменений может опираться коммуникационная стратегия?
- Каковы модели медиапотребления заинтересованных сторон?
- И каковы их предпочитаемые каналы связи или источники информации по вопросам ДГРСИВ?

На основе [Стратегической коммуникации по вопросам ДГРСИВ: Концептуальное руководство и набор коммуникационных средств для практикующих специалистов](#) (Инициатива по созданию потенциала в области ДГРСИВ)



Для получения представления о знаниях, отношении, методах и интересах вашей целевой группы применительно к вашей проблеме используются следующие формы исследований.

Фокус-группы

Фокус-группа представляет собой форму качественного анализа, в ходе которого группа людей опрашивается на предмет их отношения к какому-либо продукту, услуге или идее. Вопросы задаются в условиях интерактивного группового взаимодействия, когда участники имеют возможность общаться с другими членами группы. Фокус-группы служат важным инструментом получения обратной связи. В частности они позволяют людям обсуждать, рассматривать и/или испытывать новые услуги и идеи. Это обеспечивает доступ к бесценной информации о перспективах принятия предложенного решения.

Вторичное исследование

Этот вид исследования основан на сборе существующих данных из широкого круга источников, таких как внутренняя документация, публикации государственных и негосударственных учреждений, информация, находящаяся в свободном доступе в сети интернет, отраслевые газеты и журналы, годовые отчеты компаний и коммерческие базы данных. Настоятельно рекомендуется использовать вторичные исследования в качестве экономичного способа, позволяющего изучить историю вопроса и получить полезные идеи.

Интервью

Интервью, проводимые лицом к лицу или по телефону, - эффективный способ получения данных, идей и советов. Для сбора дополнительной информации можно использовать опросники или онлайн-анкетирование. Интервью могут помочь в изучении проблемы и потенциальных решений. Существуют опросные методы, предусматривающие проведение телефонных интервью с фиксированным набором вопросов.

Опросники

Одним из эффективных и недорогих способов получения количественной информации является использование опросников. В них, как правило, включаются односложные вопросы с ограниченным набором ответов, из которых нужно выбрать подходящий. Процент ответивших зависит от длины опросника, сложности вопросов, степени доверия лицу, приславшему опросник, и мотивации к заполнению опросника. Для достижения более высоких результатов рекомендуется составлять вопросы таким образом, чтобы участникам опроса было интересно на них отвечать.

Частые ошибки при анализе целевых групп

- Предположения о знаниях, отношении и методах групп людей на основе устоявшихся идей или традиционного восприятия без проведения эмпирического исследования
- Установка слишком нечетких критериев целевых групп
- Концентрация внимания на всех субъектах деятельности, а не на главной целевой группе (например, на людях, которые могут существенно повлиять на ситуацию и способствовать решению проблемы)
- Игнорирование более широкого политического, социального и экономического контекста, в котором существует целевая группа
- Невключение местных лидеров в процессы
- Попытка убедить субъектов деятельности, вместо того чтобы выслушать и учесть их точки зрения, понять их мотивацию и отношение к проблеме
- Отношение к субъектам деятельности в вопросах, связанных с биоразнообразием, как к «врагам», а не как к действительным или потенциальным источникам перемен



Онлайн-анкетирование

Преимуществом онлайн-анкетирования является автоматическая обработка полученных ответов. Существует неплохое бесплатное программное обеспечение для проведения онлайн-анкетирования (например, сервис [SurveyMonkey](#)). В данном случае действуют те же самые критерии и принципы, что и для использования опросников.

РАЗРАБОТКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП

Нередко для оценки уровня знаний, отношения и текущего поведения целевых групп необходимо проведение социологического исследования. Наибольшее распространение получили следующие четыре метода исследования:

Качественный анализ:

- Обычно используется в исследовательских целях
- Включает небольшое количество респондентов
- Результаты невозможно экстраполировать на все население
- Статистическая значимость и достоверность не просчитываются
- Позволяет давать более сложные и гибкие ответы

Пример: фокус-группы и углубленные опросы

Количественный анализ:

- Обычно используется для формулирования выводов и проверки определенной гипотезы
- На основе метода случайной выборки полученные выводы переносятся на все население
- Включает большое количество респондентов

Пример: опросы, интервью и анкетирование

Метод наблюдений:

- Заключается в наблюдении исследователем социальных явлений или поведения, связанного с окружающей средой, в естественной обстановке
- Наблюдения могут проводиться методом поперечного среза (т. е. в течение одного промежутка времени) или методом лонгитюдного исследования (т. е. охватывать несколько периодов)
- Наблюдения могут быть внешними или выполняться методом погружения (когда наблюдатель участвует в происходящем или погружается в окружающую обстановку)

Пример: наблюдение за жителями населенных пунктов, расположенных вблизи природоохранных территорий, и посетителями природных парков

Экспериментальные методы:

- В этом случае исследователь создает квазиискусственную среду, пытаясь контролировать неоднозначные факторы, и манипулирует по меньшей мере одной из переменных

Пример: использование новых предупреждающих знаков в целях коммуникации с посетителями в определенной зоне природного парка и получения данных о том, влияет ли это каким-либо образом на их знания, отношение или поведение



УЧЕТ ГЕНДЕРНОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП

При разработке плана или стратегии коммуникации, учитывающей гендерную принадлежность участников, необходимо принять во внимание следующие соображения.

В какой степени гендерная принадлежность отражена в материалах, используемых для КПИО? В каком количестве сюжетах фигурируют и мужчины, и женщины и как те и другие в них представлены (например, способствуют ли эти сюжеты закреплению или развенчанию существующих стереотипов)? В какой степени обеспечивается представление и обсуждение вопросов гендерной принадлежности? Подобный анализ помогает определить, требуется ли уделять дополнительное внимание тем или иным аспектам коммуникации и привлекать к обсуждению проблем в сфере биоразнообразия иную аудиторию.

Кроме того, большое значение имеет правильность определения целевой аудитории для отдельно взятых коммуникационных продуктов. Рассматриваются ли женщины, несовершеннолетние лица обоих полов и иные уязвимые группы как часть вашей целевой аудитории? Если да, то известно ли вам, насколько полный доступ они имеют к информации и материалам, распространяемым вашей организацией?

Вопросы для рассмотрения в связи с гендерными барьерами на пути к информации

Способы передачи информации могут ограничивать круг лиц, имеющих доступ к ней. К числу факторов, определяющих, кто именно способен получать информацию, относятся доступ к государственным услугам, доступность информации в сельских и городских районах и доступ к печатным изданиям, радиовещанию, интернету и телевизионным продуктам. Гендерная принадлежность в значительной степени влияет на доступность информации. В частности это происходит следующим образом:

- Женщины, девочки и представители уязвимых групп часто имеют более низкий уровень грамотности и хуже владеют официальными языками
- Женщины и представители уязвимых групп часто не имеют мобильных телефонов, радио- и телеприемников или возможности их свободного использования
- Женщины и девочки обычно сильно загружены различными обязанностями, в связи с чем у них остается меньше времени для пользования средствами массовой информации в сфере теле- и радиовещания и в сети интернет
- В среднем женщины имеют более низкий доход по сравнению с мужчинами, в связи с чем их финансовые возможности, связанные с приобретением интернет-услуг или компьютера, могут быть ограничены



СОВЕТЫ

Советы по преодолению гендерных барьеров на пути к информации

Вопросы для рассмотрения:

- Какие факторы ограничивают доступ женщин/мужчин/уязвимых групп к сообщениям, мероприятиям или продуктам?
- Учитывается ли в работе с сообщениями, идеями, мероприятиями и продуктами рабочая нагрузка, доступ к информации и услугам, а также мобильность женщин/мужчин/уязвимых групп?
- Соответствуют ли сообщения потребностям и обстоятельствам жизни женщин/мужчин/уязвимых групп?

Преодоление барьеров, препятствующих коммуникации:

- Распространение информации о правах и приоритетах развития в форме графических материалов или комиксов
- Распространение информации посредством СМС-сообщений или устных рассказов
- Привлечение женских организаций или общественных групп к распространению информации в устной форме
- Выделение периодов льготного доступа к общинным интернет-услугам для женщин и девочек



3. Определение задач коммуникации

КАКОЙ РЕЗУЛЬТАТ ВАМ НЕОБХОДИМ?

Чтобы добиться от людей изменений, необходимых для достижения ваших целей, следует определить задачи коммуникации, способствующие достижению соответствующих целей.

Задачи коммуникации должны:

- Быть конкретными, измеримыми и четко определять результаты, которые необходимо достичь
- Быть реалистичными, достижимыми и приемлемыми
- Создавать мотивацию для изменений в области знаний, отношения или поведения, в связи с чем не быть ни завышенными, ни заниженными
- Предусматривать срок достижения результатов

В качестве примера можно назвать такие задачи, как привлечение людей к решению проблем, привлечение внимания к проблеме, повышение уровня знаний или осведомленности, создание мотивации к определенному поведению или развитие навыков, позволяющих принимать необходимые меры.

Задачи должны соответствовать критериям, укладывающимся в английскую аббревиатуру **SMART**:

- **Specific** (конкретные)
- **Measurable** (измеримые)
- **Acceptable** (приемлемые)
- **Realistic** (реалистичные)
- **Time related** (ограниченные по времени)

Пример задачи, не соответствующей критериям SMART:

«В течение ближайших лет повысить экологическую сознательность населения».

Слишком расплывчатая формулировка. Не будет возможности определить, насколько успешными были усилия, предпринятые в сфере коммуникации.

Пример задачи, соответствующей критериям SMART:

«В течение 3 лет на 95 % сократить количество мусора, оставляемого после себя посетителями парка».



КАК ОПРЕДЕЛЯТЬ ЗАДАЧИ КОММУНИКАЦИИ

Для постановки адекватных задач коммуникации необходимо полное понимание того, что целевой группе известно о проблеме, каково ее отношение к проблеме и какова ее модель поведения.

Три разновидности потенциальных задач коммуникации

Образовательные задачи: если целевые группы не осведомлены либо недостаточно осведомлены о проблеме, причинно-следственных связях или возможных решениях проблемы, задача коммуникации должна предусматривать обеспечение соответствующих знаний и понимания ситуации.

Пример: жители охранной зоны не понимают, что используемые ими способы рыбной ловли наносят урон окружающей среде, что приведет к сокращению их доходов в будущем.

Задачи, связанные с изменением отношения: если целевые группы демонстрируют «неправильное» отношение к проблеме или сопротивляются перспективным решениям проблемы, задача коммуникации должна предусматривать изменение отношения целевых групп таким образом, чтобы оно по меньшей мере не оказывало негативного воздействия на проблему, связанную с биоразнообразием.

Пример: жители охранной зоны категорически отказываются переходить на альтернативные способы рыбной ловли, отдавая предпочтение способам, которые традиционно использовались в данной местности.

Задачи, связанные с изменением поведения: если поведение целевой группы создает риск сокращения биоразнообразия, задача коммуникации должна предусматривать прекращение или изменение такого поведения.

Пример: охота в охранной зоне.

Ошибки, часто совершаемые при постановке задач коммуникации

- Задача коммуникации не определена надлежащим образом или слишком расплывчата.
- Выбраны слишком амбициозные задачи.
- Специалисты по коммуникации не участвуют в определении задач и планировании корректирующих мероприятий; им поручено лишь донести план или политику до субъектов деятельности в условиях минимального финансирования или его полного отсутствия.
- Отсутствие ясности относительно того, что требуется от целевых групп и что необходимо для достижения результата (например, знания, изменение отношения, новые навыки и методы).
- Задачи коммуникации предусматривают изменение поведения и ценностей людей при отсутствии понимания того, каким образом их поведение может быть изменено.
- Не учитываются социальные, экономические или иные потребности и побудительные мотивы целевой группы.
- Недостаточно продуманы индикаторы, что затрудняет оценку конечного результата.



ПРИМЕРЫ ЗАДАЧ КОММУНИКАЦИИ

Задача	Сфера изменений
80 % посетителей природных парков должны осознавать, что пеший туризм в определенных районах наносит ущерб природе и разнообразным популяциям дикой флоры и фауны.	Знания
80 % водителей автомобилей должны осознавать, что общественный транспорт наносит меньший вред окружающей среде, чем вождение личного автомобиля.	Знания
75% предприятий, использующих генетические ресурсы и/или связанные с ними традиционные знания, осознают, что им, возможно, придется выполнять требования регулирования ДГРСИВ при использовании генетических ресурсов или проведении исследований генетических ресурсов из другой страны.	Знания
Местное население, проживающее в природном парке, должно осознавать необходимость защиты определенных видов флоры и фауны, которым грозит исчезновение.	Отношение
Гостиницы на острове должны с одобрением относиться к введению систем экомаркировки, обучения, контроля и регламентирования.	Отношение
Исследователи и ученые признают ценность генетических ресурсов и традиционных знаний, связанных с генетическими ресурсами, для научных исследований и разработок и считают, что совместное использование выгод с поставщиками ресурсов и носителями знаний имеет важное значение	Отношение
75 % государственных должностных лиц, работающих в департаментах, деятельность которых оказывает воздействие на окружающую среду, такая как, например, разработка планов, связанных с развитием инфраструктуры, сельского хозяйства или промышленности, должны принимать во внимание положения национальных стратегий и планов действий по сохранению биоразнообразия (НСПДСБ).	Поведение
50 % директоров крупных компаний и 25 % директоров средних компаний, работающих в добывающих отраслях, должны включать проблемы биоразнообразия в бизнес-планы и миссию своих компаний.	Поведение
50% соответствующих секторов промышленности (например, косметика, фармацевтика, сельское хозяйство) участвуют в процессах регулирования ДГРСИВ	Поведение



ПРИМЕР

Задачи коммуникации, поддерживающие политическую цель в области регулирования ДГРСИВ

Знания: большинство государственных должностных лиц, представителей коренных народов и местных общин и соответствующих групп заинтересованных сторон информируются о вариантах и последствиях общей ориентации политики в области регулирования ДГРСИВ.

Отношение: значительно возросла доля государственных должностных лиц, представителей коренных народов и местных общин и соответствующих групп заинтересованных сторон, которые выражают заинтересованность в содействии разработке национальной политики или стратегий в области регулирования ДГРСИВ.

Поведение: репрезентативная группа в составе государственных должностных лиц, представителей коренных народов и местных общин и соответствующих групп заинтересованных сторон формулирует приоритеты, которые, по их мнению, следует отразить в национальной стратегии в области регулирования ДГРСИВ.

На основе [Стратегической коммуникации по вопросам ДГРСИВ: Концептуальное руководство и набор коммуникационных средств для практикующих специалистов](#) (Инициатива по созданию потенциала в области ДГРСИВ)



4. Разработка коммуникационной стратегии и выбор партнеров

Следующим шагом должна стать разработка в общих чертах плана действий по информационному взаимодействию с целевыми группами для достижения поставленных целей.

И хотя идея изложить все как можно более подробно часто кажется нам заманчивой, не всем захочется выслушивать детальный рассказ, да и необходимости в этом нет. На основе анализа целевых групп можно убедиться, что существуют различные потребности в информации и другие способы вмешательства, чтобы достичь желаемых изменений. Все это может оказать влияние на выбор способов информационного взаимодействия с целевой группой и на выбор возможных партнеров в работе.

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Стратегия коммуникации определяет выбор способа для достижения коммуникационных задач. Стратегия определяет основополагающее решение о подходе, который будет использоваться.

Частые ошибки при сообщении информации

- Сообщение аудитории избыточных фактов и информации без учета ее потребностей и уровня понимания ею проблем.
- Уверенность в том, что информация и научные факты, экологические или юридические соображения являются лучшим способом убедить людей придерживаться определенного образа мыслей.
- непонимание того, что аудитории не всегда доступна специальная информация или же она слишком наукообразна и непривлекательна. В этом случае аудитория может посчитать, что информация для нее несущественна.

Вопросы, предваряющие выбор коммуникативного подхода

- Кто занимается решением текущей проблемы?
- Является ли непосредственное информационное взаимодействие с целевыми группами более эффективным или предпочтительней взаимодействие через партнеров?
- Является ли более эффективным сосредоточиться на отправке сообщений (односторонние коммуникации) или предпочтительней задействовать двусторонний процесс?
- Является ли более эффективным сосредоточиться на информативном подходе (т. е. на сообщении информации о функциональных аспектах проблемы), на эмоциональном подходе или их сочетании?

Непосредственное информационное взаимодействие или взаимодействие через партнеров?

В зависимости от взаимоотношений вашей организации с целевой группой более эффективным может оказаться информационное взаимодействие через партнеров. В определенных случаях у посредников может быть более свободный доступ к целевой группе, более высокая степень доверия или более устоявшаяся репутация в качестве примера для подражания лица, пользующегося авторитетом и влияющего на принятие решений.



Сотрудничая с партнерами при передаче сообщения, чрезвычайно важно сохранять контроль над этим сообщением. Следует убедиться в том, что посредник понимает все нюансы и детали вашей стратегии, в том числе, когда, где и как обратиться к целевой группе, а также не отклоняется от основного смысла сообщения при взаимодействии с целевой группой.

Сосредоточиться на отправке сообщений (односторонние коммуникации) или задействовать двусторонний процесс?

Коммуникация, как правило, представляет собой нисходящий процесс, основная цель которого – доставка информации и продуктов целевым группам. Это более традиционный взгляд на коммуникацию.

В этой «вертикальной» модели лицо, получающее информацию, является до некоторой степени пассивным объектом. Односторонняя модель коммуникации ориентирована на информирование и убеждение, чтобы оказать влияние и внести проблемы в повестку дня.

В «горизонтальной» модели коммуникации основное внимание уделяется диалогу, цель которого – выработать общее понимание.

Коммуникация представляет собой двусторонний процесс, основное внимание в котором уделяется процессу, обратной связи, диалогу и людям, а не продуктам, информации, проблемам и технологиям.

Выбор подхода зависит от ситуации.

При решении относительно простой и ясной проблемы очень эффективным может быть акцент на сообщении информации (например, призыв к посетителям национального парка не мусорить) (вертикальная модель).

При решении более сложной проблемы и необходимости сотрудничества различных целевых групп с различными интересами наиболее эффективным будет двусторонний процесс коммуникации (горизонтальная модель).

Такой многосторонний процесс, как регулирование ДГРСИВ, является примером коммуникации, которая не ограничивается одним отправителем и несколькими получателями информации. Напротив, различные группы заинтересованных сторон должны вести между собой диалог, обмениваясь мнениями и выступая как отправителями, так и получателями информации. В таких случаях национальный координационный центр, например, будет скорее играть роль координатора, содействующего диалогу, нежели односторонним источником информации.

Использовать информативный подход, эмоциональный подход, подход, ориентированный на конкретные действия, или их сочетание?

И в этом случае выбор наиболее эффективного подхода зависит от ситуации. В таблице, приведенной ниже, представлены для рассмотрения примеры различных подходов как часть стратегии взаимодействия с целевыми группами.

Принимая решение об установлении партнерских отношений

- Составьте общий обзор организаций, сотрудничающих с целевой группой и также организаций, взаимодействующих в отношении аналогичных ценностей, знаний и методов работы.
- Определите возможные преимущества партнерства с этими организациями:
 - Знания, квалификация, сообщества и прочие ресурсы
 - Больше доверие к вашей информации
 - Более свободный доступ к целевым группам
- Определите возможные недостатки партнерства:
 - Более сложный процесс принятия решений
 - Различия в целях и культуре
 - Ресурсы, необходимые для развития партнерских отношений.



Подход	Описание	Пример
Информативный подход	Функциональная информация о проблеме, ее причинах и возможных путях решения	НПО, распространяющая брошюры о загрязнении озера и предлагаемых мероприятиях для решения проблемы.
Эмоциональный подход	Образы, которые созвучны стилю жизни и ценностям определенной целевой группы	Цель кампании Гринпис – создать отрицательный образ химической промышленности, демонстрируя изображения огромных промышленных комплексов, которые выглядят устрашающими и отчуждающими.
Подход, ориентированный на конкретные действия	Акцент на желаемом изменении поведения целевой группы	Вручаемые при входе листовки с призывом не мусорить в национальном парке.

ПРИМЕРЫ ПОДХОДОВ К КОММУНИКАЦИИ

Сообщение	Подход
Правительство готовит закон об оценке воздействия на окружающую среду, прочтите законопроект и отправьте свои замечания.	Информативный подход
В управлении лесными ресурсами используйте метод Pro Silva. Он снижает затраты, обеспечивает стабильный доход, способствует большему росту подлеска и улучшает иммунную систему леса.	Информативный подход
Если вы используете генетические ресурсы для исследований, вам необходимо получить предварительное обоснованное согласие и заключить соглашение в целях совместного использования выгод с поставщиком ресурсов.	Информативный подход
Ваш лес – это не только ваша собственность, это также собственность всех живых существ, проживающих в лесу, и их будущих поколений.	Эмоциональный подход
Нам необходимо сохранить природные ресурсы для будущих поколений; каждый человек имеет право на здоровую окружающую среду.	Эмоциональный подход
Быть в авангарде в деле обеспечения справедливости и равенства для хранителей биоразнообразия благодаря соблюдению требований в отношении доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод.	Эмоциональный подход
Международный день биологического разнообразия: окружающий мир изменяется. Отправляйте свои идеи для участия в нашем конкурсе плакатов и видеозаписей с мобильного телефона!	Поведенческий подход



Сообщение

Подход

Теперь мы можем прекратить использовать химические вещества X и заменить их химическими веществами Y, экологически безопасным продуктом, который к тому же экономичен.

**Поведенческий
подход**

Получая предварительное обоснованное согласие коренных народов и местных общин на использование их традиционных знаний, вы признаете ценность этих знаний и способствуете соблюдению их прав и традиций.

**Поведенческий
подход**



5. Что вы хотите сообщить? Создание сообщения

Формулировка эффективных сообщений требует детального понимания проблемы и также знаний, отношения и практик целевых групп касательно данной проблемы.

До того как начинать:

- Сделайте приблизительный набросок того, что необходимо сообщить целевым группам
- Убедитесь, что сообщение согласуется с миссией и/или политиками организации
- Сформулируйте подтемы, в которых подчеркиваются преимущества для целевых групп

КАК СФОРМУЛИРОВАТЬ СООБЩЕНИЕ

Установите связь между сообщением и организацией (отправителем)

Сообщение должно соотноситься с образом и особенностями отправителя. В противном случае к нему отнесутся с недоверием. Так, например, если корпорация не утилизирует токсичные отходы или в своей производственной деятельности пренебрегает интересами местного населения, а затем распространяет брошюру о важности биоразнообразия для компании, то такая информация не вызовет доверия и даже может привести к отрицательным последствиям.

Выберите стиль изложения, понятный целевой группе

Целевая группа должна понять и принять сообщение. Сообщение должно соотноситься с характерными признаками целевой группы: имеющиеся знания, отношение, уровень образования, образ жизни, интерес и вовлеченность в проблему и пути ее решения.

В своем сообщении соблюдайте равноправие полов

Если гендерные различия в отдельных случаях приобретают особое значение, избегайте использования собирательных терминов (сообщество, люди и пр.), которые предполагают, что ситуация для женщин и мужчин одинакова. В некоторых ситуациях более эффективным может стать открытое и недвусмысленное упоминание конкретных групп (например, женщины сельской местности, мальчики-подростки).

Не забывайте, что преимущественное использование слов в мужском роде усиливает впечатление, что мужчинам свойственна доминирующая роль, а женщинам – пассивная. Избегайте использования слов «он» и «его» для обозначения типовой роли. По мере возможности используйте множественные формы существительных и местоимений или оба местоимения (например, вместо местоимения «его» используйте «их», вместо местоимения «он» используйте словосочетание «он или она»). Аналогичным образом избегайте использовать слово «мужчина» для обозначения типовой роли; если уместно, используйте слово «человек».

При использовании иллюстраций очень важно избегать изображений, цветов и символов, которые усиливают стереотипные представления о мужественности/женственности и типовых ролях. Иными словами, иллюстрации могут способствовать подчеркиванию идеи гендерного неравенства и усиливать характер гендерной изоляции. В идеале изображения должны включать и мужские, и женские образы, и ни один из них не должен превосходить другой по числу или размеру. Изображайте мужчин и женщин, занятых выполнением разнообразных работ и заданий, которые не подчеркивают гендерных стереотипов. Так, например, исключительное изображение женщин с детьми на руках или в домашней обстановке, а мужчин — в формальной рабочей обстановке может подчеркнуть недооценку вклада женщины в производительный труд и вклада мужчины в выполнение домашних обязанностей.



Направляйте усилия на достижение установленных коммуникационных задач

Сообщение должно служить достижению коммуникационных задач (будь оно нацелено на знания, отношение и/или поведение).

Если основной целью, к примеру, является информирование, то сообщение должно содержать факты, связанные с проблемой, ее причинами и способами решения. В подобных случаях увещательное сообщение не будет эффективным. Если основной целью является намерение повлиять на отношение, например, создать положительный образ НПО как часть стратегии привлечения финансирования, то сообщение должно обращаться к эмоциям.

Примеры слишком многословных сообщений, связанных с биоразнообразием

- Рост народонаселения означает растущие потребности в пространстве и пищевых продуктах, а это угрожает биоразнообразию
- Рост городов, интенсивное сельское хозяйство и лесоводство захватывают естественные места обитания
- Расширение сети автомагистралей, железных дорог и энергетических сетей приводит к фрагментации мест обитания и отпугивает некоторые виды
- Чрезмерное использование природных ресурсов приводит к исчезновению отдельных видов
- Загрязнение окружающей среды оказывает вредное воздействие на здоровье животных и растений в той же мере, что и на здоровье человека
- Экологические катастрофы, такие как разливы нефти, имеют разрушительные последствия для птиц, а также для морской флоры и фауны
- Согласно прогнозам, изменение климата приведет к переселению многих видов в другие регионы или к их полному исчезновению
- Инвазивные чужеродные виды вторгаются в экосистемы, которые не являются естественной средой их обитания, успешно там внедряются и подавляют эндемичные виды, тем самым негативно влияя на естественное биоразнообразие

В целях коммуникации (и принятия мер) вышеперечисленные проблемы, связанные с биоразнообразием, можно было бы описать более конкретно, задав следующие вопросы:

- Каков **масштаб** проблемы в качественном и количественном выражении?
- По какой причине эта проблема требует **безотлагательного решения**? Что произойдет, если не будет принято никаких мер?
- Каковы **контекст** и **причины** проблемы?
- Какие **действия** приводят к возникновению проблемы?
- Какие **стороны ответственны** за эти действия?
- Какие **стороны заинтересованы** в осуществлении этих действий?



Убедитесь, что стиль сообщения соответствует коммуникационной стратегии

Сообщение должно соответствовать коммуникационной стратегии. Стиль должен отражать это соответствие, будет ли он юмористическим, угрожающим, фактологическим, общедоступным/неформальным и т.д. Он также должен отражать и стратегический подход (информативный, эмоциональный, ориентированный на конкретные меры).

Используйте правильные средства и способ передачи сообщений

Способ, который вы используете для передачи сообщения, может как усилить, так и ослабить его значение. Так, например, если правительство распространяет брошюру с информацией о том, что оно ценит мнение местных общин в отношении охраны дикой природы, в то время как само никогда не прислушивалось к этим общинам, то эта информация не вызовет доверия. Но если это сообщение было высказано группой представителей правительства непосредственно во время посещения сельского собрания, где местным жителям предложили высказать свои соображения и поделиться идеями, то это сообщение будет более убедительным.

Различия между задачей коммуникации и сообщением: на примере ДГРСИВ

Основное различие между задачей коммуникации по вопросам ДГРСИВ и сообщением относительно ДГРСИВ заключается в том, что вы НЕ ГОВОРИТЕ о ДГРСИВ. Это может прозвучать странно – но дело в том, что большинство людей совсем не интересуется «ДГРСИВ» или «Нагой». Что они хотят знать: «Какое отношение это имеет ко мне и моей группе или общине? Как это влияет на меня и моих клиентов?». То есть людей интересуют преимущества, которые они могут получить от ДГРСИВ и Нагойского протокола. Они также хотят иметь представление о расходах, например, о цене, которую им придется заплатить, или усилиях, которые придется предпринять в обмен на возможность пользоваться соответствующими преимуществами. Например, «если вы участвуете в этом диалоге с другими заинтересованными сторонами, вы сможете влиять на разработку политики и норм, которые будут приемлемы для вас и вашего сектора/общины/клиентов».

Таким образом, вместо того, чтобы говорить о сложном и противоречивом характере всех этих вопросов регулирования ДГРСИВ, вы рисуете перед своей аудиторией привлекательную картину того, какое великое будущее ждет их, когда люди начнут участвовать в регулировании доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод. Успешные компании социального маркетинга называют это «продажей запаха мяса» вместо колбасы, потому что именно вожденные звуки и запахи пробуждают у людей аппетит. Не превращайте ДГРСИВ в вопрос, доступный только ученым или юристам. Вместо этого посмотрите на него с точки зрения маркетинга, как на товар, который необходимо продать.

Многие сообщения опираются на психологию и/или социальную сознательность. Они обещают стимулы или поощрения, вызывают чувство страха, работают с примерами для подражания, призывают к гражданскому долгу и т.д. Они могут также поддерживать коммуникационную стратегию и ее задачи посредством юмора, общедоступного или неофициального стиля, предоставления фактов или предложения выводов.

На основе [Стратегической коммуникации по вопросам ДГРСИВ: Концептуальное руководство и набор коммуникационных средств для практикующих специалистов](#) (Инициатива по созданию потенциала в области ДГРСИВ)



ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ПРОВЕРКА СООБЩЕНИЙ

Когда сообщение составляется, рекомендуется протестировать его одновременно со способом передачи, чтобы убедиться в том, что оно будет воспринято так, как было задумано.

Необходимо провести также предварительную проверку иллюстраций и сообщений на предмет возможного неверного истолкования или отсутствия ясности до того, как они будут напечатаны и распространены. Так как сообщение тесно связано со способом его передачи, то рекомендуется также использовать и предполагаемый способ передачи.

Предварительное тестирование является специфической формой исследования рынка. Как правило, схема проведения качественного исследования будет эффективной при проведении личных интервью с не менее чем 20 респондентами, желательно из целевой группы.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Предварительная проверка сообщений

- **Понимание.** Понимает ли целевая группа смысл сообщений? Присутствуют ли случаи непредвиденного истолкования вашего сообщения?
- **Уместность.** Ощущают ли члены целевой группы, что материалы предназначены специально для них?
- **Привлечение внимания.** Привлекают ли материалы внимание целевой группы?
- **Запоминающееся впечатление.** Помнит ли целевая группа о сообщении после нескольких случаев постороннего воздействия на нее?
- **Доверие.** Доверяет ли целевая группа сообщению/отправителю/источнику?
- **Приемлемость.** Соответствуют ли материалы и сообщения ценностям и культурным традициям целевой группы? Можете ли вы обнаружить ошибки, которых сейчас смогли бы избежать?
- **Привлекательность.** Возьмут ли члены целевой группы предлагаемую листовку? Остановятся ли, чтобы изучить плакат? Посмотрят ли специально подготовленный телевизионный рекламный ролик?
- **Изменение в знаниях, отношении и методах.** Повысила ли целевая группа уровень своей осведомленности по теме сообщения, изменила ли свое отношение и поведенческие намерения после ознакомления с материалами?

Если невозможно провести предварительное тестирование, проверьте сообщение на возможность катастрофических последствий!

В тех случаях когда вы ограничены во времени, в персонале или в денежных средствах для проведения предварительного тестирования, можно провести по меньшей мере проверку сообщения на возможность катастрофических последствий среди ограниченного числа людей, не связанных с подготовкой сообщения. Эта процедура называется «проверка на возможность катастрофических последствий», потому что, как показывает опыт, люди, связанные с подготовкой информационного сообщения, иногда не ожидают непредвиденных последствий, таких как решительное сопротивление, вызванное стилем сообщения. Возникновение таких последствий на более позднем этапе может стать поистине катастрофическим, например, после появления публикации в самой популярной газете. К проведению проверки на возможность катастрофических последствий можно привлечь супруга(-у), знакомых, соседей или сотрудников.



6. Как донести сообщение: выбор средства коммуникации

«Средства» коммуникации представляют собой способы связи с целевыми группами

На этом этапе планирования стратегической коммуникации необходимо выбрать «средства» коммуникации для донесения информации до целевой группы. «Средства» или «каналы» коммуникации позволяют целевой группе увидеть и/или услышать сообщение. Средства коммуникации оказывают сильное воздействие на эффективность коммуникации, так как формируют связь между вашей организацией и целевой группой.

Разнообразие средств коммуникации

Выбор средств коммуникации может сильно различаться в зависимости от ситуации. Личная встреча является одним из лучших средств коммуникации. Для **национальных координационных центров и специалистов-практиков в области биоразнообразия**, общающихся с (нужными) людьми за пределами вашего агентства, это может стать эффективным и экономичным инструментом.

В инициативах, связанных с биоразнообразием, часто используются такие инструменты, как средства массовой информации, плакаты, брошюры или фильмы, но без надлежащего анализа наиболее действительных «средств» для решения определенных проблем.

Возможные опасности при выборе средств коммуникации

Опасность	Наиболее распространенный результат
Трата времени и энергии на разработку коммуникационной стратегии и поспешное создание средства коммуникации (например, брошюры или компакт-диска).	Средство коммуникации не обладает привлекательностью или достаточным качеством, чтобы завоевать доверие целевой группы.
Инвестирование в средство начинается прежде, чем получены ответы на основные вопросы в отношении стратегии (поспешность при выборе средства).	Весьма вероятно, что усилия в сфере коммуникации не будут отличаться эффективностью.

КАК ВЫБРАТЬ ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ

Выбор средств коммуникации зависит от задач коммуникации, характеристик целевой группы, сообщения, бюджета и опыта в использовании различных средств коммуникации.

Помогают ли средства достижению поставленных коммуникационных задач?

Являются ли выбранные средства удовлетворительными для достижения задач коммуникации? Ответ на этот вопрос требует обоснованной оценки.

Пример. Для получения поддержки местного населения в кампании против атомной электростанции межличностное общение (посещение жителей на дому, собрания и пр.) будет более эффективным, чем использование СМИ (к примеру, объявления и публикации в газетах).



Привлекает ли выбранное средство внимание целевой группы?

Используемые средства должны быть легко доступны целевой группе и вызывать у нее доверие. Средства должны оцениваться исходя из доступности, затрат и признания их значимости, иными словами, это должны быть средства массовой информации, которые пользуются самой высокой оценкой и доверием целевой группы.

Придают ли средства коммуникации убедительности сообщению?

Пример. Если правительство распространяет брошюру с информацией о том, что оно ценит мнение местных общин об охране дикой природы, тогда как с этими общинами никогда ранее не консультировались, эта информация не вызовет доверия. Но если это сообщение было высказано группой представителей правительства непосредственно во время посещения сельского собрания, где местные жители могли высказать свои соображения и поделиться идеями, это сообщение будет более убедительным.

Позволяет ли бюджет использовать эти средства?

Бюджет является важным элементом при выборе средств коммуникации. Затраты на производство и распространение средств должны оцениваться в сравнении с ожидаемым результатом воздействия на целевую аудиторию. Если бюджет ограничен:

- Рассмотрите возможность использования недорогих СМИ с более широким охватом аудитории (например, газеты, бесплатные объявления в журналах, новостные рассылки и пр.), особенно в тех случаях, когда более дорогие средства (например, видеоматериалы) могут быть не так эффективны в установлении контакта с целевой группой.
- Сотрудничайте с другими организациями. Это позволит вам использовать их каналы и средства коммуникации.
- Рассмотрите возможность временно отказаться от поверхностного общения с несколькими целевыми группами в пользу более тесной коммуникации с наиболее важной целевой группой.



7. Распределение ответственности: организация коммуникации

Эффективность коммуникации во многом зависит от организации работы. Четкое разделение заданий и сфер ответственности среди членов коммуникационной группы имеет первостепенное значение для успешной работы.

Не пытайтесь делать все самостоятельно!

Специалисты в области биоразнообразия зачастую проделывают большую часть работы в сфере коммуникации самостоятельно, чтобы осуществлять контроль и гарантировать достоверность информации. Такой подход может быть неэффективным, если:

- Аудитория считает, что специалисты «находятся по другую сторону баррикады»
- Специалисты не обладают достаточной квалификацией, чтобы донести информацию до аудитории на понятном ей языке
- Специалистам не хватает знаний и навыков, чтобы организовать интерактивные встречи

Лучше, если национальные координационные центры и специалисты-практики в области биоразнообразия управляют процессом и делегируют проведение коммуникационных мероприятий специалистам и организациям, которые могут распространять информацию среди своих заинтересованных групп и сообществ (например, за счет обеспечения бесплатной рекламы в СМИ или использования новостных рассылок или журналов НПО, местной администрации и пр.).



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Инструктаж членов группы и партнеров

Всегда вручайте членам группы и партнерам письменные инструкции, но также проводите обсуждение инструкций при личных встречах. Задавайте вопросы, чтобы избежать недопонимания. При проведении инструктажа объясняйте и описывайте:

- Основные сведения о задании (текущее положение дел, описание проблемы или спорного вопроса)
- Задачи и задания
- Целевые группы (максимально подробно: кто конкретно?)
- Цель коммуникации (чего мы хотим добиться?)
- Стратегию коммуникации (каким образом мы хотим этого добиться?)
- Бюджет
- Условия (фирменный стиль, форматы общения, отчетность и пр.)
- Примеры требуемых результатов (иллюстрации, печатные материалы и т. п.)
- Сроки исполнения
- Дальнейшие шаги

При необходимости добавляйте такие приложения, как:

- Список адресов
- Информация о конкурентах по данному вопросу
- Информация о более ранних проектах по данному вопросу
- Информация о долгосрочных целях организации и пр



8. Планирование мероприятий, связанных с коммуникацией

Чтобы сообщение о биоразнообразии получило широкий резонанс, необходимо планирование коммуникационных мероприятий, которые послужат достижению общих целей организации.

Лучше всего для этой цели подходит схематический краткий обзор с конкретным указанием, *кто что будет делать и когда*. Иногда полезным будет составление двух планов: один план - для подготовки коммуникационных мероприятий, второй - для этапа реализации.

Несколько полезных советов, которые помогут при планировании

- Реалистично оценивайте время, необходимое для реализации проекта, учитывайте время, которое понадобится для достижения итогов проекта, и также время и вводимые ресурсы, необходимые для организационного процесса. Это особенно важно, если вы работаете с партнерами и посредниками.
- Выделяйте достаточно времени на планирование коммуникационных мероприятий.
- Выделяйте время для внутренних коммуникаций, особенно с теми, кто принимает решения.
- Принимайте во внимание квалификацию тех, кто отвечает за реализацию плана коммуникации.

Частые ошибки при планировании коммуникации

- Неспособность выделять достаточно времени для получения действительной пользы от коммуникации, т.е. для возможности реального диалога с субъектами деятельности, установления взаимного доверия и придания субъектам деятельности чувства, что они являются совладельцами совместного предприятия.
- Поспешность при реализации коммуникационных мероприятий без установления реалистичных временных рамок.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Контрольный перечень вопросов при составлении плана коммуникации

- Какие задачи должны быть выполнены при подготовке коммуникационных мероприятий?
- Какие задачи должны быть выполнены в ходе реализации коммуникационных мероприятий?
- Кого необходимо привлечь? Каким образом? На каких этапах?
- Кто несет ответственность за отдельные пункты плана?
- Кто координирует совместные усилия?
- Какие основные этапы должны быть определены? Кто несет ответственность за проверку?



9. Сколько это стоит: составление бюджета

Многие организации выделяют на коммуникационные мероприятия очень ограниченные бюджеты. Решение, как потратить выделенные средства для достижения максимального эффекта, имеет стратегическое значение.

Факторы, которые необходимо учитывать при расчете бюджета

- **Персонал:** сколько сотрудников необходимо привлечь к работе и сколько времени они будут работать на проекте?
- **Внешняя поддержка:** существует ли необходимость нанимать внешних консультантов и специалистов? Если да, какими будут затраты?
- **Материальные затраты:** каковы затраты на разработку и производство средств коммуникации?
- **Затраты на распространение:** каковы затраты на распространение средств коммуникации?
- **Затраты на СМИ:** каковы затраты на публикацию на интернет-ресурсах и распространение в газетах, по радио и на телевидении?
- **Организационные затраты:** каковы затраты на рассылку почты, телефонные звонки, копирование и пр.?
- **Бюджет на непредвиденные расходы:** сколько средств необходимо оставить на непредвиденные расходы?

Частые ошибки при расчете бюджета на мероприятия в сфере коммуникации

Лица, принимающие решения, очень часто упускают из виду более доступные и эффективные методы организации субъектов деятельности (например, фокус-группы, проведение круглых столов, процессы, в которые вовлечены несколько субъектов деятельности). Их подготовка может занять больше времени, чем фильм, видеосюжет или телевизионные шоу, но может быть менее затратной.

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ: НЕЗАВИСИМЫЕ И СОБСТВЕННЫЕ СМИ

Онлайн-коммуникации обеспечивают экономически эффективные возможности для распространения информации.

Под **бесплатными СМИ** понимается внимание, которое привлекает ваша информация, размещенная на других медиаплощадках. Когда другие медиаплощадки публикуют вашу информацию, распространяют или комментируют ее содержание, то они бесплатно публикуют ваше сообщение. Цель грамотной коммуникативной стратегии заключается в привлечении максимального внимания бесплатных СМИ.

К **собственным СМИ** относятся сайты и медиаплощадки, непосредственно контролируемые вашей организацией. Вы можете контролировать, насколько заметна ваша информация о биоразнообразии, можете пригласить других сделать ссылки на ваш материал на их сайте или разместить материал в поддержку вашего сообщения на вашем сайте.

ОФФЛАЙН-КОММУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕННОГО БЮДЖЕТА

Вы также можете получить возможность бесплатной публикации в следующих случаях:

- Предоставление медиаплощадкам эксклюзивной истории, особенно если она действительно заслуживает освещения в СМИ и связана с местными событиями.



- Использование коммуникационных каналов других организаций, которые стремятся заработать репутацию компании, заботящейся об окружающей среде.
- Написание материалов для журналов, которые читают представители целевых групп.
- Предложить человеку, заслуживающему внимания СМИ, высказаться по вашей проблеме.

Возможные источники финансирования коммуникаций в сфере биоразнообразия

Источники финансирования на национальном уровне включают:

1. Распределение правительственных доходов:
 - Прямое выделение средств из государственного бюджета
 - Облигации государственного займа и налоговые средства, предназначенные для сохранения биоразнообразия
 - Доходы от лотереи
 - Номерные знаки для автомобилей высокого класса
 - Марки, посвященные дикой природе
2. Гранты, пожертвования и финансирование проектов, поступающие от:
 - Международных организаций
 - Двустороннего сотрудничества
 - Различных фондов, неправительственных организаций и целевых фондов
 - Частного сектора
3. Доходы от туризма:
 - Плата за въезд в охраняемые районы
 - Сборы за плавание на яхте и подводное плавание
 - Сборы за пассажирское обслуживание в аэропортах и на круизных судах, налоги и штрафы
 - Гостиничные сборы
 - Добровольные взносы туроператоров
4. Налоги, лицензии, штрафы и лицензионные платежи:
 - Дополнительные природоохранные налоги на недвижимость
 - Плата за доступ к рыбопромысловым районам
 - Плата за доступ к районам любительского рыболовства
 - Штрафы за разлив нефти и специальные фонды
 - Лицензионные платежи за разработку морских месторождений газа и нефти
 - Доходы от производства гидроэлектроэнергии
5. Коммерческие инвестиции:
 - Инвестиции частного сектора в поддержку биоразнообразия
 - Проведение изыскательских работ в сфере биоразнообразия



10. Оценка эффективности коммуникации

Оценка – это важный этап в определении эффективности коммуникационной стратегии. Целью оценки должно быть определение эффективности итогов ваших коммуникационных усилий.

Оценка преследует несколько целей:

- Обосновать ваши усилия в сфере коммуникаций перед руководством организации и субъектами деятельности
- Определить, какие из методов являются наиболее эффективными и целесообразными для последующего воспроизведения проекта или подхода
- Организовывать будущие коммуникации и управлять им более эффективно
- Проанализировав достигнутые результаты, оптимизировать действия в будущем

Оценка позволяет сделать выводы, которые могут быть широко использованы на следующих этапах работы, и является важным средством для понимания того, как следует осуществлять изменения. Оценка обеспечивает фактический материал для обеспечения поддержки коммуникационных мероприятий.

Трудности при оценке результатов

Оценить эффективность коммуникации довольно сложно по следующим причинам:

- Коммуникация не является обособленным событием, а это не позволяет выделить тот эффект, который оказали непосредственно коммуникационные усилия.
- Большинство целевых групп постоянно бомбардируются сообщениями от многочисленных отправителей.
- Тем, кто занимается рекламой, хорошо известна поговорка: *«Из каждого доллара, потраченного на рекламу, половина потрачена напрасно. К сожалению, мы не знаем, какая это половина».*

КАК ОЦЕНИВАТЬ ПРОГРАММУ ПО КПИО

Оценка программы по КПИО зависит от ясности задач и желаемых конечных результатов. Вместо того, чтобы подсчитывать, сколько брошюр было напечатано или сколько плакатов было распространено (конечные продукты), желательно попытаться оценить фактическое воздействие и конечный результат коммуникационного или образовательного мероприятия. Для измерения прогресса в достижении ожидаемых результатов разрабатываются специальные индикаторы достижения результатов.

Очень важно четко обозначить задачи и конечные результаты программы по КПИО и отделить их от целей и конечных результатов общих программ, связанных с биоразнообразием, поддержку которым оказывают программы по КПИО. Безусловно, программа по КПИО предназначена для того, чтобы содействовать достижению целей в области биоразнообразия. Однако имеется множество других инструментов, которые также оказывают воздействие на конечные результаты, такие как поощрение за смену видов экономической деятельности.



Целью программ по КПИО является повышение уровня осведомленности людей, знаний, понимания, уверенности и навыков с тем, чтобы повлиять на их деятельность и отношение, которые могут оказывать воздействие на аспекты, связанные с биоразнообразием. Наиболее желательными являются изменения в методах или в моделях поведения компонентов этих методов. Максимально возможное выражение задач программы в количественной форме облегчает оценку результата (например, после двух месяцев 80 % населения, проживающего на прилегающих территориях, знают, что охотиться на животных в новом охраняемом районе незаконно).

Цели в области биоразнообразия могут быть связаны с сокращением применения видов деятельности и методов, оказывающих прямые нагрузки на биоразнообразие, содействием устойчивому использованию, сохранением экосистем, видов и генетического разнообразия, повышением выгод, получаемых от биоразнообразия, и расширением партнерских связей и участия в позитивных инициативах, связанных с биоразнообразием.

Для оценки программ по КПИО необходимо ответить на два вопроса:

- Каких изменений в знаниях, отношении и методах вы добились своей работой в рамках программ по КПИО?
- Каких конечных результатов вы добились?

С помощью оценки мы проверяем, все ли мы делали правильно, чтобы достичь цели (оценка процесса), или определяем произошедшие изменения (сравнительная оценка).

КОГДА ПРОВОДИТЬ ОЦЕНКУ?

Обычно оценку проводят по завершении программы. Зачастую к оценке привлекают группу, не принимающую участие в ее реализации. Чаще всего условия оценки определяются финансирующим учреждением, что является неотъемлемой частью проектов с внешним финансированием.

КАКИЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИСПОЛЬЗОВАТЬ

Цели оценки могут быть выражены в количественной или качественной форме, иногда эти два подхода могут сочетаться.

- Количественная оценка представляет результаты в цифрах, что позволяет определить долгосрочные тенденции и эффективность различных подходов. Так, например, знания могут быть проверены и связаны с различными возрастными и гендерными группами или регионами.
- В качественных оценках обычно используются такие методы сбора данных, как подробное интервью, нерегламентированное интервью, непосредственное наблюдение и письменные документы.
- Объектом оценки может быть процесс работы в рамках программы по КПИО или ее воздействие.
- При оценке процесса определяется, что происходило в оцениваемый период, как выполнялась каждая из частей программы и насколько проводившиеся мероприятия соответствовали запланированным.
- При сравнительной оценке определяются произошедшие изменения и то, насколько эти изменения были вызваны программой.



В зависимости от времени проведения сравнительной оценки могут быть использованы два подхода.

Время проведения исследования	Пример
До и после реализации программы по КПИО	Исследование знаний, отношений и методов непосредственно перед началом осуществления программы по КПИО, а также после ее завершения, чтобы оценить изменения. (При этом следует помнить, что отнести любые изменений непосредственно на счет программы по КПИО может быть трудно).
После реализации программы по КПИО	Проведение исследований после завершения осуществления программы по КПИО и сравнение знаний, отношений и методов с соответствующими качествами идентичной парной или контрольной группы, которая не принимала участия в программе.

КАК ИЗВЛЕЧЬ НАИБОЛЕЕ ЦЕННЫЕ УРОКИ ИЗ ИТОГОВ ОЦЕНКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПАРТИСИПАТИВНОГО ПОДХОДА

Партисипативные подходы все чаще используются для определения итогов и индикаторов для программы, а также для мониторинга и оценки. Это отражает возрастающее стремление к сотрудничеству при решении проблем, разделению ответственности при принятии решений и созданию учебных общин и организаций.

Партисипативная оценка проводится с привлечением тех, кто принимает участие в программе, хотя может быть целесообразно привлечь внешнего специалиста по оценке для помощи в управлении процессом.

Подходы к партисипативному приобретению знаний и оценке также называются исследованием действием или приобретением знаний через действие.

Основные принципы партисипативных подходов

- Местные общины должны быть активными участниками, а не только источниками информации.
- Субъекты деятельности оценивают, внешние участники обеспечивают процесс оценки.
- Мониторинг и оценка повышают способность субъектов деятельности анализировать и решать проблемы.
- Процесс должен укреплять решимость принимать рекомендуемые корректирующие меры.

[Deepa Narayan, Participatory Evaluation: Tools for Managing Change in Water and Sanitation, World Bank Technical Paper No. 207, Всемирный банк \(1993 г.\)](#)



Особенности партисипативного мониторинга и оценки

- Возможность оценивать процесс имеют все субъекты деятельности
- Четкие цели и индикаторы успеха, которые стимулируют подотчетность и могут быть подвергнуты мониторингу и оценке соответствующими участниками и лицами, принимающими решения, на всех уровнях
- Возможность проанализировать результаты принятых ранее мер и позволить людям тщательней обдумать свои будущие действия
- Наличие и количественных, и качественных элементов
- Подходы с позиций оценки методом 360 градусов, такие как самооценка, оценка бенефициаров и партисипативный мониторинг результативности
- Активное и значимое участие одного или более субъектов деятельности в разработке, реализации, анализе и критическом обзоре мониторинговых и оценочных мероприятий
- Основа для исследования партисипативных действий, социальных исследований, теории и практики мониторинга и оценки
- Рассмотрение партисипативного процесса как одного из средств достижения цели (процесс участия) и как самоцели (более активное участие людей и/или повышение качества вовлеченности)
- Использование оценки как одного из обучающих средств, в котором заявленные перспективы членов группы ориентируют разработку и адаптацию программ
- Стратегии подхода к каждому человеку или группе и привлечения их в начале проведения оценки

[Источник: Allen, W. Kilvington, M. Horn, C. 2002 год, Using Participatory and Learning Based Approaches for Environmental Management to help achieve constructive behaviour change, Land Care Research, Министерство охраны окружающей среды, Новая Зеландия, стр. 35–37](#)



ВЫБОР ИНСТРУМЕНТОВ ОЦЕНКИ

Существует множество инструментов для оценки процессов и результативности программы по КПИО. Выбор инструмента зависит от того, что вы хотите оценить.

Объект оценки	Инструменты оценки
Сбор данных	Записи, журналы регистрации, журналы учета, списки присутствующих
Качество программы	Экспертные обзоры, наблюдения, самооценка персонала, результаты работы персонала
Реакция участника	Чертежи, фотографии, журналы учета, журналы регистрации, доска объявлений, ящики для предложений, анализ замечаний, отзывы потребителей, короткие рассказы, наблюдения
Знания и поведение участников	Опросы, интервью, концептуальные карты, наблюдения, фокус-группы, фотографии, опросники, презентационные материалы, видеосюжеты
Исследование действием	Журналы учета, протоколы заседаний, видеосюжеты, наблюдения для оказания участникам поддержки в оформлении своих мыслей и проведении анализа
Влияние СМИ	Обратная связь через интернет, опросы по телефону, электронной почте, при личной встрече, визиты
Качество материалов	Читабельность, предварительное тестирование, тестирование, наблюдения
Вовлеченность участника	Методы быстрой партисипативной оценки (например, дискуссионные группы, картирование, модели, отслеживание ответов, расписания, тенденции и пр.)



Дополнительные ресурсы для разработки стратегии коммуникации

[Communicating for Success: Ensuring Marine Protected Areas are Valued](#) (Успешная коммуникация: обеспечение понимания ценности морских охраняемых районов). В этом руководстве описывается, как использовать коммуникацию не только в качестве инструмента информационно-разъяснительной деятельности, но и в качестве катализатора изменений в отношении и поведении общины. В нем излагаются различные типы медиа-стратегий с пошаговыми инструкциями, которые помогут определить, какая стратегия является наиболее подходящей для различных ситуаций и как ее эффективно использовать.

[Strategic Communication for ABS: A Conceptual Guide and Toolkit for Practitioners](#) (Стратегическая коммуникация по вопросам ДГРСИВ: концептуальное руководство и набор коммуникационных средств для практикующих специалистов). В настоящем руководстве содержатся рекомендации относительно роли, актуальности и использования коммуникации для внедрения систем регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод (ДГРСИВ) на национальном уровне. В нем содержится обзор соображений, подходов и методов в области коммуникации на различных этапах обеспечения ДГРСИВ. Руководство также доступно на [испанском](#), [французском](#) и [португальском](#) языках.

[The Psychology of Climate Change Communication: A Guide for Scientists, Journalists, Educators, Political Aides, and the Interested Public](#) (Психология коммуникации по вопросам изменения климата: руководство для ученых, журналистов, педагогов, консультантов по вопросам политики и заинтересованной общественности). Руководство предназначено для всех, кто занимается коммуникацией по вопросам изменения климата, включая ученых, журналистов, преподавателей, священнослужителей и консультантов по вопросам политики, а также заинтересованных граждан, и призвано помочь лицам, занимающимся информированием, более эффективно донести информацию до двух ключевых аудиторий – широкой общественности и лиц, принимающих решения на уровне правительства и частного сектора. Принципы, содержащиеся в настоящем руководстве, должны способствовать повышению эффективности презентаций и дискуссий по вопросам изменения климата.



Знание своей аудитории

УМЕНИЕ СЛУШАТЬ

Первый шаг при освещении вопросов, связанных с биоразнообразием, состоит в том, чтобы научиться выслушивать и уважать чужую точку зрения. Для того чтобы вас услышали и поняли, необходимо, прежде чем обращаться к кому-то, понять представление этого человека о сути проблемы, о которой вы собираетесь ему сообщить.

Восприятие – это объектив, через который мы видим реальность. Рыбак может многое знать о море. Но он, возможно, рассматривает его совсем под иным углом зрения, чем биолог. Подобно ему, эксперт в области биоразнообразия исходит из определенных посылок, взглядов и принципов. Положение эксперта зачастую предполагает общение на профессиональном языке или жаргоне, который не всегда понятен другим. То, что у других групп имеется иное мнение о природе, совсем не значит, что они неправы. Никто не обладает монополией на истину!



СОВЕТЫ

как подстроиться под различные группы в составе общины

- Будьте внимательными и терпеливыми
- Избегайте снисходительного и покровительственного отношения
- Знайте, что каждый хочет внести свой вклад в общинные процессы
- Верьте в их силы и уникальный вклад
- Заранее поинтересуйтесь, когда они смогут принять участие в таких мероприятиях, как семинары или сбор данных
- Проводите отдельно встречи или семинары для конкретных людей или групп
- Уделяйте особое внимание поведению и уровню участия в ходе общинных мероприятий и посвящайте время индивидуальной регистрации участников

По материалам Естественной справедливости: [Биокультурные общинные протоколы. Инструментарий для общинных координаторов](#). Часть 1 понимание и использование инструментария.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИДЕЙ И ПОНЯТИЙ В ФОРМУЛИРОВКИ, ПОНЯТНЫЕ АУДИТОРИИ

Как эксперты в области биоразнообразия мы с большим оптимизмом оцениваем перспективы в этой сфере. Мы считаем, что чем больше людей воспользуются нашими знаниями, тем охотнее они поддержат меры по сохранению биоразнообразия. К сожалению, для большинства людей, не имеющих отношения к научным кругам, одной научной информации будет недостаточно, чтобы услышанное заставило их изменить свое отношение и поведение.

Определите, по каким эмоциональным и практическим причинам субъекты деятельности поступают именно так, а не иначе. Трансформируйте научные факты в побудительные понятия и идеи, импонирующие и близкие субъектам деятельности, свяжите их с эмоциями и личной выгодой этих людей.



Люди, как правило, прислушиваются к тому, о чем они имеют представление и во что они верят, отдавая предпочтение привлекательным для себя вещам. При отсутствии у них интереса они могут отказаться от слухового или зрительного восприятия обращенных к ним экологических посланий. Поэтому они могут не увидеть или не услышать обращение, столь тщательно подготовленное вами!

Вместо того чтобы пытаться просветить людей на тему биоразнообразия как такового, свяжите свое послание с интересами субъектов деятельности или аудитории и увяжите с аспектами, которые могут быть актуальны для их повседневной жизни.

Когда речь идет о повышении осведомленности о принципах доступа к генетическим ресурсам и совместном использовании выгод, особенно важно излагать свои мысли таким образом, чтобы они были понятны тем людям, к которым вы обращаетесь. Могут иметься значительные расхождения в плане используемых языковых формулировок, уровня образования и идей относительно того, что такое генетические ресурсы или традиционные знания, связанные с генетическими ресурсами, что подразумевается под доступом к таким ресурсам и/или знаниям или понятием совместного использования на справедливой и равной основе выгод. Фильмы «ДГРСИВ – простые объяснения», «Мониторинг ДГРСИВ» и «Люди, растения и прибыль» – хороший пример того, как сложный и ответственный процесс можно сделать доступным для самых разных людей, которым необходимо знать эту информацию и уметь ее использовать.



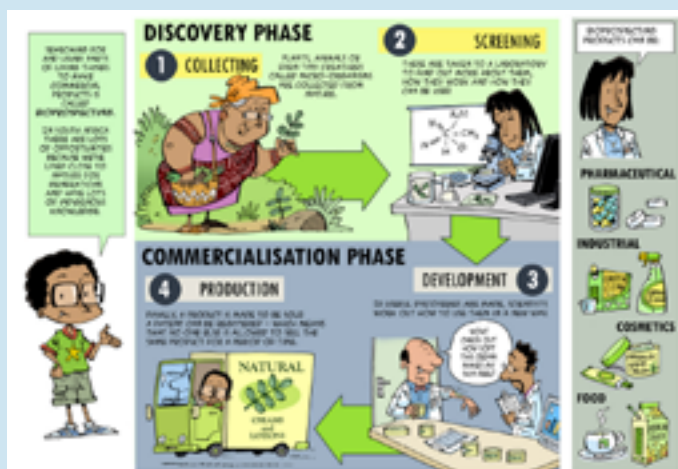
ПРИМЕР

Южная Африка. Серия видеороликов и плакатов, посвященных доступу к генетическим ресурсам и совместному использованию выгод

Не все осознают важное значение генетических ресурсов и связанных с ними традиционных знаний для разработки новых продуктов в различных секторах. Условия доступа к таким ресурсам и знаниям и совместного использования выгод от их применения может быть сложно довести до сведения людей, в частности определенных групп заинтересованных сторон.

В целях повышения информированности о соответствующих правовых рамках и в более общем плане по вопросам ДГРСИВ Южная Африка подготовила серию плакатов и анимационных видеороликов, содержащих практическую информацию. Эти материалы демонстрируют, как, казалось бы, сложные вопросы биоразнообразия могут быть донесены креативным и доступным способом.

Источник: [Плакаты и видеоролики. Серия плакатов и анимационных видеороликов по вопросам биоразведки, доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод.](#)





ПОНИМАНИЕ, ЧТО «СКАЗАТЬ» — ЕЩЕ НЕ ЗНАЧИТ «СДЕЛАТЬ»

Сообщение информации само по себе не означает, что ее применят на практике. Чтобы информация была услышана, понята и принята, а также применена на практике, нужно преодолеть несколько барьеров. Сказать, что что-то надо сделать, — не обязательно значит, что так будет сделано.

- **Сказать** — не обязательно значит, что тебя **услышат**.
- **Услышать** — не обязательно значит **понять**.
- **Понять** — не обязательно значит **согласиться**.
- **Согласиться** — не обязательно значит **сделать**.
- **Сделать** — не обязательно значит **делать так постоянно**.

Надлежащий метод состоит в том, чтобы сначала выяснить, как группа субъектов деятельности воспринимает ситуацию и какие мотивы могут подтолкнуть ее к действию.



ПРИМЕР

Сказать, что что-то надо сделать, – не всегда значит, что это будет сделано.

Сказать. Управляющий охраняемой территорией озабочен тем, что цветковые растения находятся под угрозой исчезновения, так как фермеры в этом году слишком рано начинают сенокос, запасая корм для скота, и цветы просто не успевают дать семена. По его заданию издается небольшая брошюра, в которой разъясняется и аргументируется, почему к покосу следует приступать в определённый день. В информационном бюллетене заповедника сообщается, что фермеры могут получить эти брошюры в мэрии. Однако за брошюрами никто не приходит, так как фермеры не читают информационный бюллетень.

Услышать. Управляющий охраняемой территорией узнает от местного полицейского об этом недоразумении. На следующий год у входа в местную церковь, посещаемую всеми фермерами по воскресеньям, вывешивается плакат. В этом плакате приводятся научные факты о биоразнообразии, и фермеров просят взять в мэрии приготовленные для них брошюры. За брошюрами опять никто не приходит и фермеры так и не понимают, когда же именно им следует начинать сенокос.

Понять. Управляющий охраняемой территорией осознает, что фермеры не поняли профессиональный язык плаката. Поэтому на следующий год на плакате, написанном более простым языком, дается четкое указание, что к сенокосу следует приступать только с 18 июня. Несмотря на все предпринятые усилия, практический результат отсутствует. Смысл адресованного им послания фермеры поняли, но оказались с ним не согласны. Они сочли оскорбительным, что им предложили приступить к сенокосу в воскресенье (указанная на плакате дата), так как это шло вразрез с их религиозными убеждениями.

Согласиться. На следующий год ошибка, связанная с выбором воскресенья, была исправлена. Однако результат остается прежним. Управляющий охраняемой территорией выясняет причину. Более позднее начало сенокоса приведет к уменьшению количества сена, которым можно будет запастись на зиму. Это чревато ущербом для фермерских хозяйств. Не важно, какая информация содержится в брошюрах и на плакатах – в данном случае люди не изменят своим привычкам без финансовой компенсации.

Сделать. В результате диалога с неформальными лидерами среди фермеров было выработано довольно привлекательное предложение. Фермеры, перенесшие покос на должную дату, получают денежную компенсацию, не отягощенную излишними бюрократическими процедурами. В этом году большинство фермеров начинают покос в рекомендованные сроки. Управляющий охраняемой территорией доволен и счастлив.

Продолжать в дальнейшем. Однако на следующий год снова ничего не получается, так как фермеры уже не помнят рекомендованную дату сенокоса и никто им о ней заблаговременно не напомнил.



НЕОБХОДИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ

Обеспечение устойчивого развития и сохранение биоразнообразия потребуют изменений в текущих методах и политике. Для осуществления таких изменений будет необходимо осознать проблемы в новой перспективе, а также подвергнуть сомнению, оспорить и полностью пересмотреть прежние установки, парадигмы и ценности. Для продвижения вперед требуется креативное, чуткое и адаптивное мировоззрение, а также наличие потенциала у различных субъектов деятельности и секторов для поддержания конструктивных связей друг с другом. Для реализации таких изменений первостепенное значение имеет потенциал для приобретения знаний и новаторства.

Необходимо, чтобы обучение внедрению новаторских изменений осуществлялось на трех уровнях:

1. На индивидуальном уровне – посредством приобретения новых знаний и навыков в процессе обучения с помощью сообществ по обмену опытом, междисциплинарного обучения, сетей обмена информацией и знаниями, дистанционного обучения
2. На организационном уровне – посредством установления новых приоритетов, внедрения новых процедур и методов, для нового позиционирования услуг и возможности реализации необходимых новшеств; и
3. На уровне общества – через новые программы, новые партнерства, сети и новые методы взаимодействия и участия



Способы формулировки проблем, чтобы добиться понимания и согласия аудитории

Информация в сознании человека структурируется в виде понятийных карт (или форм), помогающих ему улавливать смысл новой информации. Понятийные формы служат для организации основных идей в рамках какого-либо вопроса и помогают понять, почему этот вопрос может оказаться проблематичным и что следует делать.

Представляя информацию по вопросам биоразнообразия или выступая в их поддержку, важно сформулировать свое обращение таким образом, чтобы оно находило отклик у аудитории или было направлено непосредственно на разъяснение общих ошибочных представлений.

Вопросы биоразнообразия следует формулировать как основные, а не как второстепенные или отдаленные проблемы. Вы должны всегда, когда предоставляется такая возможность, акцентировать внимание на том, что защита и сохранение биоразнообразия в качестве универсальной ценности отвечают общим интересам.

В таблице ниже приводятся понятийные формы, которые можно использовать для представления биоразнообразия. Для каждой понятийной формы используются конкретные фразы, образы и культурные отсылки, которые помогают задействовать социальные значения, чтобы привлечь целевую аудиторию.

Таблица. Понятийные формы для определенных групп населения, используемые для составления представления о биоразнообразии и реакции на биоразнообразие.

Понятийная форма	Формулировка проблемы биоразнообразия
Социальный прогресс	Обеспечение качества жизни; защита от стихийных бедствий; продовольственная обеспеченность; водообеспеченность; культурное разнообразие; право человека на экологически чистую окружающую среду.
Экономическое развитие	Экономические выгоды от экосистемных услуг; более эффективное реагирование на паводки, цунами; получение непосредственных выгод бедными слоями населения, которые используют природные ресурсы; потенциальная значимость биологических видов и генетического разнообразия и ресурсов для повышения адаптивности сельскохозяйственных культур, получения новых продуктов (например, лекарственных препаратов, косметики).
Ящик Пандоры - алармисты	Неизбежное исчезновение биологических видов и лекарственных растений как обратная сторона выживания человечества; усиление воздействия климатических изменений на выживание видов, например бедственное положение белых медведей в результате таяния арктических льдов; разрушение экосистем и угроза для выживания человечества; инвазия чужеродных видов.
Вышедшая из-под контроля наука - фатализм	Принцип принятия мер предосторожности, чтобы избежать влияния генетически модифицированных организмов на биоразнообразие
Мораль - этические ценности	Ответственность как «хранитель», защищающий другие виды, их право на существование, обеспечивая разнообразие для будущих поколений, сохранение планеты как положение религиозной морали или ответственность за совместное использование выгод от применения генетических ресурсов и/или связанных с ними традиционных знаний.



Научная неопределенность	Множество неназванных и неизвестных видов; стратегии адаптации для смягчения последствий изменения климата на распространение и эволюцию видов; патогенные микроорганизмы; популяции переносчиков болезней; инвазия чужеродных видов.
Ответственность государственного сектора	Партнерства в целях сохранения биоразнообразия, устойчивого использования и совместного использования выгод между общинами, коммерческим сектором и органами власти.
Третий путь/ альтернативный путь	Совместное управление природными ресурсами; прямые выгоды для общин от доступа к генетическим ресурсам и/или связанным с ними традиционным знаниям и управления биоразнообразием и его использования; парки мира вдоль национальных границ.
Конфликт/ стратегия	«Зеленые» заботятся больше о видах, чем о людях.

ОСТОРОЖНО! ИЗБЕГАЙТЕ НЕГАТИВНЫХ ИЛИ АЛАРМИСТСКИХ ПОДХОДОВ!

Не используйте негативных или алармистских подходов к биоразнообразию. Исследования показывают, что люди реагируют более решительно, когда чувствуют себя в праве что-то менять, а не когда ощущают свое бессилие.

Кампания Международного союза охраны природы (МСОП) «[Любовь к природе — противодействие утратам](#)» исходит из посылки, что «если вы хотите счастливого исхода в отношениях между людьми и природой, то эти отношения должны быть пропитаны любовью» и предлагает соответствующие идеи, чтобы формулировка вашего сообщения была позитивной.

ОТПРАВНЫЕ МОМЕНТЫ: КОГДА СЛЕДУЕТ ПРИЛАГАТЬ УСИЛИЯ К ПОВЫШЕНИЮ ИНФОРМИРОВАННОСТИ

Повышение информированности общественности представляет собой непрерывный процесс, но есть определенные моменты времени и определенные обстоятельства, когда усилия по информированию и привлечению к участию могут быть наиболее продуктивными.

При наличии кризиса, связанного с биоразнообразием. Пример: угроза (в том числе исчезновения) для растений или животных, имеющих важное значение для сообщества.

Когда проблема обострилась настолько, что ее невозможно игнорировать. Пример: высыхание водного источника, резкое сокращение доступных видов рыб.

Когда количество людей, которых затрагивает проблема, достигает критической массы. Пример: большое число сельскохозяйственных культур гибнут в один год из-за масштабного **выращивания монокультур одного и того же сорта, оставляя их уязвимыми для распространения болезней.**

Когда внимание к проблеме привлекает новая информация. Пример: университетское исследование указывает на местное ужесточение определенных условий.

Когда публикация или новостное сообщение, инициированные не вами, актуализируют вопрос. Пример: только что вышедшая книга или результаты журналистского расследования могут способствовать повышению общественного сознания и обеспечить большую поддержку.



Когда проблемы биоразнообразия привлекают большее внимание благодаря какому-то важному событию. Пример: событие, не имеющее прямого отношения к этим проблемам, может тем не менее обеспечить общественную поддержку.

Когда правильно выбрано политическое время. Пример: приближающиеся выборы, давление на политиков или официальных лиц, чтобы они приняли меры для решения проблемы, или референдум – это может стать подходящим временем для получения общественной поддержки.

По материалам веб-сайта Community Tool Box, [Gaining Public Support for Addressing Community Health and Development Issues](#) («Получение общественной поддержки для решения вопросов общественного здравоохранения и развития», 2016 г.).



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Когда следует затрагивать гендерные вопросы

- Связан ли данный вопрос с какими-либо последствиями для людей (общин, жителей и т. п.)?
- Включает ли данный вопрос социально-экономические аспекты или факторы утраты биоразнообразия? Будет ли уместно заниматься решением социально-экономических вопросов, связанных, например, с бедностью, продовольственной обеспеченностью, образованием, трудоустройством, культурой и религией?
- Затрагивает ли данный вопрос ценности, связанные биоразнообразием?
- Связан ли данный вопрос с каким-либо событием, мероприятием или инициативой, целью которых является привлечение людей?

Положительный ответ на любой из этих вопросов говорит об актуальности гендерных вопросов.



Выбор правильного канала

ВЫБОР НАИБОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНОГО СПОСОБА ИНФОРМИРОВАНИЯ

При выборе средств информирования всегда полезно понимать, как люди запоминают преподносимую им информацию. Исследования свидетельствуют о том, что всю подаваемую информацию усвоить сложно и что более интерактивные методы подачи информации способствуют ее лучшему запоминанию.

Показатели усвоения информации:

- Лекция = 5%
- Чтение = 10%
- Аудиовизуальные средства = 20%
- Демонстрация = 30%
- Дискуссионная группа = 50%
- Практические упражнения = 75%
- Обучение других или немедленное применение изученного материала = 90%

Ниже, в таблице, приведены различные факторы, которые необходимо учитывать при выборе наилучшего канала для информирования и привлечения аудитории к участию.

Канал	Примеры	Преимущества	Недостатки
СМИ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Телевидение ▪ Радио ▪ Газеты ▪ Журналы ▪ Транзитная реклама (например, билборды) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Краткая и запоминающаяся информация. ▪ Очень убедительная информационная подача. ▪ Сериалы привлекают и вовлекают аудиторию. ▪ Возможность охвата большой аудитории. ▪ Возможность привлечения малообразованной аудитории. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Трудно передавать сложные идеи. ▪ Может быть слишком затратно. ▪ Могут возникать трудности с адресным охватом отдельных сегментов аудитории.
Общинные подходы	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Театр ▪ Живые выступления (например, музыка, танцы, кукольные представления) ▪ Концерты ▪ Уличные ярмарки ▪ Фестивали 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Интерактивность - обеспечивает непосредственное привлечение. ▪ Возможность привязать к традиционным культурными мероприятиям. ▪ Возможность непосредственного участия местных жителей. ▪ Можно заручиться поддержкой местных влиятельных лиц. ▪ Обращения со стороны людей равного социального статуса сможет сделать их более резонансными. ▪ Возможность адаптации под местные условия. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Аудитория может ограничиваться только местными жителями. ▪ Может быть слишком затратно. ▪ На местном уровне может быть недостаточно квалифицированных и талантливых специалистов. ▪ Трудоемко и отнимает много времени.



Канал	Примеры	Преимущества	Недостатки
Печатная продукция	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Плакаты ▪ Проспекты/ брошюры ▪ Информационные листки ▪ Доклады 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Возможность использовать выразительные образы и изображения для привлечения аудитории. ▪ Легкость распространения по сегментам целевой аудитории. ▪ Возможность более комплексной подачи информации. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ограничено грамотной аудиторией. ▪ От информационных материалов легко избавиться. ▪ Сложно оценить реакцию аудитории (односторонняя связь).
Межличностные контакты	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Собrania ▪ Беседы, проводимые авторитетными или влиятельными лицами ▪ Обмен мнениями между людьми одного социального статуса 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Убедительность собственного мнения авторитетных людей или гуманизм обращений людей равного социального статуса. ▪ Непосредственное взаимодействие с местными жителями. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Зависимость от количества присутствующих, увязки с календарным графиком, координация. ▪ От адресанта обращения зависит его качество и последовательность. ▪ Для достижения необходимой эффективности мероприятий может потребоваться их неоднократное проведение.
Мобильный телефон	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Телефонные кампании ▪ Кампании массовой рассылки СМС-сообщений 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Легкий доступ к информации. ▪ Широкий охват - у большинства людей есть мобильные телефоны. ▪ Эффективно при коммуникации, требующей немедленный краткий ответ (например, экспресс-опросы, соцопросы). ▪ Может быть эффективно при сборе денежных средств. ▪ Сообщение можно послать в любое время дня и ночи. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ При обращениях посредством СМС-сообщений требуется грамотная аудитория. ▪ Риск «засыпать» аудиторию слишком большим количеством сообщений. ▪ Получатели могут понести расходы.
Социальные медиа	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Блоги ▪ Социальные сети (например Facebook, Twitter, Instagram) ▪ Видео-платформы (например YouTube, Vimeo) ▪ Мобильные приложения 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Бесплатный или дешевый доступ. ▪ Интерактивность. ▪ Легко контролировать обращения и оценивать реакцию аудитории. ▪ Возможность рассылки обращений одновременно через несколько платформ. ▪ Возможность передавать неограниченный объем информации. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Необходимо надежное подключение к Интернету, что отсутствует во многих общинах. ▪ Риск того, что обращение затеряется в перегруженных социальных медиа. ▪ Могут возникнуть трудности в установлении и поддержании доверительных отношений с аудиторией. ▪ Риск «захвата» вашего сообщения комментаторами.



Печатные средства коммуникации по вопросам ДГРСИВ: новогодние поздравления из Германии

Ежегодно Федеральное агентство по охране природы Германии выбирает тему, связанную с биоразнообразием, для изображения на поздравительных открытках к праздникам. В 2016 году Федеральное агентство решило посвятить открытку Нагойскому протоколу по случаю вступления в силу нового законодательства Германии, направленного на осуществление Протокола на национальном уровне. На открытке изображен генетический ресурс с запоминающимся видом и названием: дявольский коготь!

Открытка использовалась различными ведомствами Федерального агентства в 2016 году, а также была специально направлена различным заинтересованным сторонам и ассоциациям пользователей генетических ресурсов в Германии в целях повышения информированности этих групп в отношении доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод, а также чтобы они сохраняли интерес и оставались вовлечены в процесс осуществления Нагойского протокола в Германии.

Интервью с Томасом Грейбером, руководителем отдела Компетентного национального органа по Нагойскому протоколу.
[Федеральное агентство по охране природы, http://abs.bfn.de](http://abs.bfn.de)





Практические инструменты

Ниже представлены практические инструменты, такие как советы, контрольные перечни и упражнения, которые могут быть полезны в зависимости от ваших целей коммуникации, целевой аудитории и ключевых сообщений, которые необходимо донести по выбранной проблеме.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Передовые методы коммуникации органов власти

- Связь должна устанавливаться с самого верха, как в политическом, так и управленческом смысле.
- Настойчиво и последовательно создавайте образ своего бренда.
- Принимайте на работу, удерживайте и цените квалифицированных специалистов по коммуникации.
- Разработайте корпоративную стратегию коммуникации и набор четких обращений.
- Необходимо знать состав ключевых субъектов деятельности и целевой аудитории, а также наиболее оптимальные способы доведения до них информации.
- Используйте наиболее распространенные и эффективные визуальные средства.
- Уделите особое внимание коммуникации с «труднодоступными» группами.
- Связь должна быть регулярной, последовательной, актуальной и креативной.
- Обеспечьте эффективность консультирования и принятия мер по его результатам.
- Не надо бояться распространения «неудобной» информации.
- Назначьте одного-двух человек в качестве официальных представителей, выступающих от имени вашей организации.
- Воспринимайте представителей СМИ как партнеров, а не как недругов.
- Отдавайте предпочтение внутренним коммуникациям, поощряйте сотрудников к повышению своих коммуникационных навыков.
- Создайте качественный веб-сайт, используйте электронные средства связи для целенаправленной подачи информации и налаживания диалога с местными жителями.
- Установите критерии для сравнительной оценки коммуникации и четкие целевые показатели по их улучшению.
- Ориентируйтесь на конечные результаты, а не на достигнутые показатели.

Основные аргументы органов местного самоуправления, обоснование коммуникационной деятельности
<https://www.local.gov.uk/our-support/guidance-and-resources>.



СОВЕТЫ

Печатные средства коммуникации

- Печатные материалы лучше всего использовать в сочетании с другими каналами коммуникации межличностного или интерактивного характера.
- Получатели печатных материалов могут делиться ими с другими, обеспечивая массовость распространения. Важно, чтобы обращения были четко сформулированы во избежание их неверной интерпретации.
- Продумайте, когда, как и кто будет распространять эти материалы - или выберите места для их размещения.
- Вам не хватит места на плакате, в брошюре или проспекте, чтобы осветить там какой-либо вопрос полностью. Постарайтесь включить в такой материал только основные мысли, изложив их в привлекательной форме, и подумайте об указании источников, где можно найти дополнительную информацию (например, веб-сайт или социальные медиа).



СОВЕТЫ

Написание материалов для веб-сайтов, блогов, авторских статей

- При написании статьи для веб-сайта или информационного бюллетеня не забывайте, что вы работаете над написанием своего рода рассказа. Поэтому постарайтесь написать его хорошо!
- Всегда старайтесь подать информацию так, чтобы она не была слишком сложной для понимания, как если бы вы рассказывали о своей работе вашей маме или бабушке (т. е. избегайте профессионального жаргона и специальных терминов).
- Интересен ли ваш рассказ, заслуживает ли он освещения в печати? Как ваш рассказ перекликается с тем, что происходит в мире?
- История, которую вы излагаете, должна быть достаточно интересной, чтобы побудить читателя дочитать ее до конца. Дойдя до третьего абзаца авторской заметки, читатель должен понять, чему она посвящена.
- Постарайтесь быть лаконичным и уложиться в 400 слов.
- Подавайте информацию убедительно и с интересного ракурса (например, свяжите небольшую конкретную проблему с более широкой картиной биоразнообразия).
- Придерживайтесь четкой композиции: вступление, основная повествовательная часть и заключение.
- Не нужно ничего усложнять - развивайте только одну идею. Не перегружайте свою статью лишними деталями.
- Будьте оригинальны: подыщите малоизвестные факты или изложите уже известные в своеобразной манере (например, начните с небольшого эпизода, из которого можно почерпнуть что-то новое).
- Прибегайте к персонификации образов: ваша статья должна найти отклик у аудитории.
- Поделитесь своими специальными знаниями: именно такие сведения пользуются популярностью сегодня, когда мир переполнен информацией.
- Не фокусируйтесь только на плохих новостях: существует ошибочное представление, что интерес вызывают исключительно неприятные известия. Исследования доказали, что в действительности хорошие и плохие новости освещаются СМИ в одинаковой мере – вместе с тем плохие новости могут лишить вашу аудиторию желания действовать.
- Предложите перспективу, особенно историческую (сравнение с подобными событиями прошлого или будущего, например, что могло бы случиться, если бы что-то не было сделано).
- Своевременность материала: «время, когда статья сохраняет свою актуальность, измеряется днями, а не неделями».
- Не делайте ни о чем не говорящие выводы, следует также воздерживаться от гневной риторики, алармизма, раздувания вопроса и чрезмерных рассуждений.
- Посоветуйте меры, которые можно принять, а также ссылки на более подробную информацию по затронутой вами теме.



СОВЕТЫ

Составление информационных бюллетеней

Общее

- Сторонним читателям будет неинтересен бюллетень, в котором описывается только то, что происходит в государственном учреждении или ведомстве.
- Составители бюллетеня должны понимать и учитывать интересы и уровень знаний читателей.
- Наибольшим успехом пользуются бюллетени, содержащие новости и информацию, которые могут пригодиться читателям, другими словами, новости должны быть актуальными и содержательными.
- Хороший бюллетень несет образовательную функцию: он должен быть написан и оформлен так, чтобы его читали с должным вниманием.

Частота выпуска

- Частота выпуска информационного бюллетеня должна соответствовать темпам создания новостного материала компетентным государственным учреждением или ведомством.
- Если рассылка бюллетеней будет слишком частой, то, скорее всего, они будут несодержательны и малоинтересны.
- Если рассылаемые бюллетени содержат старую информацию, то она будет лишена новизны и неактуальна.

Избегайте...

- Хвалы в свой адрес
- Подачи своим подписчикам устаревших новостей или действий по принципу «хорошие новости - их отсутствие»
- Публикации фотографий своих сотрудников или ВИП-персон (используйте только фото партнеров и представителей НПО)
- Использования профессионального жаргона
- Позиции «нам лучше знать»

Убедитесь в том, что...

- Все бюллетени составлены в согласованном фирменном стиле вашего учреждения или ведомства, способствующем поддержанию желательного корпоративного имиджа.
- Вы регулярно проводите оценку степени удовлетворенности читателей, уровня их знаний и основных областей их интересов.
- У вас есть годовой план, в котором учтены все важные события, которые могут стать предметом новостей.
- Ваша коммуникационная связь с читателями способствует их вовлечению и расширению читательской аудитории, а стиль вашего общения доставляет им удовольствие. Она включает игры, опросы, проводимые с целью узнать мнение аудитории, и другой интерактивный контент.

Темы, предлагаемые для освещения в бюллетенях

Предложите читателям сотрудничать с вами по любому аспекту поднимаемых в бюллетене вопросов. В бюллетене должно быть представлено следующее:

- Новости и очерки
- Мероприятия партнеров и субъектов деятельности
- Публикации и сведения о новых продуктах
- Новые ресурсы и веб-сайты, имеющие отношение к биоразнообразию
- Статистическая информация о биоразнообразии и конкретных областях экспертных знаний, например, о разработке новой политической стратегии или законодательства
- Перепечатки документов основных совещаний, презентаций, выдержки из выступлений
- Редакционные колонки с комментариями
- Календарь событий и мероприятий



СОВЕТЫ

Коммуникация через СМИ

- Контент средств массовой информации является самым эффективным, когда его поддерживают другие коммуникационные каналы.
- Радио более доступно и распространено по сравнению с телевидением.
- Поддерживайте контакт со средствами массовой информации (например, теле- и радиостанциями, редакциями газет), чтобы проводить контрольный анализ и убедиться, что они разместили рекламные материалы согласно плану.
- Газеты могут быть достаточно эффективны, когда вам нужно «достучаться» до влиятельных лиц (общественных деятелей, учителей, политиков).
- Образы и текст на наружных средствах массовой информации должны быть такими, чтобы их было легко понять.
- При проведении радио- и телешоу в прямом эфире убедитесь, что ваш представитель хорошо информирован и может отвечать на непредвиденные вопросы.



СОВЕТЫ

Коммуникация с использованием общинных подходов

- Убедитесь в том, что обсуждаемый или представляемый вопрос подходит для целевой группы и что она может принять по нему соответствующие меры.
- Обязательно организуйте встречи с местными общественными деятелями и представителями органов власти, чтобы заручиться их поддержкой в отношении мер, принимаемых на общинном уровне.
- Политика и программы в области просвещения должны учитывать местные культурные особенности и поощрять использование и возрождение языков коренных народов и их традиционных знаний.
- При подготовке театральных мероприятий убедитесь, что язык, имена и сценарии соответствуют характерным общинным особенностям.
- После каждого театрального мероприятия проводите обсуждение, чтобы убедиться, что ваши идеи нашли отклик у аудитории и также чтобы обсудить возможные поднятые вопросы или проблемы.
- При проведении общинных мероприятий подготовьте два-три ключевых обращения и проследите за тем, чтобы они «транслировались» на аудитории на протяжении всего мероприятия.



УПРАЖНЕНИЕ

Театральное представление с участием зрителей

- Работайте с небольшой группой из 3-5 человек над подготовкой короткого сценария по конкретной проблеме или конфликту, который имеет отношение к общине и вовлекает внешних субъектов.
- Разыграйте его во второй раз, но останавливайтесь в ключевые моменты, когда изменение поведения или действий актеров повлияет на поворот сюжета. В эти моменты приглашайте зрителей выйти на сцену, временно заменить одного из актеров и попытаться изменить поведение или действие таким образом, чтобы результат получился позитивным. Актеры должны придерживаться своих ролей в разумных пределах, но импровизировать в ответ. Каждый ключевой момент может проигрываться несколько раз, чтобы проработать различные подходы и перспективы.
- После этого помогите зрителям и актерам обсудить различные ответы и результаты, и как это может быть применено к подобной реальной ситуации.

Источник: Естественная справедливость по материалам, предоставленным организацией по правам человека и демократии в Афганистане. Дополнительные инструменты для театрального представления с участием зрителей, в том числе разминки и примеры ролевых игр, размещены на www.community-protocols.org/toolkit



СОВЕТЫ

Межличностная коммуникация

- Связь должна быть интерактивной. По возможности избегайте односторонней коммуникации.
- Адаптируйте существующие материалы или разработайте новые, включая:
 - учебный план или руководство для координаторов, ролевые сценарии, игры, фотоматериалы, другие визуальные пособия и инструменты для подготовки координаторов.
 - печатные материалы для целевой аудитории (например, брошюры, плакаты).
- Определите, сколько занятий необходимо провести для участников, и найдите способ обеспечить регулярное посещение ими этих занятий.
- Выберите тип координатора (по принципу «равный или почти равный», сотрудник программы, местный общественный деятель, представитель органов власти).
- Поддерживайте постоянный контакт с координаторами для обеспечения согласованности в представлении материалов.



СОВЕТЫ

Организация кампаний с использованием телефонной сотовой связи

- Необходимо понимать свою аудиторию и то, для чего этим людям нужны мобильные телефоны, чтобы определить, будет ли эффективной телефонная кампания и дойдет ли до адресатов предназначенная им информация.
- В целях экономии времени и средств при реализации программы рассылки сообщений можно использовать обращения и материалы, которые были разработаны, проверены и использованы в других программах.
- Привлекайте общинных партнеров к поддержке СМС-платформы через их сети.



СОВЕТЫ

Коммуникация с использованием социальных медиа

- Создайте такой контент, чтобы он был привлекателен, чтобы его стоило обсуждать и делиться им с другими.
- Узнайте, какими веб-сайтами и приложениями пользуется ваша целевая аудитория и используйте их для выхода на эту аудиторию.
- Узнайте, как ваша аудитория пользуется этими приложениями и веб-сайтами (например, чем они делятся в Facebook: фото, цитатами, стихами или своими сообщениями?).
- Изучите аналитические материалы по социально-медийным платформам, которые вы намерены использовать. Все они разные и у каждой имеются свои преимущества, которые можно использовать для выхода на свою аудиторию.
- Проанализируйте работу других организаций на социально-медийных платформах, которыми вы намерены пользоваться, чтобы выяснить, какие обращения, формулировки, публикации и способы подачи материала являются наиболее эффективными и как вы можете выделиться на фоне этих организаций.
- Помните, что работу с социальными медиа можно сравнить как с искусством, так и с наукой. Некоторые посты дадут прекрасный результат, в то время как другие схожие посты не привлекут должного внимания. Не отчаивайтесь!
- Не стоит рассчитывать на быстрый результат, если на страницах социальных медиа у вас еще мало подписчиков. Чтобы количество подписчиков достигло критической массы требуется определенное время.
- Видеоматериалы и GIF-изображения, как правило, производят в соцсетях больший эффект по сравнению с фотографиями и картинками. Старайтесь не размещать в сети тексты без иллюстративного сопровождения.
- Следует учитывать скорость Интернета на вашей территории, чтобы понимать, допускает ли она доставку тяжелого контента видео, графики, анимационных или интерактивных элементов - может быть стоит рассмотреть вариант использования пакетов, не требующих слишком быстрого интернет-соединения.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Организация информационной встречи

- Создайте рабочую группу из лиц, привлеченных к организации встречи.
- Составьте план подготовки встречи, ее проведения и сформулируйте шаги, необходимые для принятия последующих мер (мероприятия, планирование, распределение заданий). Обсудите данный план с рабочей группой.
- Договоритесь о месте ее проведения, организации питания и оборудовании, которое понадобится (микрофон, графопроектор, флипчарт, слайдоскоп и тд.).
- Договоритесь о том, кто будет председателем и докладчиком. Кратко проинструктируйте их относительно их обязанностей.
- Решите, какие коммуникационные средства следует подготовить (например, слайды, рекламные проспекты, брошюры и т. п.), составьте план подготовки этих коммуникационных средств и кратко проинструктируйте лиц, которые будут ими заниматься.
- Составьте план контактов с представителями прессы.
- Разошлите приглашения лицам, которые составят вашу аудиторию, и представителям прессы.
- Проверьте оборудование и обеспечение питанием на день проведения встречи.
- Отслеживайте сообщения в СМИ после проведения этой встречи.
- Разошлите отчет всем присутствовавшим на этой встрече.

**СОВЕТЫ**

Подготовка к презентации

Цель презентации

- Чего я хочу добиться с помощью этой презентации? Цель должна быть реалистичной и конкретной.
- Определите, какова ваша главная цель: проинформировать, изменить отношение, повлиять на поведение.

Знание своей аудитории

- Какие целевые группы представлены в аудитории?
- Интересует или не интересует аудиторию предмет презентации, настроена она к нему положительно или отрицательно?
- Насколько глубоко знания аудитории по данному предмету?
- Каков уровень знаний аудитории? Какой «язык» ей понятен?
- Как аудитория воспринимает вас, вашу организацию или ведомство? Относятся ли она к вам как к эксперту, партнеру по коалиции или как к оппоненту?
- Что получит аудитория, прослушав вашу презентацию?
- Что вы можете ожидать от аудитории? Какие отзывы, вопросы, реакции могут возникнуть?

Знание самого себя

- Каковы ваши сильные стороны при проведении презентаций? Каким образом вы можете использовать эти сильные стороны на презентации?
- Каковы ваши слабые стороны при проведении презентаций? Каким образом вы можете с ними справиться?
- Потренируйтесь в проведении презентации перед друзьями или коллегами, либо стоя перед зеркалом. Это поможет вам повысить уверенность, чтобы не выбиться из временных рамок и провести презентацию гладко.

Знание ситуации

- Сколько у вас есть времени?

- Где будет проходить презентация? Каков размер этого помещения?
- Сколько человек придет на презентацию?
- Какие наглядные пособия у вас есть («белая доска», графопроектор, видеоаппаратура)?

Дополнительные моменты, о которых следует помнить

Как побороть нервозность

- Согласно исследованиям, 85 % выступающих на публике в той или иной степени испытывают беспокойство и нервозность перед презентацией.
- Аудитория обычно не замечает стрессового состояния выступающего.
- Повысить уверенность поможет тщательная подготовка и пробная презентация перед небольшой аудиторией, состоящей из знакомых.
- Потренируйтесь укладываться во временные рамки, отведенные на презентацию, особенно это касается вступительных замечаний.

Используйте свои способности

Если у вас неплохое чувство юмора и вы «хороший рассказчик», подкрепите основные мысли своей презентации соответствующим примером из практики, сопроводив его несколькими шутками или забавными рисунками.

Будьте откровенным относительно цели презентации

Говорите прямым текстом, что именно, по вашему мнению, люди должны узнать или сделать после вашей презентации. Четко укажите, к кому именно обращены ваши слова.

Например, цели могут быть следующие:

- «Я хочу, чтобы целевая группа приняла участие в кампании во время проведения следующего Международного дня биологического разнообразия».
- «Я хочу, чтобы целевая группа понимала принятые в моей стране процедуры в отношении доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод».



СОВЕТЫ

Написание презентации

Обычно презентация, как и большинство повествовательных произведений, состоит из трех структурных элементов: вступления, основной части и заключения.

1. Вступительная часть

служит двум целям:

Во-первых, выступающему необходимо привлечь **внимание** аудитории.

В большинстве случаев первыми начальными предложениями невозможно полностью привлечь внимание аудитории, так как в это время люди подстраиваются под оратора и заканчивают свои разговоры. Поэтому рекомендуется начинать с информации, предназначенной для «разогрева» аудитории, и не давать основную информацию в самых первых предложениях.

Во-вторых, выступающему необходимо **проинформировать** аудиторию, о чем он или она собирается говорить, *почему* это важно (мотивация) и *как* построена презентация («сюжетная линия»).

Следует также сообщить аудитории о том, сколько времени будет идти презентация и можно ли будет задавать вопросы во время презентации. Тогда аудитория будет знать, чего ожидать, и сможет сосредоточиться на основных вопросах презентации.

2. Основная часть

В этой части излагается основная идея презентации.

- Информация, предназначенная для презентации, должна тщательно отбираться, особое внимание при этом следует уделять цели, которую преследует презентация, а также учитывать характерные особенности аудитории.

- Важное значение имеет структурная организация презентации.

Сначала запишите все идеи, представляющие актуальную информацию по данной теме. Затем выберите нужную информацию и сгруппируйте ее в логические структурные блоки. Оцените актуальность каждого потенциального элемента презентации, исходя из того, насколько эта информация может помочь в достижении целей презентации.

3. Заключение

В этой части обобщаются основные идеи презентации и делаются выводы из всего сказанного. Предоставьте присутствующим возможность задать свои вопросы и поблагодарите их за внимание.

Внятно предупредите аудиторию о том, что дошли до заключительной части презентации, чтобы присутствующие смогли настроиться на ее окончание. Это позволит плавно закончить презентацию, а аудитория сможет сосредоточиться на выводах.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Проведение презентации

- Не следует торопиться приступить к презентации, сначала разберитесь со своими заметками и проверьте проектор.
- В самом начале важно установить визуальный контакт с залом, это существенно важно для воздействия на аудиторию.
- Хорошее начало имеет большое значение. Внимание аудитории нужно привлечь самыми первыми высказываниями. Вы должны быть уверены в том, что правильно выбрали вопросы, с которых собираетесь начинать.
- Помните, что вы должны говорить громче и четче, чем при обычном разговоре.
- Фиксируйте взгляд на разных людях в зале, последовательно переводя его с одного человека на другого после одного-двух предложений. Вы также можете взять на вооружение модель «треугольного» фокуса: в течение всей конференции последовательно фиксируйте взгляд на трех различных точках в аудитории. Благодаря этому создается впечатление, что вы обращаетесь ко всем присутствующим в зале.
- Для придания динамики своей презентации, жестикулируйте, используйте язык тела.
- Для удержания внимания аудитории меняйте тон голоса и темп речи: делайте паузы (многие ораторы стараются говорить постоянно, боясь замолчать хотя бы на минуту, хотя на самом деле аудитория ценит моменты тишины), приводите примеры из реальной жизни в подтверждение своих мыслей, задавайте риторические вопросы и тд.

Помните:

- Обращаться нужно не к экрану, а к аудитории.
- В слайдах PowerPoint ограничьтесь ключевыми словами, схемами и рисунками, иллюстрирующими сказанное, не перегружайте их текстом!
- Сведите к минимуму видеозаписи в слайдах, так как они могут отвлекать присутствующих от передаваемой вами идеи.



ЦЕЛЬ 2

Поддержка выражения политической воли и привлечение лиц, ответственных за принятие решений

Способы привлечения общественности к проведению изменений и принятию мер

Как мотивировать группу - внутренние коммуникации

Привлечение журналистов и СМИ

Как привлечь политиков и лиц, принимающих решения

Сценарные модели привлечения общественности к проведению изменений и принятию мер

Как осуществлять сотрудничество в области биоразнообразия

Методы взаимодействия

Партнерство и сотрудничество



Как мотивировать группу – внутренние коммуникации

Внутренние коммуникации позволяют национальным координационным центрам и специалистам-практикам в области биоразнообразия получать поддержку в рамках своих организаций в отношении целей и планов по сохранению биоразнообразия. Если сотрудники министерства и его ведомства не будут понимать и поддерживать вашу проблему, будет невозможно обеспечить эффективность и надежность при осуществлении внешних коммуникаций.

Посредством внутренних коммуникаций координационный центр или эксперт получает представление о структуре и текущих процессах в других подразделениях организации, и о том, каким образом связанная с биоразнообразием проблема может быть включена в их работу.

Важной функцией внутренних коммуникаций является привлечение ваших коллег и руководителя в работе, которую вы выполняете, и определение их роли. Это обуславливает их участие, реальную заинтересованность и расширение поддержки. Существуют способы неформальных коммуникаций внутри организации, которые гораздо эффективнее формальных средств, таких как меморандумы.

ПРИМЕРЫ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ

Министерство охраны окружающей среды осуществляет Конвенцию о биологическом разнообразии (КБР) и определяет НСПДСБ. Специально для данного проекта назначается новый эксперт. Новый руководитель проекта начинает работать, и после года напряженной работы и получения откликов внешних экспертов и некоторых субъектов деятельности в области биоразнообразия завершает подготовку первого проекта. Эксперт представляет проект стратегии на совещании с руководством Министерства. Обратная связь показывает, что текущая деятельность других управлений уже охватывает половину предложений и что вторую половину невозможно реализовать при существующих отношениях с Министерством сельского хозяйства.

Вывод. Внешние коммуникации начинаются с внутренних. По мере продвижения сначала ищите идеи и запрашивайте отклики. Обратная связь в конце – это слишком поздно.

Руководство охраняемого района намерено повысить значимость охраняемого района для населения, проживающего в его близости. В рамках одного из приоритетных мероприятий для охраняемого района руководство желает привлечь сельские школы к экологическому просвещению. Учительница заинтересована в выполнении этой задачи и звонит в управление. На телефонный звонок не отвечают. Она звонит на следующий день, но результат тот же. В другой день кто-то берет трубку и на просьбу об организации школьной экскурсии в этот район отвечает: «Я ничего об этом не знаю, и у меня нет на это времени». Учительница отказывается от этой идеи.

Вывод. Внешние коммуникации начинаются с внутренних. Удостоверьтесь, что всей организации известно о новом плане и о способах оказания содействия его реализации.



ПРИМЕР

«Нагойский час» в Перу

«Нагойский час» – это название недавней инициативы Национальной комиссии Перу по борьбе с биопиратством, организацией, созданной для рассмотрения случаев несанкционированного доступа к перуанским генетическим ресурсам и традиционным знаниям. «Нагойский час» был запущен в октябре 2016 года как инновационный способ привлечения сотрудников и коллег к работе над новым вопросом и оказания им помощи в выполнении их соответствующих функций. Один раз в неделю в течение часа сотрудники Национальной комиссии собирались для детального изучения Нагойского протокола, а также процессов, необходимых для его эффективного осуществления. Эти обсуждения проводились на основе [модулей электронного обучения](#), разработанных Секретариатом КБР в сотрудничестве с Международной организацией по праву развития (МОПР) при финансовой поддержке Японского фонда биоразнообразия.

На основе информационного бюллетеня для выпускников курса МОПР-СКБР, первое издание, ноябрь-декабрь 2016 года. Модули электронного обучения МОПР-СКБР по созданию правовых рамок для осуществления Нагойского протокола и другие модули, связанные с вопросами биоразнообразия, размещены на [Платформе электронного обучения в области биоразнообразия КБР](#).



Как привлечь политиков и лиц, принимающих решения

Национальные координационные центры и специалисты-практики в области биоразнообразия часто сталкиваются с незнанием и непониманием вопросов биоразнообразия и КБР среди политиков и лиц, принимающих решения в других секторах или на других уровнях государственного управления. Это еще в большей степени касается Нагойского протокола, учитывая, что доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод являются сквозными вопросами, которые относятся к различным областям (например, интеллектуальная собственность, торговля, сельское хозяйство, научные исследования).

Несмотря на регулярное распространение докладов, меморандумов и иных публикаций, нет гарантии, что они будут прочитаны, поняты или приняты. С точки зрения коммуникации меморандумы бесполезны! Еще один призыв, который часто можно услышать, - «просвещать лиц, принимающих решения».

НУЖНО ЛИ ПРОСВЕЩАТЬ ВСЕХ?

Эксперты в области биоразнообразия склонны считать, что продвижение вперед состоит в организации семинаров для просвещения политиков и лиц, принимающих решения. С точки зрения коммуникации необходимо задать следующие вопросы. Есть ли у лиц, принимающих решения, время на это? Чувствуют ли они необходимость и желание просвещаться? Понимают ли они важность таких семинаров? Не приведут ли такие семинары к обратным результатам?

Опыт показывает, что попытки сделать всех политиков и лиц, принимающих решения, экспертами в области биоразнообразия могут быть тщетными и что более эффективно признать их уровень знаний и интересов и сосредоточиться на том, каким образом лучше включить вопросы сохранения разнообразия в их повестку дня. Двумя основными условиями этого являются формальные и неформальные коммуникации.

ФОРМАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Формальные коммуникации – это обмен информацией, которая соответствует правилам и стандартам, применимым к формальным отношениям между организациями или между организациями и отдельными лицами. Формальные коммуникации эффективно используются для определения четких и точных условий и заявлений и могут быть представлены в виде писем, договоров, статей и выступлений на официальных заседаниях, а также документов по итогам таких заседаний. Примером может служить письмо министра окружающей среды своим коллегам или членам парламента.

Официальные переговоры и заседания являются условиями формального сообщения информации о КБР, ее Протоколах, НСПДСБ или конкретном вопросе биоразнообразия.



СОЧЕТАНИЕ ФОРМАЛЬНЫХ И НЕФОРМАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Часто для достижения желаемых результатов при взаимодействии с политиками эффективным бывает сочетание формальных и неформальных коммуникаций. В качестве примеров неформальных коммуникаций можно привести следующие:

- Краткая беседа перед заседанием кабинета министров или парламента
- Личное письмо, почта или телефонный звонок
- Статья в журнале, который часто читают лица, принимающие решения
- Обед или ужин на высоком уровне для лиц, принимающих решения. Такие поводы используются для краткой речи высокопоставленного лица о значении конкретного вопроса биоразнообразия. В завершение сотрудники политического деятеля приглашаются к участию в специальном семинаре, на котором вопросы данной политики будут обсуждаться более подробно

ПОДДЕРЖКА ВЫРАЖЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВОЛИ

Для достижения международных целей и задач правительства должны ратифицировать и осуществлять международные договоры. Ратификация – это четко выраженное согласие государства с обязательной юридической силой договора, в то время как осуществление означает, что государство предпринимает необходимые шаги для обеспечения функционирования этого договора на национальном уровне.

Как ратификация, так и осуществление требуют эффективной коммуникации, будь то внутри правительства, в рамках групп или с заинтересованными сторонами. Они также требуют достаточной политической воли для обеспечения необходимой поддержки на более высоком уровне и принятия решений.

Настоящий [информационный бюллетень](#) содержит более подробную информацию о том, как стать Стороной Нагойского протокола.

Во многих странах разработка и реализация важных стратегий и политики по сохранению биоразнообразия может казаться трудной задачей. Национальные координационные центры часто сталкиваются со сменой органов власти, расхождением приоритетов и отсутствием политической воли в целом. В таких случаях стратегии в области коммуникации и привлечения к участию могут иметь большее значение, чем научные статьи и планирование по принципу «сверху вниз».



СОВЕТЫ

Поддержка выражения политической воли в отношении проблем, связанных с биоразнообразием

Задайте вопрос: где это работает?

Одна из стратегий может состоять в поиске положительных моментов. Никакая ситуация не может быть полностью безнадежной, и если сделать больше, чем то, что уже получилось, весьма вероятно, что это приведет к успеху. Как применить отдельные элементы успешных примеров, которые вам известны, к проблеме, которую вы пытаетесь решить?

Сосредоточьтесь на том, чего вы хотите достичь.

Определить влияние коммуникации легко, если вы знаете, чего хотите достичь: изменение поведения определенной целевой аудитории. Как только определен основной субъект проекта регионального развития в конкретной стране, например региональное Министерство охраны окружающей среды, следующие шаги ясны: министр должен присутствовать на мероприятии, посвященном запуску проекта, и принять решение о назначении сотрудников для реализации проекта на протяжении двух лет. Теперь предстоит сосредоточиться на разработке стратегий для убеждения министра поступить именно так.

Действия по привлечению к участию.

Коммуникация не является односторонним процессом. Самый эффективный способ преодоления сопротивления, создания реальной заинтересованности и поиска новых решений состоит в том, чтобы слушать и создавать условия для диалога. Некоторые недавние процессы, связанные со стратегией и планированием в области биоразнообразия, сместили акцент с научных данных на процессы привлечения к участию, и это приводит к поразительным результатам. Во Франции более 400 человек собрались для того, чтобы определить новый курс страны в области сохранения биоразнообразия. На аналогичной конференции в Германии субъекты деятельности обратились к органам власти с ясным призывом: давайте задействуем больше людей, а не бумаг.

[European strategies to rally political will for biodiversity conservation](#) («Европейские стратегии мобилизации политической воли в целях сохранения биоразнообразия»), МСОП (2011 г.)



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Как содействовать ратификации:

- Определить субъектов, участвующих в процессе принятия решений
- Собрать информацию и сформулировать гипотезы о том, что эти люди знают, чувствуют и делают в отношении вашей проблемы, касающейся биоразнообразия
- Выяснить, какую конкретную информацию о вашей проблеме должны знать различные лица или группы
- Четко обозначить, кто и какую информацию может и/или должен предоставить
- Определить, как, где и когда лучше всего представить информацию лицам, ответственным за принятие решений
- Обеспечить, чтобы информация была представлена и понята надлежащим образом
- Четко обозначить роль, которую средства массовой информации играют или должны играть в этой части процесса
- Проводить работу через региональные или континентальные органы для поощрения выражения политической воли на национальном уровне

Источник: Инициатива по развитию потенциала для ДГРСИВ, [Стратегическая коммуникация по вопросам ДГРСИВ](#), 2016 год.



СОВЕТЫ

как информировать о Нагойском протоколе

Эффективная коммуникация с национальными органами, ответственными за ратификацию и осуществление Нагойского протокола, может включать в себя:

- Увязку Нагойского протокола и ДГРСИВ с более широкими национальными интересами, такими, как сохранение биоразнообразия или содействие развитию «зеленой» экономики
- Увязку Нагойского протокола и ДГРСИВ с другими международными целями, такими как Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года (этот программный [документ](#) может быть полезным)
- Разъяснение того, что конкретные национальные группы, такие как КНМО, научно-исследовательские учреждения и т.д., могут получить в результате ратификации/осуществления Протокола
- Адаптацию и/или использование [существующих материалов по повышению осведомленности](#), чтобы обеспечить лицам, ответственным за принятие решений, возможность принимать обоснованные решения по вопросам ДГРСИВ и Нагойскому протоколу



ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ ВЫ ФОРМИРУЕТЕ ПОЛИТИЧЕСКУЮ ВОЛЮ? КАК ИЗБЕЖАТЬ ЛОВУШЕК, СВЯЗАННЫХ С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ ОБЩЕСТВЕННОСТИ К УЧАСТИЮ

В процессе работы с представителями правительства по разработке или внедрению стратегий и политики в области биоразнообразия важно сохранять темпы достижения прогресса. Без тщательного мониторинга то, что может казаться эффективным привлечением общественности к участию, может иногда не достигать целей в полном объеме. Избегайте ловушек, связанных с привлечением общественности к участию, и незамедлительно принимайте меры в случае попадания в них:

- **Пустые разговоры.** Органы власти не принимают конкретных мер по взятым на себя обязательствам.
- **Доминирующая позиция элиты.** Влиятельные объединения граждан доминируют в диалоге с органами власти, заглушая другие голоса.
- **Игнорирование критики.** Органы власти взаимодействуют в основном с группами, которые согласны с существующей позицией, и игнорируют критику.
- **Кооптация.** Группы, которые стали слишком тесно связаны с органами власти или порядком их работы, могут потерять легитимность или ослабить связь со своими избирателями.
- **Репрессивные меры в отношении граждан.** Группы не могут оценить угрозу безопасности отдельных лиц, не согласных с позицией органов власти.

From Political Won't to Political Will: Building Support for Participatory Governance («От отстранения от политических процессов до выражения политической воли: обеспечение поддержки партисипативного руководства»), под ред. Кармен Малены, издательство Kumerian Press, Civicus (2009 г.)



Привлечение журналистов и СМИ

Насколько важны средства массовой информации?

Общественное мнение является важным элементом влияния на политику. Оно может стать очень сильным и таким образом подтолкнуть лиц, принимающих решения со стороны органов власти, и частный сектор к изменению политики и методов.

Средства массовой информации - печатные издания, радио, телевидение и электронные СМИ - являются важным средством информирования значительной части населения и стимулирования диалога по той или иной проблеме в обществе. К прессе относятся те, кто занимается изданием газет и новостных журналов, а также радио, телевидение и электронные СМИ.

Работа с прессой является важной задачей. Для того чтобы знать, как заинтересовать прессу вашим вопросом, важно понять, как работают средства массовой информации.

В странах с богатым биоразнообразием, гордящихся своими природными богатствами, средства массовой информации могут оказывать определенное влияние на процесс принятия решений. Кроме того, они играют важную роль в популяризации проблем, связанных с биоразнообразием, и поощряют к этому органы власти. Средства массовой информации могут апеллировать к национальной гордости путем публикации или передачи в эфире информации о природе с позитивной точки зрения.

ТЕНДЕНЦИИ В СМИ

Средства массовой информации применяют разнообразные подходы к информированию общественности о вопросах, касающихся окружающей среды. В разных странах, регионах или даже на территории одной страны эти подходы различны.

В Азии, Африке или Латинской Америке, особенно в отдаленных сельских районах, радио остается важнейшим источником информации.

В пределах одной страны могут наблюдаться большие различия между средствами массовой информации, доступными в сельских и городских районах, в результате быстрого распространения таких новшеств, как Интернет, мобильные телефоны и смартфоны в городских районах.

Конкурентная борьба за внимание людей огромна

«Информационная анархия» в Интернете повлияла на индустрию новостей. Средства массовой информации больше не выступают в качестве фильтра информации для широкой общественности. Потребитель все больше контролирует то, что он предпочитает читать или смотреть. Потребители могут просматривать большое количество телевизионных каналов, доступных для поиска интересных программ. Потребители могут по Интернету узнавать новости из различных газет, радиостанций и телевидения со всего мира.

БИОРАЗНООБРАЗИЕ И СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Что эксперты в области биоразнообразия думают о СМИ?

Многие эксперты в области биоразнообразия, особенно ученые, считают, что средства массовой информации могут и должны играть более доминирующую роль в определении значения биоразнообразия в обществе и более позитивно влиять на общественное восприятие охраны природы и отношение к ней.

Некоторые эксперты в области биоразнообразия рассматривают прессу как врагов, которые не проявляют интереса к тематике биоразнообразия, не склонны ее освещать и поддерживают новости и образ жизни, не имеющие отношения к биоразнообразию. Это отношение необходимо преодолеть, чтобы эффективно заручиться поддержкой СМИ в популяризации биоразнообразия.



Тенденции в сфере технологий в развивающихся странах и странах с формирующимся рынком

Жители развивающихся стран и стран с формирующимся рынком все больше пользуются Интернетом и смартфонами. Проведенное в 2015 году исследование в 29 развивающихся странах и странах с формирующимся рынком показало, что:

- Более половины взрослых людей, участвовавших в исследовании, пользуются Интернетом.
- Около одной трети населения имеют смартфоны. Однако в Африке владение смартфоном тесно связано с умением читать по-английски.
- Социальные сети более популярны на Ближнем Востоке и в Латинской Америке, чем в США и Европе. Почти девять из десяти пользователей Интернета в Венесуэле, Индонезии, Иордании и на Филиппинах сообщают, что они пользуются социальными сетями.
- Доступ в Интернет тесно связан с национальным доходом на душу населения, но страны со средним уровнем дохода быстро приближаются к состоянию полного насыщения Интернетом.
- Люди, рожденные в двухтысячных годах, становятся первым поколением, для которого использование Интернета почти универсально. В странах с формирующимся рынком лица в возрасте от 18 до 34 лет чаще пользуются Интернетом и имеют смартфон по сравнению с лицами в возрасте от 35 лет и старше.

Из публикации [Spring 2015 Global Attitudes Survey](#) («Изучение общественного мнения в мире, весна 2015 года»), исследовательский центр Pew Research Centre, 2016 г.

С какими проблемами сталкиваются СМИ?

Интернет обострил конкуренцию в средствах массовой информации. Новые телевизионные каналы конкурируют с традиционными каналами и Интернетом. Редакции газет «завалены» информацией, но им приходится сталкиваться с постоянным сокращением числа подписчиков и рекламодателей. Занимаясь по роду деятельности продажей бумажных носителей, они ищут информацию, которая помогает им в этом.

Традиционные СМИ также должны бороться с растущей разрозненностью аудитории. Все больше людей получают новости не из нескольких традиционных источников, а от своих друзей с помощью лент новостей и комментариев в социальных медиа.

Как пробиться? Что вызывает интерес?

Понимание давления, с которым сталкиваются средства массовой информации, подчеркивает проблему информирования широкой общественности о биоразнообразии. Новости о биоразнообразии должны конкурировать с новостями о терроризме, конфликтах, социальных проблемах, экономике, местной политике и спорте в СМИ.

В странах с богатым биоразнообразием, таких как Бразилия, вопросы его сохранения по-прежнему относятся к числу наиболее актуальных. Это упрощает публикацию или передачу в эфире материала по теме охраны окружающей среды, при условии, что он будет интересен общественности.

В развитых странах традиционные СМИ, такие как газеты и телевидение, теряют все большую долю аудитории за счет бесплатных новостей, которые сообщаются через социальные медиа и источники информации в Интернете. Люди читают не более 10 % газет и смотрят менее 0,1 % того, что предлагает телевидение.



С другой стороны, большинство людей в развитых странах воспринимают проблему утраты биоразнообразия как «печально, но надо жить дальше», потому что это происходит в другом месте. Люди чувствуют отсутствие возможности личного контроля над сдерживанием процесса утраты биоразнообразия, так что вместо этих проблем с большой долей вероятности будут освещаться такие трагические чрезвычайные ситуации вблизи от дома, как ядерные катастрофы, терроризм или даже изменение климата.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Как строить отношения с прессой

- Узнайте имена и контактные данные людей, которые занимаются проблемами охраны окружающей среды, сохранения биоразнообразия, науки или здравоохранения в каждом из средств массовой информации.
- Приглашайте их на мероприятия, чтобы они лучше поняли проблемы и могли познакомиться с интересными людьми.
- Пригласите журналистов выехать на место, чтобы самим узнать о проблемах биоразнообразия.
- Поймите и согласитесь с тем, что у журналистов будет более низкий уровень знаний о биоразнообразии, чем у вас.
- Загруженность репортера не позволяет ему досконально изучить материал.
- Дайте репортеру четкие пояснения.
- Избегайте назидательного или поучительного тона. Журналисты очень быстро схватывают новое, и они будут учиться гораздо быстрее, чем вы думаете.
- Используйте долгосрочный подход к построению отношений с журналистами и средствами массовой информации. Часто обращайтесь к ним, следите за выпускаемыми ими материалами и комментируйте их, независимо от того, имеют ли они непосредственное отношение к вашей проблеме.

Лучший способ задействовать медийное пространство – установить искренние и открытые отношения с журналистами, поэтому приглашайте их и давайте им перед встречами научные доклады или справочные материалы, чтобы привлечь их интерес. По возможности перед встречей сообщите прессе кратко информацию по этим вопросам.

Графические материалы, такие как карты, схемы, фотографии или видеоизображения, имеют очень важное значение для средств массовой информации. Попробуйте проявить творческий подход при использовании изображений. Изображения по тематике биоразнообразия, как правило, очень подходят для показа по телевидению, и предоставление качественных видеоматериалов способствует тому, что ваш рассказ выйдет в эфир. Опять же, хорошие отношения с тележурналистами и кинопродюсерами побуждают медиасети создавать и транслировать программы о природе и сохранении биоразнообразия.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Как подавать в прессе интересный информационный материал по вопросам биоразнообразия

- **Критерий близости.** Журналист предпочитает освещать событие, происходящее в своем регионе, потому что читатель предпочитает читать о том месте, где он проживает, а не о далекой стране. Это то, что СМИ называют «правилом числа мертвецов на километр»: один человек, убитый на расстоянии одного километра, равен 4000 человек, убитым на расстоянии 4000 километров. Близость также может быть географической, хронологической, социальной и психоэмоциональной.
- **Критерии выявления.** Менее 2 % всего материала, освещаемого в СМИ, связано с экологическими проблемами, из-за того, что читателей трудно заинтересовать вопросами охраны природы. Чтобы сделать рассказ более актуальным, журналисты, которые посвящают свой материал охране окружающей среды, должны попытаться найти за рассказом или сообщением человека или интерес.
- **Критерии новостей.** Новости – это что-то новое. Сегодня более интересно, чем вчера, но менее интересно, чем завтра. Новости, как бабочка. Это что-то хорошее, но умирает через два дня.
- **Критерии неожиданности.** Согласно недавнему опросу, люди помнят только 7 % телевизионной программы новостей всего через два часа после того, как она вышла в эфир. Большую часть времени они помнят, что их удивило по тем или иным причинам. Для иллюстрации этого факта в школах журналистики используется следующая фраза: «Если собака кусает человека, это не новость. Если человек кусает собаку, это становится новостью».
- **Критерии рассказов.** Это особенно уместно для сенсационного материала. Сообщение по экологической, политической или гуманитарной теме лучше всего представить с помощью рассказа. Например, не говорите, что река сильно загрязнена. Попробуйте рассказать историю о племени рыболовов, которому грозит исчезновение из-за утраты рыбы вследствие сильного загрязнения реки.

Жозуэ Анселмо, бывший пресс-секретарь МСОП



ПОЧЕМУ ВЫЕЗД НА МЕСТА ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

В странах с богатым биоразнообразием самые важные новости приходят из провинций, а не из городов. Журналист, проживающий в крупном городе, может не вполне осознавать важность сохранения биоразнообразия, пока не поедет туда, где произошло событие. Тем не менее средства массовой информации редко используют ограниченные средства для отправки репортеров в отдаленную местность с целью освещения событий по теме биоразнообразия. Неплохим решением является отправка журналистов в интересную поездку, финансируемую солидной организацией, которая уделяет внимание вопросам, связанным с биоразнообразием. Финансируемые экспедиции предоставляют журналистам уникальную возможность путешествовать и искать интересный способ подачи серии материалов, преодолевая обычную для информационного агентства проблему недостатка финансирования.

Оплата авиабилетов, проезда на местном транспорте, проживания и питания для журналистов и редакторов газет или телеканалов помогает преодолеть первое препятствие на пути создания материала, посвященного вопросам биоразнообразия, – нехватку финансирования для поездок в отдаленную местность с целью освещения темы биоразнообразия.

Финансируемые поездки на места:

- Предоставляют журналистам уникальную возможность путешествовать
- Позволяют создать яркий материал без каких-либо денежных затрат
- Способствуют лучшему пониманию проблемы журналистами
- Привлекают больше внимания со стороны СМИ к вопросам, связанным с биоразнообразием, в интересах организаций, финансирующих поездку

Непреренно вкладывайте средства в работу журналистов и редакторов, имеющих возможности, заинтересованность и стремление создавать новостные материалы. Кроме того, помните, что поездка не гарантирует возвращение журналиста с хорошим или позитивным материалом.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Выезд журналистов на места

До поездки

- Подберите группу журналистов (от 4 до 20 человек), которые будут лично заинтересованы в поездке и подготовке материала о месте, в которое они направляются.
- Проверьте их готовность к поездке в запланированные вами сроки.
- Отправьте официальное приглашение редактору журналиста, указав, что приглашение адресовано лично конкретному журналисту.
- Подготовьте материалы, связанные с поездкой, включая информационные бюллетени, карты, схемы, фотографии или видеоматериалы.
- Подтвердите участие несколько раз, в частности прежде чем покупать билеты местной авиакомпания и за один-два дня до вылета.

Во время поездки

- Как можно скорее проинформируйте журналистов о повестке дня и предоставьте соответствующие материалы.
- Не пытайтесь следить за участниками или манипулировать их интересами. Ведите честную игру и поймите, что журналисты ценят свою свободу.

- Организуйте неофициальные встречи между журналистами и местными лидерами, всегда указывая темы материала и основных субъектов деятельности.
- Поощряйте беседы и дискуссии между участниками. Хотя они находятся в командировке, это не отпуск, и они должны использовать любую свободную минуту для того, чтобы учиться и обмениваться идеями.
- До отъезда организуйте заключительную встречу, чтобы они рассказали о плюсах и минусах поездки. Не принимайте в штыки и слушайте все замечания, так как это поможет планировать будущие поездки.

После поездки

- Объясните, что у них есть полная свобода писать по теме все, что им захочется, и что вы готовы получить дополнительную информацию.
- Попросите их отправить вам копию публикации, аудиозаписи, видеоролика или ссылку на интернет-страницу с материалом, который они будут публиковать, так как они вам понадобятся для собственного отчета.
- Проведите последующую работу со всеми журналистами, которые принимали участие в поездке, обеспечив их всеми материалами для публикации хорошей статьи или репортажа.

Рекомендации Гарольдо Кастро, члена Руководящего комитета Комиссии МСОП по просвещению и коммуникации



РАБОТА С НЕГАТИВНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ В СМИ

Если вышедший в эфир или напечатанный материал будет представлен в негативном ключе, не отказывайтесь от работы с таким журналистом. Позвоните ему и предложите другие темы и больше материалов. Избегайте конфронтации, связанной с материалом.

Как избежать искаженной подачи информации

В основном информация искажается потому, что у журналиста не было достаточно времени или возможности подготовить хороший материал. Чтобы этого не произошло:

- Работайте с репортерами, которым вы доверяете и с которыми у вас хорошие отношения.
- Делитесь всей информацией, которая у вас есть по данной теме.
- Подготовьте пресс-релиз, в котором кратко излагаются проблемы, и полный комплект материалов для журналистов с картами, схемами, фотографиями, данными и графикой.

Как избежать подачи информации в слишком упрощенном или измененном виде

После простого сообщения подготовьте более содержательный материал, который выйдет на второй день. Последующее сообщение может представлять собой авторскую заметку, потому что на следующий день после выхода материала редакторы ищут людей с опытом, позволяющим более подробно раскрыть ту же тему.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Как подготовить пресс-релиз

Пресс-релиз должен содержать привлекающую внимание тему новостей и быть изложен ясно, четко и кратко.

Рекомендации по подготовке пресс-релиза:

- Используйте нетехнический язык в сообщении объемом не более 400 слов и семи абзацев
- Включите историю либо упоминание какого-то человека
- Приведите конкретные примеры желательно с цифрами и всегда показывайте соотношение, используя такие фразы, как «что соответствует...»
- 1-й абзац: укажите тему новостей в верхней части сообщения дайте четкую ссылку на источник во введении
- 2-й абзац: раскройте основную идею
- 3-й абзац: приведите прямую цитату в развитие основной идеи
- 4-й абзац: дайте некоторую справочную информацию для понимания ситуации
- 5-й абзац: приведите вторую цитату, если это необходимо
- 6-й абзац: изложите более широкий взгляд и видение будущего
- Укажите данные контактного лица, который должен ответить в кратчайшие сроки

Жозуэ Анселмо, бывший пресс-секретарь Отдела по связям с общественностью МСОП



Сценарные модели привлечения общественности к проведению изменений и принятию мер

ЭФИОПИЯ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА ПУТЕМ АДАПТАЦИИ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ К МЕСТНОЙ СПЕЦИФИКЕ

Гамбела – один из немногих регионов Эфиопии с густыми природными лесами, многочисленными реками с постоянным стоком и поймами. В последнее время этот регион оказался в центре внимания местных и международных СМИ в связи с масштабными инвестициями в сельскохозяйственный сектор, составившими основную часть капиталовложений в регионе.

Для государственных чиновников регионального уровня был организован семинар с целью повышения осведомленности и формирования потенциала правоохранительных органов, органа правосудия и административных должностных лиц в структуре правительства в отношении национального и международного законодательства, политик, стратегий и организационных механизмов, а также международных движений и начинаний, связанных с окружающей средой и изменением климата.

В ходе обсуждения основной упор был сделан на взаимосвязи между национальными и международными экологическими законами, касающимися охраны природы и систем управления. Было проведено сравнение политики и организационных механизмов с реальными методами и опытом, существующими на местах в регионе, с учетом национальных и международных соглашений.

Помимо этого, на семинаре рассматривались причины и следствия изменения климата, глобальные тенденции, делающие уязвимыми граждан бедной развивающейся страны, и имеющиеся у них варианты борьбы с последствиями изменения климата.

Обсуждения натолкнули участников дискуссии на интересные мысли.

На региональном семинаре один из высокопоставленных государственных служащих попросил провести совещание по результатам семинара для повышения осведомленности среди госслужащих федерального и регионального уровней и встречу инвесторов, работающих в регионе, и представителей общин для обсуждения таких вопросов.

Сотрудник регионального управления по вопросам окружающей среды, изменения климата и лесов признал, что в прошлом выделение земельных участков под инвестиционные проекты осуществлялось, вопреки требованию законодательства, без проведения оценки экологических последствий (ОЭП). Он заявил, что подобная практика будет прекращена и что в будущем правительство будет уделять должное внимание вопросу ОЭП в качестве одного из условий для любых инвестиций.

Источник: The event is like a day break – The beginning of a shift in our attitudes toward nature («Свет в конце тоннеля: наше отношение к природе начинает меняться»), MELCA-Ethiopia (14 июня 2016 года).

НАМИБИЯ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕСТКИ ДНЯ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ПЕРИОД ДО 2030 ГОДА ДЛЯ МОБИЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВОЛИ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДГРСИВ

Намибия уже давно занимает лидирующую позицию среди стран африканского региона в деле ведения глобальных переговоров по соглашениям в области регулирования ДГРСИВ со времени принятия в 2002 году Боннских руководящих принципов. Значительный прогресс был также достигнут на национальном уровне благодаря таким новаторским учреждениям, как Временный комитет по биоразведке, созданный в 2007 году и представляющий собой многосторонний орган по вопросам регулирования ДГРСИВ.



После выборов 2015 года новое правительство Намибии поддержало концепцию Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года «Чтобы никто не был забыт». В сотрудничестве с парламентариями Министерство окружающей среды и туризма подготовило Сводный обзор потенциала социально-экономического развития ДГРСИВ в интересах достижения Целей в области устойчивого развития (ЦУР) с уделением особого внимания целям в области продовольственной безопасности, устойчивой инфраструктуры, морского и наземного биоразнообразия. В нем прослеживается взаимосвязь между ДГРСИВ и вопросами расширения прав и возможностей общин, сокращения масштабов нищеты, продовольственной безопасности, занятости в сельских районах, адаптации к изменению климата, малых и средних предприятий, промышленного развития, исследований и разработок, торговли и передачи технологии. Эта взаимосвязь способствовала повышению осведомленности и одобрению парламентариями проекта закона о регулировании ДГРСИВ в Намибии, подчеркивая целесообразность коммуникационных подходов для акцентирования интересов целевой группы заинтересованных сторон и увязки целей в области биоразнообразия с более широкой экологической повесткой дня.

На основе информационного бюллетеня для выпускников курса МОПР-СКБР, первое издание, ноябрь-декабрь 2016 года.

Для получения дополнительной информации о взаимосвязи между ДГРСИВ и ЦУР см. [программный документ](#), разработанный Инициативой по созданию потенциала в области ДГРСИВ.

НИДЕРЛАНДЫ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЛИЦ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ, К ВКЛЮЧЕНИЮ ТЕМАТИКИ БИОРАЗНООБРАЗИЯ В ПОВЕСТКУ ДНЯ НИДЕРЛАНДОВ

Национальный комитет Нидерландов Международного союза охраны природы (МСОП) – неправительственная организация, оказывающая услуги членам МСОП, органам власти и другими НПО в Нидерландах. Несколько лет назад по ее инициативе была организована Гагская рабочая группа для неформальных обменов и диалога по международным вопросам охраны природы и их политическим и социально-экономическим аспектам. Совещания Группы проходят четыре раза в год в Гааге недалеко от здания Парламента.

В состав Рабочей группы входят члены парламента и их помощники, государственные служащие, эксперты и представители природоохранных НПО. Возглавляет Группу нынешний председатель Социально-экономического совета Нидерландов.

Национальный комитет МСОП Нидерландов выносит на обсуждение вопросы, включенные или те, что должны быть включены, в политическую повестку дня страны. Для стимулирования сторон к свободному высказыванию мнений на обсуждениях не ведется протоколов, а составляется лишь резюме без указания имен в соответствии с правилами Чатэм-хауса.

Рабочая группа зарекомендовала себя как эффективный инструмент информирования членов парламента о различных точках зрения на вопросы, который помогает им в принятии решений. Одним из результатов данных диалогов стало выдвинутое в 2005 году парламентское предложение о возможности структурного финансирования природных парков, расположенных на заморских территориях Нидерландов.

Кроме того, Рабочая группа обеспечила возможность оказания государственной поддержки усилиям по охране заболоченных земель в Центральном Калимантане. Еще одним примером влияния Рабочей группы стало содействие выводу из тупика решения правительства закупать для государственного жилищного строительства только сертифицированные лесоматериалы.

Интервью с Питером ван де Гагом, старшим советником Нидерландского комитета МСОП и Гагской рабочей группы, www.iucn.nl.



Методы взаимодействия

Взаимодействие обеспечивает официальные и неофициальные каналы, позволяющие быть в курсе происходящего, знать, кто занимается чем и когда. Благодаря взаимодействию можно находить способы сохранения вопросов биоразнообразия в повестке дня ключевых групп и оказывать содействие усилиям этих групп.

Взаимодействие позволяет оказывать поддержку многим людям, с которыми вас могут связывать конструктивные рабочие отношения, помогает координировать их деятельность и способствует уменьшению дублирования усилий.

Посредством взаимодействия также можно оказывать другим субъектам поддержку в налаживании связей, что несомненно выгоднее, чем завязывание контактов с незнакомыми людьми без предварительной договоренности.

ОТСЛЕЖИВАНИЕ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ УЧАСТНИКОВ, ВОВЛЕЧЕННЫХ В РАБОТУ НАД ВОПРОСАМИ, СВЯЗАННЫМИ С БИОРАЗНООБРАЗИЕМ

Отслеживание является важной частью работы национальных координационных центров и специалистов-практиков, позволяющее определить других участников, вовлеченных в деятельность по вопросам, связанным с биоразнообразием. Отслеживание помогает узнать:

- Какие инициативы в области биоразнообразия реализуются на местном уровне
- Какие инициативы в области биоразнообразия предпринимаются государственными структурами различных уровней
- Какие мероприятия по информированию общественности о вопросах, связанных с биоразнообразием, осуществляются национальными и международными НПО, вузами, музеями естествознания и т.п.
- Кто является ключевыми контактными лицами и как с ними связаться.

Деятельность по вопросам, связанным с биоразнообразием, может отслеживаться самыми различными способами, к числу которых относятся:

- Поиск в Интернете
- Просмотр газет, журналов, информационных бюллетеней
- Просмотр страниц и публикаций в социальных сетях (Facebook, Twitter, LinkedIn и т.п.)
- Просмотр документов, докладов, проспектов и учебно-методических материалов, таких как [Отслеживание основных тенденций в науке и политике в области биоразнообразия](#) (ЮНЕСКО, 2013 г.)
- Посещение соответствующих учреждений, НПО и организаций, реализующих местные инициативы, для ознакомления с их работой
- Посещение конференций и мероприятий, связанных с биоразнообразием
- Проведение неформальных встреч с коллегами и партнерами
- Проведение регулярных встреч с представителями НПО
- Регулярный просмотр календарей событий и мероприятий

Необходимо организовать рациональное управление информацией, собранной в процессе отслеживания, и ее хранение для обеспечения ее доступности и готовности к использованию или распространению. Важный компонент отслеживания - хранение и обновление персональных данных ключевых лиц (ФИО, адрес).



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Способы отслеживания мероприятий по КПИО

Мероприятия, направленные на расширение знаний, улучшение отношения и поведения целевых аудиторий применительно к вопросам, связанным с биоразнообразием, проводятся:

- Музеями естествознания
- Зоопарками и ботаническими садами
- Информационно-туристическими центрами на территории водно-болотных угодий и национальных парков
- Национальными и международными НПО
- Донорскими организациями, оказывающими помощь в целях развития
- Ведомствами, министерствами и другими государственными учреждениями
- Школами, молодежными и студенческими группами
- ВУЗами и учебными заведениями
- Радио- и телевизионными компаниями, газетами и журналами
- Местными общинами и сообществами
- Религиозными учреждениями
- Гуманитарными организациями
- Организациями частного сектора (связанными с туризмом, управлением природными ресурсами, транснациональными проектами)
- Научными и деловыми кругами (участвующие в регулировании доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод в качестве пользователей генетических ресурсов)

КАКИМ ОБРАЗОМ ЛЮДИ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮТ?

Люди взаимодействуют различными способами: через интернет, встречаясь по рабочим вопросам, на профессиональных конференциях и торговых выставках, даже в лифте и во время пересадок в аэропорту или на железнодорожном вокзале. Все, что необходимо для взаимодействия – это навыки социальной коммуникации и наличие возможностей для установления контакта.

Чтобы усилия были максимально эффективными, начните с оценки вашего окружения с точки зрения интересов и возможностей применительно к реализации ваших целей в области биоразнообразия. Люди, обладающие большими возможностями и заинтересованные в реализации ваших целей, являются наиболее значимыми, и им следует уделить самое пристальное внимание.

С инструментами, которые могут помочь вам в оценке соответствующих интересов и возможностей, можно ознакомиться в [руководстве по стратегической коммуникации в области доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод](#).



КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ?

Взаимодействие может принимать самые различные формы в зависимости от преследуемых целей. Наиболее распространенным является информационное взаимодействие. Однако если целью является, например, внедрение изменений для сохранения биоразнообразия, то первостепенное значение приобретает взаимодействие с целью стимулирования анализа ситуации и приобретения знаний.

Взаимодействие через Интернет - мероприятия и группы

Для интернет-взаимодействия характерны обсуждения, обмен опытом, диалоги в онлайн-режиме, ориентированные на реализацию каких-либо задач. Межличностное взаимодействие может выступать в таких формах как встречи, обсуждения, онлайн-чат, вебинары, видеоконференции и обмен мгновенными сообщениями. Эти средства общения помогают наладить контакт между людьми, находящимися в отдаленных географических регионах, при минимальных затратах.

Взаимодействие по вопросам биоразнообразия - мероприятия и группы

Сюда относятся мероприятия с непосредственным личным участием, как правило, открытые для сотрудников и специалистов в рамках государственных структур и организаций гражданского общества. Мероприятия общего характера, такие как открытие выставки в музее естествознания, запуск кампании в защиту биоразнообразия или Международный день биологического разнообразия, также используются для взаимодействия.

Взаимодействие по вопросам КПИО - специальные мероприятия

В рамках специальных мероприятий по КПИО проводятся личные встречи специалистов, посвященные интересам в сфере КПИО. Во время таких встреч участники обмениваются опытом, ресурсами, идеями и контактами, что способствует повышению их профессиональных умений и навыков и налаживанию более тесного сотрудничества. В ходе таких мероприятий могут приниматься совместные решения о мерах, направленных на улучшение ситуации в сфере КПИО, таких как изменение политики или расширение деятельности по созданию потенциала. Сюда входят семинары по КПИО, конференции для специалистов в сфере образования, мероприятия в рамках сети КПИО.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Потенциальные возможности для сотрудничества в области КПИО

Сфера реализации потенциала	Организации для сотрудничества	Совокупная выгода
■ Десятилетие в интересах устойчивого развития (ООН)	Министерство образования, открытые университеты, комитеты ЮНЕСКО	Биоразнообразие как ключевой элемент устойчивого развития
■ Рамсарская конвенция	Центры водно-болотных угодий, министерства охраны окружающей среды, охраняемые районы, НПО	Биоразнообразие как широкая концепция с учетом «общей картины»
■ РКИКООН	Министерства охраны окружающей среды, Всемирный фонд дикой природы (ВФП), НПО	Биоразнообразие как показатель для оценки изменений и адаптации
■ Сокращение бедности	Организации по сотрудничеству в целях развития или организации по оказанию помощи в случае стихийных бедствий	Экосистемные услуги, генерирование доходов, предотвращение расходов на восстановление в будущем
■ Туризм	Ассоциации владельцев гостиниц, туроператоры	Биоразнообразие как уникальное коммерческое преимущество для туризма
■ Такие мероприятия, как Международный день биологического разнообразия, начало реализации обновленной версии НСПДСБ, Всемирный день окружающей среды	Аппарат премьер-министра, президента или руководителя министерства, отвечающего за охрану окружающей среды, НПО, зоопарки, музеи естествознания, школы, охраняемые районы	Биоразнообразие как наследие будущих поколений; экосистемные услуги; предотвращение расходов на восстановление в будущем
■ Совещания КБР	Другие Стороны КБР, организации и заинтересованные стороны	Обмен знаниями и ресурсами, информацией и опытом

**ПРИМЕР****Формат отслеживания**

Для организации результатов работы по отслеживанию вы можете воспользоваться простой таблицей Excel. Данные столбца с адресами электронной почты можно копировать при рассылке электронных писем. В такой таблице можно использовать следующие заголовки столбцов:

- Проблема в области биоразнообразия
- Местонахождение
- Организация
- Контактное лицо
- Контактные данные
- Веб-сайт
- Публикации, материалы, проекты, мероприятия
- Дата обновления информации
- Примечания



Партнерство и сотрудничество

Партнерство на государственном уровне с местными общинами, фондами, НПО, коммерческими предприятиями и даже просто с влиятельными лицами может способствовать активизации деятельности по проблемам, связанным с биоразнообразием, таким как сохранение биоразнообразия. В рамках партнерств совместно используются возможности, подходы, контакты и ресурсы различных субъектов деятельности, объединяемых общим видением или целью. Разделяя ответственность за осуществление поставленных задач, партнерства оказывают помощь в создании и укреплении потенциала, стимулировании новаторской деятельности и поддержании мотивации.

В специфическом контексте доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод партнерские отношения также играют ключевую роль. Они обеспечивают взаимопонимание на основе справедливости и равноправия между поставщиком генетических ресурсов или связанных с ними традиционных знаний и пользователем таких ресурсов или знаний.

Некоторые ключевые особенности успешных партнерств

- Веские мотивы объединения партнеров
- Общее видение
- Не только совместное использование информации, но и проведение настоящей работы
- Четкое понимание всеми, какую пользу каждая из сторон надеется извлечь из партнерства
- Четкий механизм принятия решений в рамках партнерства
- Склонность к совместной работе, умение быстро приспосабливаться к меняющимся условиям и адаптироваться по мере накопления опыта
- Налаженность и прозрачность коммуникаций
- Предоставление другим лицам информации о практических результатах работы партнерства
- Совместные мониторинг и оценка партнерства
- Уважение и доверие между партнерами



КАК ОБЛЕГЧИТЬ ПРОЦЕСС ИНТЕГРАЦИИ ПРОБЛЕМАТИКИ БИОРАЗНООБРАЗИЯ В ПОЛИТИКУ ДРУГИХ СЕКТОРОВ

Для интегрирования проблематики биоразнообразия, включая вопросы ДГРСИВ в повестку дня другого министерства необходимо наладить гармоничные взаимоотношения и найти точки соприкосновения для совместной работы. Очень важно, чтобы ваше взаимодействие не воспринималось в этом министерстве как перекалывание обязательств одной стороны на другую. Для этого потребуется время, терпение и умение слушать, чтобы понять стиль работы в данном секторе.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Включение тематики биоразнообразия в деятельность других секторов

1. Определение четких целей для реализации

- Как можно конкретнее сформулируйте желаемые результаты
- Проанализируйте процедуры принятия решений в вашем министерстве, его положение как государственной структуры, его репутацию в обществе
- Составьте схему юридических обязательств и политических последствий включения в деятельность тематики биоразнообразия
- Сформулируйте план реализации

2. Определение конфликтных мнений и интересов

- Определите субъектов деятельности в других министерствах и общественных кругах, наиболее подходящих для реализации ваших целей
- Проанализируйте и уясните их интересы, обязательства, ценности, взгляды
- Проанализируйте и оцените разнохарактерные (потенциальные) конфликты
- Определите благоприятные возможности для совместной работы (например связанные с социально-экономическим развитием, управлением речными водосборами, программами лесоводства)

3. Налаживание эффективного и открытого диалога

- Установите уважительные и терпимые отношения между министерствами (а также между отделами и подразделениями, находящимися внутри или в подчинении министерств)
- Консультируйтесь с субъектами деятельности перед принятием окончательных решений
- Подумайте об изменении своего отношения и восприятию других субъектов деятельности как партнеров, а не как противников
- Организуйте совместную работу по установлению фактов.
- Согласуйте процедуры обмена информацией



4. Подготовка ряда альтернативных взаимовыгодных вариантов

- Организуйте коллективное обсуждение для выработки вариантов ситуаций «взаимного выигрыша»
- Рассмотрите эти варианты с учетом имеющихся проблем и благоприятных возможностей
- Совместно разработайте ряд вариантов, отвечающих основным интересам всех групп

5. Совместная разработка критериев оценки успеха

- Организуйте обмен мнениями по выработке критериев для объективной оценки вариантов политики
- В ходе обсуждения сосредоточьтесь на рассматриваемом вопросе, а не на личном отношении или точках зрения

6. Используйте нейтральные стороны в качестве посредника

- Определите круг нейтральных сторон для оказания помощи в проведении дискуссий
- Определите обязанности посредника до начала дискуссии
- Определите наиболее эффективный процесс содействия дискуссиям
- Привлекайте нейтральные стороны при реализации результатов переговоров

7. Donner une image positive

- Сформулируйте всеобъемлющую стратегию взаимодействия со СМИ, приняв во внимание все перспективные каналы
- Заранее наладьте контакты с нужными представителями СМИ
- Продумайте, какие изменения потребуется внести в вашу стратегию взаимодействия со СМИ в случае негативного общественного резонанса

8. Mettre en place le suivi et l'évaluation, organiser la poursuite du dialogue

- Договоритесь о планировании дальнейшего взаимодействия и о том, каким образом будет осуществляться мониторинг прогресса
- Определите ответственных за выполнение каждой поставленной задачи
- Согласуйте процедуры совместной оценки и последующих переговоров
- Дайте положительную оценку прошедшим переговорам и принятым решениям
- Поддерживайте контакты с помощью телефонных звонков, переписки по электронной почте, а также используя неформальные социальные возможности



СОТРУДНИЧЕСТВО С МЕЖДУНАРОДНЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Международные организации, занимающимися вопросами биоразнообразия, часто имеют доступ в мировом масштабе к самому передовому опыту и практике, самым достоверным существующим научным данным. Они также располагают необходимым потенциалом для изучения возможностей реализации новых подходов и инициатив на национальном и даже на местном уровнях. Сотрудничество с международными организациями также может обеспечить публичность усилий, предпринимаемых на местном уровне, привлекая финансовую и практическую помощь.

Текущие тенденции в международном сотрудничестве в области биоразнообразия благоприятствуют взаимному коллегиальному обмену знаниями и методами и их краудсорсингу. Например, движение [#NatureForAll](#) является универсальной коалицией партнеров, представляющих самые разные сектора (здравоохранение, градостроительство, охраняемые районы, коммуникации, технологии, образование, искусство, туризм, наука, молодежные организации и т.п.) и объединяющих силы для внедрения новых идей и методов в цели повышения осведомленности и содействия общению и единению с природой. Оно поощряет сотрудничество среди нетрадиционных партнеров, признавая, что разнообразие точек зрения и опыта само по себе является ценным активом.



ЦЕЛЬ 3

Привлечение коренных народов и местных общин (КНМО) и соответствующих субъектов деятельности

Способы привлечения общественности к проведению изменений и принятию мер

Как привлечь широкую общественность	Привлечение исследователей, академических кругов и коллекций ex-situ
Выявление и привлечение субъектов деятельности	Создание условий для изменения поведения и укрепления потенциала
Привлечения коренных народов и местных общин	Сценарные модели привлечения общественности к проведению изменений и принятию мер
Привлечение деловых кругов	

Как осуществлять сотрудничество в области биоразнообразия

Методы проведения консультаций	Партнерство и сотрудничество с коренными народами и местными общинами
--------------------------------	---



Как привлечь широкую общественность

Участие общественности – это подход, применяемый органами власти, организациями и общинами во всем мире для повышения эффективности своих решений. Участие основывается на демократических принципах и охватывает людей, которых затрагивают эти решения. Идея «участия» имеет много аспектов - от информирования людей и обмена мнениями с ними до фактического разделения полномочий в процессе принятия решений.

Несмотря на то, что участие кажется более сложным и медленным процессом, в конечном итоге более вероятно, что желаемые изменения будут приняты в обществе, поскольку они более приемлемы. В перспективе этот процесс может происходить быстрее и быть более устойчивым, так как люди берут на себя ответственность за свои решения. Другим преимуществом является креативность, возникающая в результате совместного использования различных знаний.

ФОРМЫ УЧАСТИЯ ОБЩЕСТВЕННОСТИ

Во многих местах участие общественности является требованием законодательства. Часто форма участия принимает форму общественных слушаний или процедур представления замечаний со стороны общественности.

Помимо этих официальных процедур участия, существует целый ряд форм совместного участия, которые зачастую не предусмотрены требованиями законодательства, но применяются благодаря своей эффективности. В основе этих форм лежат мероприятия по коммуникации, просвещению и информированию общественности. В приведенной ниже таблице даны характеристики различных форм участия.

	Общественные слушания	Процедуры анализа и представления замечаний	Способы совместного участия
Обязательно ли это?	Часто предусмотрены требованиями законодательства	Часто предусмотрены требованиями законодательства	Не предусмотрены требованиями законодательства
Что обсуждается?	Предложение органов власти	Предложение органов власти	Не предложение, а вопрос
Кто является сторонами?	Органы власти и граждане	Органы власти и граждане	Нужны граждане и другие участники
Кто принимает участие в обсуждении?	Ярые сторонники, противники, заинтересованные группы, консерваторы	Подробные замечания групп субъектов деятельности в письменной форме	В ходе обсуждения все участники равны
Какова процедура?	Очень мало времени для выступлений	Пояснение замечаний, поступивших в ходе общественных слушаний	Процесс налаживания связей, совместного установления фактов и решения проблем



	Общественные слушания	Процедуры анализа и представления замечаний	Способы совместного участия
Есть ли возможность для прений?	Отсутствие взаимодействия с экспертами со стороны органов власти	Нет возможности для обсуждения среди лиц, высказывающих замечания	Самое главное - диалог и укрепление потенциала
Как рассматриваются вопросы или замечания?	У граждан нет права получить ответы на вопросы	Эксперты со стороны органов власти отвечают на отдельные замечания	Для обеспечения качественного процесса необходима просветительская и информационно-пропагандистская деятельность
Сколько требуется времени и денежных средств?	Относительно небольшой бюджет, незначительные затраты времени	Относительно небольшой бюджет, более значительные затраты времени	Значительные затраты времени и большой бюджет

МЕХАНИЗМЫ ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ

Для расширения участия общественности национальные координационные центры и специалисты-практики в области биоразнообразия могут искать пути создания доступных национальных [механизмов обмена информацией, таких, как механизм посредничества](#), в который поступает информация из различных источников: от органов власти, научно-исследовательских и образовательных учреждений, промышленных предприятий, неправительственных организаций и частных лиц. Такие механизмы должны предусматривать широкое участие и легкий доступ в качестве главных приоритетов.

Для удовлетворения потребностей в участии общественности необходимо знать, какие вопросы имеются у основных пользователей механизма посредничества, и соответствующим образом упорядочить информацию по разделам. Даже язык, используемый при изложении информации, должен быть ориентирован на конечного пользователя и не содержать «жаргон» экспертов.

В том, что касается Нагойского протокола, Механизм посредничества для регулирования ДГРСИВ был разработан в качестве центральной платформы, управляемой Секретариатом КБР, для обмена информацией о доступе к генетическим ресурсам и совместном использовании выгод. Задача [Механизма посредничества для регулирования ДГРСИВ](#) заключается в обеспечении доступа к информации об осуществлении Протокола, предоставленной каждой Стороной. Он предназначен для того, чтобы дать возможность, главным образом Сторонам, но также государствам, не являющимся Сторонами, КНМО, международным и неправительственным организациям, научно-исследовательским учреждениям и частному сектору публиковать информацию в глобальной упорядоченной базе данных. Посетите веб-сайт [Механизма посредничества для регулирования ДГРСИВ](#), чтобы больше узнать о его функциях, назначении и информации, доступной в рамках этого механизма.

ИДЕИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНТЕРЕСА ОБЩЕСТВЕННОСТИ К ДОКЛАДАМ О БИОРАЗНООБРАЗИИ

- Представление обзора доклада или вопроса на понятном языке без использования профессионального жаргона.
- Создание интерактивного веб-сайта.



- Работа с посредниками, такими как музеи естествознания, информационно-туристические центры, зоопарки и природоохранные НПО, в целях организации соответствующих мероприятий.
- Подготовка пресс-релизов, создание радио- или телепередач.
- Подготовка обзоров, предназначенных для разной аудитории, например детей, студентов, компаний.

АСПЕКТЫ УСПЕШНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ СЛУШАНИЙ

Многие государства инвестируют средства в серьезные просветительские и информационно-пропагандистские кампании до и после проведения общественных слушаний и процессов обзора и представления замечаний.

В число полезных элементов для успешного проведения общественных слушаний могут входить:

- Предварительное налаживание неформальных связей с основными группами субъектов деятельности.
- Информационно-пропагандистские кампании, направленные на информирование людей об альтернативах.
- Применение метода фокус-групп и проведение исследований для сопоставления мнений, возражений и идей.
- Экспериментальные проекты по изучению решений и беспроигрышных вариантов.
- Предварительная реклама и информация о проведении общественных слушаний.
- Общественные слушания, проводимые вблизи от места жительства граждан, которых затрагивает данный вопрос.
- Нейтральные координаторы, регулирующие процесс обсуждения.
- Учебные материалы для школ и неформального образования.
- Расширенные брифинги для прессы и рекламные сообщения.

ТИПЫ ЛИЦ, ПРИВЛЕКАЮЩИХ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ К УЧАСТИЮ

В каждой отдельной общине уровни привлечения участников к представляемым вопросам будут самыми разными. Когда привлечение осуществляется на уровне общины, нужно осознавать и планировать разные ответы в вашей целевой группе, даже среди тех, кто более остальных выступает за принятие мер.

Типы лиц, привлекающих общественность к участию	Характеристики
Лица, движимые личными интересами	Обеспокоены только вопросами, которые затрагивают их напрямую; не чувствуют себя обязанными вносить вклад в общество в более широком смысле
Местные сторонники	Заинтересованы в вопросах, которые затрагивают их сообщества; требуют ощутимых результатов; предпочитают оказывать помощь в индивидуальном порядке



Типы лиц, привлекающих общественность к участию	Характеристики
Сомнительные активисты	Чувствуют потребность в том, чтобы вносить свой вклад в развитие общества, но не претворяют ее в действие; не считают себя лидерами - на данный момент
Активисты, оказывающие помощь сообществам	Оказывают активную помощь своим сообществам; чувствуют потребность в том, чтобы вносить вклад в развитие общества
Активисты, ориентированные на конкретные вопросы	Сосредоточены на более общих социальных проблемах; чувствуют себя обязанными оказывать помощь другим, независимо от того, как далеко они зашли
Эксперты	Заинтересованы в национальных и экономических вопросах; занимаются деятельностью, которая позволяет им обмениваться мнениями по вопросам, которые их волнуют
Тихие сторонники	Самая большая группа. Считают, что должны помогать другим и могут быть наиболее эффективными, поддерживая организации и тех, у кого есть опыт

Источник: [Activists, Pundits and Quiet Followers: Engaging the public in social issues](#) («Активисты, эксперты и тихие сторонники: привлечение общественности к решению социальных вопросов», 2010 г.), McKinsey&Company.

Как показывают исследования, значительная часть людей из разных групп изначально начинает заниматься решением проблемы потому, что она непосредственно затрагивает их самих или члена их семьи. Но почти одинаково мощным стимулом для этого является «сарафанное радио»; многие люди впервые начинают заниматься решением проблемы, когда узнают о ней непосредственно от правозащитной организации, друзей или членов семьи.

Экологические проблемы, такие как утрата биоразнообразия, как правило, привлекают различных сторонников - ни одна из групп не будет преобладающей, но примерно одну пятую часть, вероятно, составят тихие сторонники. Поэтому важно:

- Предложить сторонникам разнообразные способы участия в решении проблемы и самопросвещения
- Четко изложить проблемы и задачи
- Дать четкие указания относительно того, какую помощь могут оказать сторонники
- Предусмотреть ряд мер, в том числе таких, которые не требуют взаимодействия через широкое освещение в СМИ

Источник: [Activists, Pundits and Quiet Followers: Engaging the public in social issues](#) («Активисты, эксперты и тихие сторонники: привлечение общественности к решению социальных вопросов», 2010 г.), McKinsey&Company.



ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ШИРОКОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ

Вопросы бедности, продовольственной обеспеченности, образования, трудовой занятости, экономического роста, а также знаний, ценностей, установок и потребностей, связанных с биоразнообразием, имеют гендерные аспекты. При привлечении широкой общественности к принятию мер, связанных с утратой и сохранением биоразнообразия, подумайте, могут ли следующие факторы влиять на ваши целевые группы:

- Различия между женщинами и мужчинами в доступе к местным биологическим ресурсам, контроле за ними и их использовании, которые могут влиять на управление ресурсами
- Различия социальных групп в зависимости от класса, расы, этнической принадлежности, возраста, пола или социально-экономического статуса, владения различными знаниями и навыками, интересов и опыта в области сохранения и использования биоразнообразия
- Различия в потребностях женщин и мужчин и в их уязвимости к утрате биоразнообразия, изменению климата и стихийным бедствиям
- Неравенство прав и обязанностей женщин и мужчин в отношении биологических ресурсов
- Неравенство в задействовании и участии женщин и мужчин в мероприятиях по управлению биологическими ресурсами

ВНИМАНИЕ! Помните, что женщины и мужчины не являются однородными группами. Обеспечьте, чтобы в любых заявлениях о статусе, приоритетах, потребностях, интересах и т.п. женщин и мужчин учитывались реалии ваших целевых групп.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Гендерные аспекты при создании публичных обращений

Исходные аспекты:

- Упомянется и/или учитывается в материале точка зрения женщин и девочек?
- Отражает ли материал гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин в качестве сквозных вопросов?
- Позволяет ли исходная информация, содержащаяся в материале, отнести женщин к группе субъектов деятельности, имеющей важное значение?
- Если информация относится к событию, деятельности или инициативе, которые направлены на привлечение людей, определена ли в ней важность равного участия женщин и мужчин? Как поощряется равное участие?

Предмет:

- Какие гендерные роли передаются в обращениях?
- Могут ли обращения укреплять неравенство гендерных ролей или стереотипы? (Например, закрепляют ли обращения узкую точку зрения на роль женщин как матерей или хранительниц очага, не упоминая об их индивидуальных потребностях?)
- Есть ли в обращениях и материалах положительные ролевые модели женщин?
- Содержат ли они положительные ролевые модели мужчин?
- Отражают ли обращения положительную роль женщин как активных личностей и проводников перемен?

- Отражают ли обращения и материалы понимание неравенства, дисбаланса сил и дифференцированного доступа к услугам, с которыми сталкиваются женщины и другие уязвимые группы?
- Отражают ли обращения аспекты, связанные с различными потребностями, функциями, обязанностями и проблемами женщин и мужчин?
- Соответствуют ли обращения потребностям и обстоятельствам жизни женщин и мужчин?
- Учитываются ли в обращениях, концепциях, видах деятельности и продуктах рабочая нагрузка, доступ к информации и услугам, а также мобильность женщин и мужчин?

Язык и письменная форма изложения:

- Является ли язык гендерно нейтральным?
- Понятен ли язык разной аудитории?
- Используется ли действительный залог при написании обращений о женщинах?
- Учитываются ли гендерные факторы при переводе на другие языки?

Изображения:

- Содержат ли изображения положительные образы женщин и мужчин, выполняющих разные функции (дом, работа)?
- Позволяют ли изображения избегать укрепления гендерных стереотипов и предрассудков?

Передача обращений:

- Приняты ли меры для обеспечения равного доступа к информации?



Выявление и привлечение субъектов деятельности

Субъекты деятельности – это отдельные лица или группы лиц, которые заинтересованы в данном вопросе. Их привлечение требует выстраивания отношений, способствующих общим интересам.

В случаях участия субъектов деятельности в мероприятиях по сохранению биоразнообразия вам сначала необходимо решить, что вы хотите получить от взаимодействия с каждой группой субъектов деятельности.

Если субъектом деятельности является...	Вам необходимо...
Клиент	Удовлетворять требованиям субъекта деятельности и содействовать решению его проблем
Партнер по диалогу	Создать основу для взаимопонимания
Автор идей	Изучить возможные альтернативы, способствующие вашим интересам
Соавтор политики	Совместно работать над созданием решений, которые вы вместе можете поддержать
Лицо, определяющее повестку дня	Выступать в поддержку интересов на низовом уровне и следить за тем, чтобы они учитывались
Сторона, несущая совместную ответственность	Участвовать в создании модели совместного управления
Лицо, принимающее решения	Создать условия для того, чтобы у него была информация и желание поддержать ваши интересы

Следует отметить, что субъекты, участвующие в процессах регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод (ДГРСИВ), могут отличаться от субъектов, на которые в целом ориентирована коммуникация по вопросам, связанным с биоразнообразием. В частности, регулирование ДГРСИВ может затрагивать руководителей предприятий, занимающихся исследованиями и разработкой в различных секторах (сельское хозяйство, садоводство, фармацевтика, косметика, биотехнологии и т.д.), ученых и исследователей, использующих генетические ресурсы, а также коренные народы и местные общины, и каждая из этих групп может иметь различные цели и интересы в этом процессе.

Гибкий и последовательный процесс консультаций может помочь директивным органам адаптироваться к быстро меняющимся научным, технологическим и деловым реалиям. Регулярный процесс консультаций с ключевыми субъектами деятельности – деловыми и научными кругами, общинами и другими – будет содействовать правительству в преодолении сложных и меняющихся условий. В различных странах уровни участия субъектов деятельности будут варьироваться; например, в некоторых из них более активные научные или деловые круги, в то время как другие могут уделять больше внимания межправительственным консультациям. Однако в большинстве стран генетические ресурсы представляют интерес для академического и научного сообщества, а также местных деловых кругов (хотя масштабы и характер использования генетических ресурсов частным сектором в разных странах существенно варьируются). Важно учитывать эти интересы в процессе консультаций по вопросам регулирования ДГРСИВ.

Источник: [Бионаука на перепутье. Доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод в эпоху научных, технических и промышленных преобразований](#), СКБР, 2012 год.



КАК ОПРЕДЕЛИТЬ ПРИОРИТЕТНЫЕ КАТЕГОРИИ СУБЪЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- **Перечислите всех основных субъектов деятельности в различных секторах** – от органов власти высокого уровня до местного, общинного уровня, чтобы определить, кто должен участвовать в процессе осуществления, учитывая ключевые сектора, в которых меры могут потенциально оказывать значительное воздействие (как положительное, так и отрицательное).
- **Определите, какие стратегии, положения, финансы и системы управления уже существуют**, чтобы расширить участие субъектов деятельности. Цель состоит в том, чтобы определить соответствующие планы и стратегии, которые уже могут включать элементы участия субъектов деятельности, способствовать согласованности действий и снизить необходимость компромиссов.
- **Определите приоритетность субъектов деятельности:**
 - Определите приоритетность государственных и частных субъектов деятельности, которые являются наиболее *влиятельными*.
 - Определите приоритетность государственных и частных субъектов деятельности, которые будут *затронуты* в наибольшей степени.
- **Подробно проанализируйте приоритетных субъектов деятельности**, отметив совпадающие позиции и интересы, а также потенциальные конфликты.
- **Определите потенциальные межсекторальные объединения, партнерства и иные формы сотрудничества**, а также способы их создания.

Источник: ПРООН, [Многосторонний процесс принятия решений: Руководства по созданию многостороннего процесса принятия решений, в поддержку экологически безопасных, низкоуглеродных и климатически устойчивых стратегий развития](#), 2012 год.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ СУБЪЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ПОМОЩЬЮ НЕФОРМАЛЬНЫХ ЛИДЕРОВ

Не все члены группы субъектов деятельности одинаковы. Поэтому важно определить в каждой группе неформального(-ых) лидера(-ов). Выстраивая отношения с неформальными лидерами и привлекая их к планированию мероприятий, вы можете свести к минимуму риск того, что субъекты деятельности в итоге не будут взаимодействовать.

Помните, что неформальные лидеры могут не быть экспертами в области биоразнообразия, но к их взглядам и убеждениям следует относиться с уважением.

Неформальные лидеры — это люди...

- За которыми пойдут другие люди (например, знаменитости, которые увлечены идеей сохранения биоразнообразия)
- Которые имеют различные сферы интересов
- Которым доверяют, так как ценят их мнение
- Которые являются участниками множества различных сообществ
- Имеющие опыт и заинтересованные в сетевом взаимодействии в целях установления связей между людьми, которые выиграют от такого общения



ПРИВЛЕЧЕНИЕ СУБЪЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ПОМОЩЬЮ НОВАТОРОВ

Для изменения идей или поведения субъектов деятельности необходимо, чтобы эти идеи или поведение были продемонстрированы коллегами или влиятельными фигурами в группе субъектов деятельности. Часто принятие новых идей начинается с наиболее творческих людей, называемых новаторами, а затем распространяется в обществе. Обычно новаторы внедряют новые идеи или нормы поведения в зависимости от различных факторов, таких как:

- Воспринимается ли относительное преимущество новшества как нечто лучшее, чем та идея, которую оно заменяет, с точки зрения экономической выгоды, социального престижа, удобства или удовлетворения
- Степень сочетаемости идеи с существующими ценностями и методами
- Легкость и простота идеи
- Возможность в некоторой степени экспериментировать с идеей
- Возможность легко увидеть результаты новшества

Распространение любых новшеств обычно начинается с очень небольшой группы людей, которых называют новаторами или первопроходцами. Группа новаторов - это те люди, на которых вы в первую очередь направляете свои усилия. Другие члены общества наблюдают за результатами. Если начальные усилия будут успешными, другие люди могут последовать этому примеру. Новая идея получает все большее распространение, и, когда данное новшество перенимают около 16 % людей, наступает переломный момент¹.

Новаторы. Первоначально коммуникационный подход направлен на небольшую группу новаторов или первопроходцев. Новаторы помогают разработать подход, экспериментируют с идеей или технологией и дают советы, как лучше адаптировать ее к ситуации. Неформальные лидеры в группе субъектов деятельности могут помочь выделить первопроходцев и заинтересовать их в новом подходе.

Ранние последователи. Следующая после новаторов группа людей, которая перенимает новшества, называется ранними последователями. У ранних последователей может быть уровень образования выше среднего, и они могут быть более склонны к риску. В целях привлечения большего числа людей для внедрения новшества используются двусторонние коммуникации, которые позволяют делиться идеями и преодолевать любые сомнения в группе ранних последователей. Коллегиальное обучение посредством демонстрации является эффективным инструментом, который позволяет заручиться поддержкой для данного подхода.

Раннее и позднее большинство. После того как около 16 % группы субъектов деятельности примет новую идею, рынок будет готов к крупномасштабной кампании по расширению внедрения новшества и привлечению еще более крупной группы («**раннего большинства**», а позже - «**позднего большинства**»). К этому времени станет ясно, какая информация и стимулы необходимы для преодоления барьеров, препятствующих внедрению новых методов. Если 16-процентный порог не будет достигнут, то новшество в области биоразнообразия останется ограниченным лишь несколькими экспериментальными проектами.

Скептики. Естественно, не все люди прилагают усилия к адаптации и поэтому отстают от общественных тенденций. В таких случаях для внесения изменений может потребоваться регулирование.

¹ Согласно теории диффузии инноваций, разработанной Эвереттом Роджерсом (Everett Rogers, Diffusion of Innovations («Диффузия инноваций») 1995 г., ред. 2003 г.).



ОЦЕНКА ПРОЦЕССОВ С УЧАСТИЕМ НЕСКОЛЬКИХ СУБЪЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В рамках процесса с участием нескольких субъектов деятельности признается, что наиболее сложные проблемы никогда не будут решены одной единственной группой. Единственным вариантом является объединение людей, заинтересованных в данном вопросе, и привлечение для участия в диалоге представителей науки, членов общин, фермеров, экспертов в области экологии и экономики, лиц, ответственных за разработку политики и политических деятелей, имеющих различные точки зрения. Процессы с участием нескольких субъектов деятельности позволяют представлять и обсуждать различные точки зрения, оценивать сценарии и возможные варианты, принимать решения, осуществлять меры, а также приобретать знания путем обдумывания принятых мер.

Такие процессы предполагают работу над всеми сложностями взаимодействия между людьми в культурном, социальном, политическом и экономическом плане. Процессы с участием нескольких субъектов деятельности – это больше, чем «содействие проведению семинара». Скорее речь идет о разработке и обеспечении процессов, которые могут осуществляться в течение нескольких лет и учитывают властные отношения и конфликты, объединяют точки зрения научных кругов и общин, укрепляют потенциал субъектов деятельности для эффективного участия, а также создают благоприятную организационную среду. Фактически эти процессы касаются новых способов управления и общественного обучения.



ПРИМЕР

Гайанские многосторонние «кафе знаний» по вопросам ДГРСИВ

В Гайане были организованы «кафе знаний» для проведения собраний в гибких форматах, позволяющие группам людей вести открытый, уважительный и творческий диалог по вопросам доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод (ДГРСИВ). В документе по планированию для кафе знаний были изложены предполагаемые результаты каждой сессии, а также основные сообщения, которые следует донести. В этих сообщениях в качестве отправной точки для обсуждений обозначены национальные приоритеты и интересы, которые необходимо учитывать при обеспечении ДГРСИВ в Гайане.

В 2012 году в течение трех дней были организованы кафе знаний, в которых приняли участие различные субъекты деятельности, с тем чтобы обсудить и разработать перспективный план в области регулирования ДГРСИВ, а в заключение была проведена пресс-конференция для представления результатов сессии соответствующим министерствам Гайаны.



СОВЕТЫ

Подходы для обеспечения участия субъектов деятельности в политических процессах

Семинары и консультации. Общий подход заключается в проведении семинаров с участием целевых групп субъектов деятельности, чтобы они выразили свое мнение и озабоченность по данному политическому вопросу. Можно организовать серию семинаров, первоначально для сбора мнений субъектов деятельности, а далее для изучения общих целей и подходов к вопросу.

Информационные материалы и создание потенциала. Когда национальные субъекты деятельности недостаточно информированы и/или не располагают достаточным потенциалом в соответствующем вопросе, первым шагом может стать разработка информационных материалов и поддержка программ по созданию потенциала. Эти усилия могут иметь ключевое значение для обеспечения весомого вклада субъектов деятельности в политические процессы.

Рабочие группы. Можно создать многосторонние рабочие группы для официального вовлечения широкого круга субъектов деятельности в процесс разработки политики. Создание таких рабочих групп может быть целесообразным для решения вопросов, которые затрагивают секторы, обычно не взаимодействующие между собой.

Онлайн-консультации. Целесообразно проводить непродолжительные онлайн-консультации для эффективного сбора широкого круга мнений и выявления потенциальных заинтересованных сторон. Эти консультации могут подкрепляться дискуссионными документами или вопросами, с тем чтобы замечания и отзывы касались конкретных аспектов политики.

По материалам серии модулей электронного обучения СКБД-МОПР «[Внедрение правовой основы для осуществления Нагойского протокола](#)», 2017 год.



Привлечение коренных народов и местных общин

Большинство коренных народов и местных общин (КНМО) живут в районах, где сосредоточена подавляющая часть мирового биоразнообразия. КНМО культивируют и используют биоразнообразие устойчивым способом на протяжении тысяч лет, таким образом они накопили обширные знания о своей среде обитания. Их навыки и методы дают ценную информацию мировому сообществу и являются полезной моделью для политики в области биоразнообразия. Кроме того, традиционные знания, носителями которых являются КНМО, на протяжении столетий помогали сохранять, поддерживать и даже способствовать росту биоразнообразия.

В качестве носителей традиционных знаний, связанных с генетическими ресурсами, КНМО также являются ключевыми партнерами в процессах регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод (ДГРСИВ). Необходимо предпринимать усилия по повышению осведомленности КНМО по вопросам, касающимся ДГРСИВ, в частности относительно традиционных знаний, связанных с генетическими ресурсами, а также генетических ресурсов, на которые они имеют установленные права, и поощрять их участие в национальных политических процессах.



РУКОВОДСТВО КБР

Добровольные руководящие принципы Агуэй-гу

Добровольные руководящие принципы Агуэй-гу содержат полезные рекомендации по проведению оценок культурных, экологических и социальных последствий предлагаемой реализации или возможного влияния проектов в священных местах, а также на землях и в акваториях, традиционно занимаемых или используемых коренными народами и местными общинами.

В них обозначены возможные шаги, общие положения и руководящие указания относительно способов и средств обеспечения эффективного участия коренных народов и местных общин. Перейдите по [ссылке](#) для получения дополнительной информации о руководящих принципах Агуэй-гу.



ВОВЛЕЧЕНИЕ КНМО В ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ОБЛАСТИ БИОРАЗНООБРАЗИЯ

КНМО представляют собой неоднородную группу с различными структурами принятия решений, методами, ценностями и интересами. КНМО необходимо вовлекать в политические и правовые процессы по касающимся их вопросам таким образом, чтобы это укрепляло доверие и расширяло участие КНМО в деятельности в области биоразнообразия и ДГРСИВ и позволяло лучше понимать реальные потребности, интересы и обстоятельства КНМО. Для достижения политических целей важно привлечь и поощрять участие КНМО на международном, национальном и местном уровнях.

Этот [набор инструментов](#), разработанный Межамериканским институтом по вопросам сотрудничества в области сельского хозяйства (МИСС), содержит адаптируемые инструменты, которые могут помочь расширить и систематизировать участие общин в проектах и инициативах в области биоразнообразия.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Дисбаланс сил в диалоге с субъектами деятельности - вопросы, требующие внимания

- Легко ли КНМО обращаться в местные органы власти?
- Могут ли члены общин найти работу без особых трудностей?
- Участвуют ли КНМО в собраниях общин?
- Не боятся ли представители КНМО спровоцировать репрессивные меры со стороны государства в отношении членов их общин?
- Имеют ли общины систему продовольственной обеспеченности?
- Считают ли общины, что они в достаточном количестве представлены в местных или национальных органах, принимающих решения?
- Чувствуют ли члены общин себя в безопасности, путешествуя самостоятельно?

По материалам публикации Natural Justice Institute, [Community Protocols Toolbox: Participatory Methodologies and Tools](#) («Инструментарий для составления общинных протоколов: партисипативные методы и инструменты»).



Стратегии обеспечения эффективного участия КНМО в мероприятиях в сфере ДГРСИВ

Проведение семинаров на местном, национальном и региональном уровнях с целью распространения информации, привлечения внимания и расширения участия. С 2009 по 2013 годы Сетью по биоразнообразию для женщин коренных народов Латинской Америки и Карибского бассейна был проведен ряд обучающих семинаров для представителей коренных народов Латинской Америки и Карибского бассейна. 80 % представителей составляли женщины и 20 % - мужчины. В результате проведения этих семинаров повысилась заметность женщин коренных народов, увеличилось число участвующих КНМО и улучшилась их осведомленность и просвещение относительно Конвенции о биологическом разнообразии (КБР).

Сотрудничество в проведении обзора официальных текстов и представления замечаний по ним. Договоритесь во время встреч (личных или в онлайн-режиме, например посредством Skype) о порядке проведения обзора и используйте последующие встречи для установления проблем, решения вопросов и согласования стратегии участия. Запланируйте представление обобщенных письменных замечаний на официальных совещаниях, где будут обсуждаться эти тексты.

Создание переговорной группы по вопросам ДГРСИВ из представителей коренного населения. Группа Международного форума коренных народов по биоразнообразию провела большое количество дискуссий, прежде чем ее члены сформулировали единую позицию по процессу ДГРСИВ. Их первый шаг - создание рабочей среды, в основе которой лежат доверие, уважение и сплоченность. Затем группа разработала общую позицию относительно официальных текстов, которая была представлена государствам, являющимся Сторонами КБР.

Проведение совещаний и встреч с отдельными группами по мере необходимости (например, молодежь, женщины) для обсуждения определенных вопросов, таких как генетические ресурсы или права на традиционные знания, уделяя особое внимание возможным последствиям для этих групп.

Быстрое и спокойное формулирование ответов и принятие коллективных решений в ходе совещаний. Во время встречи в Монреале в 2010 году переговорная группа КНМО решила покинуть совещание, так как был изменен протокол участия и у них не стало возможности выступать. В конечном итоге они вернулись в конференц-зал, где представили свои соображения и получили поддержку группы стран.

Формирование союзов за пределами группы. Заручайтесь поддержкой делегатов во время переговоров и тесно работайте с членами правительства, понимающими и поддерживающими представителей КНМО. Принимайте участие в консультациях и сотрудничайте с другими группами по вопросам деклараций и заявлений для публикации в прессе.

Создание мировых сетей лоббирования в целях совместного использования стратегий лоббирования отдельных правительств по проблемным вопросам КНМО и обмена письменными документами с кратким изложением позиций КНМО для ориентирования дискуссий по ДГРСИВ на международном уровне.

Мария Иоланда Теран, [The Nagoya Protocol and Indigenous Peoples \(«Нагойский протокол и коренные народы»\)](#), журнал The International Indigenous Policy Journal (апрель 2016 г.)



СОВЕТЫ

Подходы для обеспечения участия КНМО в политических процессах

- 1. Анализ ситуации и выявление важнейших проблем.** Это предполагает выявление потенциальных угроз для традиционных знаний, возможных последствий действующих правовых режимов и принципов (например, ПИС, общественное достояние), существующих норм обычного права и практики управления традиционными знаниями и потенциальных стратегий защиты традиционных знаний.
- 2. Использование существующих местных или традиционных процессов и институтов принятия решений** (разнообразие местных систем может потребовать гибкого подхода) и налаживание связи между этими процессами и процессами принятия решений на уровне правительства.
- 3. Участники должны отражать культурное и социальное разнообразие** носителей традиционных знаний, к которым могут относиться различные этнические группы, фермеры, женские группы и традиционные целители.
- 4. Представление участникам информации** о предлагаемой политике, затрагиваемых вопросах и характере политического процесса с использованием форм коммуникации, подходящих для представителей коренных народов.
- 5. Создание потенциала для принятия обоснованных решений.** Усилия по наращиванию потенциала должны быть сосредоточены на аспектах, определенных КНМО, в частности, на вопросах их прав, вариантов и возможностей. Информационные материалы должны распространяться на местных языках с использованием форматов, подходящих для такой аудитории.
- 6. Оказание финансовой поддержки.** Странам следует оказывать финансовую поддержку организациям КНМО для проведения региональных и местных консультаций, в том числе в целях обучения координаторов из числа коренных народов, подготовки информационных материалов и проведения консультативных совещаний и семинаров.
- 7. Представителям носителей традиционных знаний** следует предоставить **необходимое время, ресурсы и техническую поддержку** для проведения более широких консультаций со своим народом, в том числе на региональном и местном уровнях, в рамках процессов, разработанных и координируемых ими в соответствии с традиционными процедурами принятия решений.

Источник K. Swiderska, [Stakeholder participation in policy on access to genetic resources, traditional knowledge and benefit-sharing](#). (Участие заинтересованных сторон в политике по регулированию доступа к генетическим ресурсам и традиционным знаниям и совместного использования выгод). Тематические исследования и рекомендации, 2001 год.



СОВЕТЫ

Подготовка и проведение общинных консультаций

- Запрашивайте разрешения местных органов власти или традиционных органов власти на проведение консультативных собраний
- Используйте средства информации, соответствующие местному уровню грамотности
- Используйте общинные залы, школы, клиники и церкви или места отправления культа для распространения информации и проведения собраний
- Будьте последовательны с информацией, которую вы предоставляете; Если вы не знаете ответа, будьте честны и предложите узнать более подробную информацию
- Проводите консультации с наиболее широким кругом лиц в рамках общины. Это может предполагать проведение встреч с конкретными группами, такими как замужние женщины, молодежь и пожилые люди
- Интересуйтесь информацией у общинных организаций, НПО и других субъектов, работающих с общиной
- Проведите работу с первоначальной группой по определению и обсуждению процесса проведения консультаций и правил взаимодействия

Источник: Естественная справедливость: [Биокультурные общинные протоколы: Инструментарий для общинных координаторов, 2015 год.](#)

РАСШИРЕНИЕ ПРАВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ КНМО: ОБЩИННЫЕ ПРОТОКОЛЫ

Термин общинные протоколы охватывает широкий спектр заявлений, формулировок, правил и практик, разработанных общинами в целях установления ожидаемого порядка взаимодействия с ними других субъектов деятельности. Они являются одним из инструментов, которые могут помочь общинам взаимодействовать с различными субъектами деятельности по вопросам, связанным с биоразнообразием, доступом к генетическим ресурсам и совместным использованием выгод или традиционными знаниями. В Нагойском протоколе говорится, что Сторонам следует поддерживать, в соответствующих случаях, разработку общинных протоколов КНМО.

Общинные протоколы дают общинам возможность целенаправленно сформулировать свои устремления в области развития в соответствии со своими правами и четко изложить свое понимание биокультурного наследия. Благодаря изучению взаимосвязи своих прав на землю, текущей социо-экономической ситуации, экологической озабоченности, норм обычного права и традиционных знаний общины обретают больше возможностей для самостоятельного определения способов ведения переговоров с различными субъектами. Четкое изложение информации, соответствующих факторов и деталей норм обычного права и описание традиционных органов власти помогает другим субъектам деятельности правильней понимать ценности и обычное право общин.

Общинные протоколы могут содействовать рассмотрению любого числа общинных вопросов. Они могут содержать ясную формулировку целого ряда вопросов и проблем, имеющих важное значение для общин в сфере биоразнообразия, например, какими способами они намерены:

- Сохранять биоразнообразие
- Устойчиво использовать биологические ресурсы растений и животных
- Управлять местным биоразнообразием и извлекать из него выгоды
- Использовать и защищать традиционные знания и извлекать из них выгоды
- Давать указания по получению «предварительного обоснованного согласия», «добровольного предварительного обоснованного согласия» или «одобрения и участия» (в зависимости от национальных обстоятельств) в целях доступа к традиционным знаниям



- Обеспечивать применение экологических и других законов согласно нормам обычного права и в соответствии с национальным законодательством
- Решать проблемы устойчивого развития на своих землях

Источник: [Добровольное руководство Mo'otz Kuxtal](#), приложение к решению XIII/18.

Естественная справедливость разработала [Набор инструментов по вопросам биокультурных общинных протоколов](#), который содержит ряд ресурсов и инструментов для специалистов по распространению информации. С более подробной информацией можно ознакомиться по [ссылке](#).



СОВЕТЫ

Обеспечение доступности и гибкости общинных протоколов

- Подготовьте общинные протоколы в самых разных форматах: видеоматериалы, фотографии, а также в формате театрального представления и ролевого исполнения, чтобы наилучшим способом использовать устные традиции.
- Проследите за тем, чтобы всегда имелись в наличии общинные протоколы на соответствующих языках коренных народов.
- Составляйте и утверждайте общинные протоколы на протяжении ряда лет совместными усилиями с участием мужчин и женщин, молодежи и людей пожилого возраста.
- Убедитесь, что общинные протоколы учитывают соответствующие настроения, условия и чаяния КНМО в отношении исследований, переговоров о местных ресурсах и знаниях и ненадлежащего использования ресурсов и традиционных знаний.

Мария Иоланда Теран, [The Nagoya Protocol and Indigenous Peoples \(«Нагойский протокол и коренные народы»\)](#), журнал The International Indigenous Policy Journal (апрель 2016 г.)



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Взаимодействие с внешними участниками - вопросы, требующие внимания КНМО

- Как организована наша община? Каковы наши органы власти и кто наши лидеры?
- К кому в нашей общине может обратиться компания, орган государственной власти или исследователь относительно получения доступа к нашим традиционным знаниям или генетическим ресурсам?
- О каких национальных и международных правах мы должны знать?
- Какие общепринятые законы и ценности применяются?
- Какую информацию мы хотели бы знать? О чем мы должны их спросить?
- В зависимости от их ответов, как мы будем принимать коллективное решение как община?
- Как мы можем с ними взаимодействовать? Какими условиями мы будем руководствоваться при взаимодействии с ними?
- Если у нас появятся вопросы, касающиеся полученной от них информации, к кому мы можем обратиться? Есть ли в нашей стране независимый орган или омбудсмен?
- Какие выгоды будут наиболее полезными в рамках наших более широких планов развития и видения будущего?
- Как мы узнаем, что представляет собой «совместное использование выгод на справедливой и равной основе»?
- Как мы будем осмысливать этот процесс и результаты наших решений?

Естественная справедливость, [Access and Benefit-sharing: E-Learning Series on International Frameworks that Support Indigenous Peoples, Local Communities, and Their Territories and Areas](#) (Доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод: серия электронных учебных материалов о международных механизмах поддержки коренных народов, местных общин и их территорий и районов), 2015 год.

КАРТИРОВАНИЕ С УЧАСТИЕМ МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ

Карты являются очень важным средством коммуникации для определения прав и обязанностей общин. За последние 20 лет общины разработали партисипативные подходы к картированию, целесообразные в различных контекстах, включая:

- Определение традиционных территорий и областей использования ресурсов, включая перекрывающиеся зоны с национальными парками
- Разрешение конфликтов между общинами за пределами их территорий
- Регистрацию и сохранение месторасположения культурных объектов и священных мест; и
- Выяснение полномочий местных органов на конкретные ресурсы

Картирование с участием местного населения позволяет общинам визуализировать пространственную информацию о своих территориях и районах, культурном наследии и системах управления ресурсами. Оно также позволяет сочетать традиционные и местные знания с приведенными к масштабу данными с географической привязкой. Многие общины рассматривают картирование в качестве процесса расширения прав и возможностей, способствующего утверждению их самобытности и укреплению сплоченности, самоуважения и обмена информацией.

Источник: [Естественная справедливость: Биокультурные общинные протоколы. Инструментарий для общинных координаторов.](#)



Привлечение деловых кругов

Все предприятия независимо от их размера, местоположения или сектора зависят от биоразнообразия и экосистемных услуг и оказывают на них прямое или косвенное воздействие за счет своего производственного процесса, цепочек поставок или инвестиционных решений. Экономическое обоснование биоразнообразия имеет решающее значение для обеспечения долгосрочной приверженности и интеграции биоразнообразия в процесс принятия бизнес-решений. Взаимодействие с частным сектором имеет важнейшее значение для понимания проблем, стоящих перед деловыми кругами и промышленностью, и оценки их уровня осведомленности о ключевых аспектах политики в области биоразнообразия на местном, национальном, региональном или международном уровнях.

Коммуникация по вопросам регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод на национальном уровне особенно актуальна для таких секторов, как сельское хозяйство, рынок растительного сырья, косметика, фармацевтика и биотехнологии. В качестве пользователей генетических ресурсов этим субъектам, являющимся потенциальными заинтересованными сторонами, возможно, было бы целесообразно участвовать в разработке политики в области регулирования ДГРСИВ, с тем чтобы с самого начала привлекать их к обеспечению ДГРСИВ на национальном уровне. Кроме того, предприятия должны осознавать, что может существовать связь между их деятельностью и ДГРСИВ и что могут потребоваться дополнительные усилия для соблюдения требований ДГРСИВ.

В ЧЕМ СУТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ БИОРАЗНООБРАЗИЯ?

Биоразнообразие – это сложная концепция с точки зрения коммуникации. Если вы хотите, чтобы проблему биоразнообразия серьезно воспринимали все, а не только сектор охраны окружающей среды, очень важно представить убедительное и достоверное «экономическое обоснование биоразнообразия».

Экономическое обоснование биоразнообразия обуславливает целесообразность уделения приоритетного внимания биоразнообразию в процессе принятия деловых и инвестиционных решений на языке, который могут понять субъекты различных производственных секторов. Экономическое обоснование должно убедить их в необходимости принять меры. Оно подчеркивает **преимущества** учета биоразнообразия – и связанные с этим издержки, а также **риски** сохранения привычных методов ведения бизнеса.

Это [руководство](#) предлагает советы и задачи для подготовки убедительного экономического обоснования биоразнообразия.



ПОЧЕМУ ПРЕДПРИЯТИЯ ДОЛЖНЫ ЗАБОТИТЬСЯ О СОХРАНЕНИИ БИОРАЗНООБРАЗИЯ

Растущие требования общественности о том, чтобы коммерческая практика была устойчивой и этичной, усилили давление на деловые круги и пристальное наблюдение за ними, чтобы они стали более эффективными и более преданными защитниками биоразнообразия.

В приведенной ниже таблице излагается стандартный случай учета тематики биоразнообразия в коммерческой деятельности.

Факторы	Влияние на коммерческую деятельность
Репутация	Приверженность сохранению биоразнообразия может существенным образом повлиять на репутацию организации. Грамотное управление вопросами биоразнообразия может помочь дифференцировать организации и бренды на конкурентных рынках продуктов и капитала. Демонстрация неэффективного управления вопросами биоразнообразия, напротив, может в значительной мере подорвать деловую репутацию компании.
Право на ведение деятельности	Упреждающее управление вопросами биоразнообразия и опыт работы компании в области сохранения биоразнообразия имеют ключевое значение для получения и сохранения права на ведение деятельности, предоставленного на официальном (органами регулирования) и неофициальном (местными и иными субъектами деятельности) уровнях. Потеря права на ведение деятельности может иметь серьезные финансовые последствия в виде перерывов, задержек и/или долгосрочных ограничений, связанных с осуществлением коммерческих операций и возможностей.
Безопасность поставок	Во многих секторах для обеспечения постоянного доступа к ресурсам биоразнообразия компании должны осуществлять активное управление рисками и возможностями в своих цепочках поставок.
Рынки	Демонстрируя приверженность добросовестной практике сохранения биоразнообразия, компании могут получать и сохранять доступ к рынкам.
Капитал	Инвесторы все больше внимания уделяют экологическим и социальным вопросам, а также вопросам управления.
Регулирование	Существует конкурентное преимущество не ограничиваться действующими требованиями законодательства в области биоразнообразия и тем самым опередить «кривую регулирования».
Люди	Активный подход к сохранению биоразнообразия может стать важным фактором в привлечении, удержании и мотивации персонала.



Экономическое обоснование биоразнообразия: мнение потребителей

С 2009 года Союз за этическую биоторговлю (СЭБ) проводит обследования для оценки уровня осведомленности по вопросам биоразнообразия и степени интереса к этической практике в 16 странах мира. Данные 59 000 респондентов, собранные в период с 2009 по 2017 год, свидетельствуют о том, что:

- **Потребители ожидают от компаний действий.** 79 % считают, что компании несут моральное обязательство относительно положительного влияния на общество, людей и биоразнообразии (от 72 % в Великобритании до 89 % в Бразилии). Однако, степень уверенности в том, что компании уделяют серьезное внимание этической практике, остается низкой (от 17 % во Франции до 54 % в Бразилии).
- **Конкретные действия и искренность убеждают потребителей.** Аутентичность и искренность являются ключом к тому, чтобы убедить потребителей в этическом выборе поставщиков. Активный вклад в сохранение биоразнообразия убеждает потребителей в том, что марка уважает людей и биоразнообразии. В среднем 75 % респондентов выделяют этот аспект как наиболее убедительный. Внешнее подтверждение обязательств и усилий является вторым наиболее убедительным фактором, за которым следует подробная информация о происхождении натуральных ингредиентов.
- **Положительное воздействие решений о покупке.** Обязательства марки и конкретные действия, свидетельствующие об уважении к биоразнообразию и людям, могут влиять на решения о покупке: 72 % респондентов в 2016 году отметили, что они больше склонны покупать продукты у компаний, которые уделяют внимание вопросам биоразнообразия.

Источник: СЭБ (2017 год), <http://www.biodiversitybarometer.org>



Как Международный союз охраны природы и природных ресурсов (МСОП) помогает предприятиям содействовать сохранению биоразнообразия

Стратегия привлечения деловых кругов, разработанная МСОП в 2012 году, направлена на поощрение трансформационных изменений на корпоративном, секторальном и межсекторальном уровнях в отношении способов оценки и регулирования биоразнообразия деловыми кругами. Ее основная цель состоит в формировании выгод для биоразнообразия и средств к существованию, зависящих от природных ресурсов, на уровне наземных и морских ландшафтов.

Таким образом МСОП принимает меры в трех взаимосвязанных направлениях посредством:

- Помощи предприятиям во внедрении политики на основе принципов, позволяющих избегать и минимизировать воздействие на биоразнообразие и находить возможности сохранения биоразнообразия и получения выгод для людей, зависящих от природных ресурсов
- Содействия распространению стандартов и обеспечению гарантий устойчивого развития в деятельности компаний, положительно влияющих на биоразнообразие и средства к существованию местного населения
- Поддержки политики государственного и финансового секторов, учитывающей ценности биоразнообразия и источников средств к существованию при принятии коммерческих решений

Из публикации [UCN Global Business and Biodiversity Programme, Highlights 2015](#) («Глобальная программа МСОП «Деловые круги и биоразнообразие». Основные события 2015 года»), 2016 г.



ДЕЛОВЫЕ КРУГИ И ДОСТУП К ГЕНЕТИЧЕСКИМ РЕСУРСАМ И СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЫГОД

Стратегии, политика и законодательство в области регулирования ДГРСИВ должны учитывать динамику изменений в бионауке и биоэкономике, а промышленность, в свою очередь, должна соблюдать основополагающие принципы регулирования ДГРСИВ, повышать информированность о КБР и Нагойском протоколе, обеспечивать более справедливое совместное использование выгод с поставщиками генетических ресурсов и знаний и **учитывать их ценность в деловой практике**.

Степень вовлеченности отраслей промышленности в политические процессы в области регулирования ДГРСИВ и их участия в обеспечении ДГРСИВ будет варьироваться в зависимости от страны. Уровень вовлеченности или участия промышленных предприятий зависит от:

- Степени зависимости исследований и разработок в отрасли от генетических ресурсов и традиционных знаний
- Размера отрасли; и
- Предполагаемых рисков и ценностей, связанных с соблюдением требований/обеспечением ДГРСИВ

Несмотря на усилия регулирующих органов в некоторых странах отмечается определенная фрустрация в связи с ощущением, что регулирование ДГРСИВ создает препятствия для фундаментальных научных или коммерческих исследований, которые могут принести пользу. Налаживание диалога с деловыми кругами может способствовать обеспечению функциональности разрабатываемой системы регулирования ДГРСИВ и сведению к минимуму транзакционных издержек, а также содействовать укреплению доверия для развития партнерств в области ДГРСИВ, которые могут принести плоды как пользователям, так и поставщикам генетических ресурсов и связанных с ними традиционных знаний.

Источник: [Бионаука на перепутье. Доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод в эпоху научных, технических и промышленных преобразований](#), СКБР, 2012 год.



СОВЕТЫ

Инструменты, помогающие предприятиям соблюдать требования регулирования ДГРСИВ

Типовые договорные положения, кодексы поведения, руководящие указания, передовые методы и/или стандарты

Нагойский протокол признает, что сектора могут использовать генетические ресурсы для различных целей и, таким образом, применять различные методы в области ДГРСИВ. В этой связи Протокол поощряет разработку типовых договорных положений, кодексов поведения, руководящих указаний, передовых методов и/или стандартов. Разработка этих инструментов может стать для предприятий способом проинформировать правительство о своих методах, продемонстрировать свою готовность соблюдать принципы ДГРСИВ и Нагойский протокол, а также обеспечить практические подходы к доступу к генетическим ресурсам и совместному использованию выгод в соответствии с их потребностями и конкретными требованиями в связи с их деятельностью.

Механизм посредничества для регулирования ДГРСИВ

Механизм посредничества для регулирования ДГРСИВ является платформой для обмена информацией о доступе к генетическим ресурсам и совместном использовании выгод. Пользователи генетических ресурсов и связанных с ними традиционных знаний могут легко и в одном месте найти информацию о том, как получить доступ к этим ресурсам и знаниям.

Примеры типовых договорных положений, кодексов поведения, руководящих указаний, передовых методов и/или стандартов доступны в [Механизме посредничества для регулирования ДГРСИВ](#).



СОВЕТЫ

Вовлечение деловых кругов в процессы регулирования ДГРСИВ

Совместное использование выгод на справедливой и равной основе приобретает все большее экономическое обоснование. Потребители демонстрируют повышение уровня осведомленности по вопросам биоразнообразия; они также ожидают, что компании, использующие натуральные ингредиенты, будут руководствоваться этическими принципами при выборе поставщиков.

С момента своего создания Союз за этическую биоторговлю (СЭБ) играет важную роль в повышении осведомленности компаний, работающих с натуральными ингредиентами, по вопросам регулирования ДГРСИВ. Например, вопросы регулирования ДГРСИВ постоянно освещаются в ходе ежегодной конференции «Уважительное использование источников», на которой собираются компании, лица, отвечающие за разработку политики, представители гражданского общества и другие эксперты и заинтересованные стороны для обмена мнениями и опытом в отношении этического использования источников биоразнообразия. СЭБ рассматривает соблюдение предприятиями требований регулирования ДГРСИВ как поэтапный процесс:

1. Компании осведомлены о требованиях регулирования ДГРСИВ
2. Компании осознают целесообразность регулирования ДГРСИВ для своей деятельности
3. Компании могут определить, когда и как принять меры для соблюдения требований

Другим аспектом вовлеченности деловых кругов может быть участие отраслевых ассоциаций или отдельных компаний в обсуждениях, касающихся законодательства и политики в области регулирования ДГРСИВ, а также процессов выдачи разрешений.



РЕСУРСЫ

Ресурсы для привлечения деловых кругов

Учебный модуль. [Привлечение деловых кругов к мероприятиям по сохранению биоразнообразия: роль национального координационного центра](#)

Презентация. [Привлечение деловых кругов: экономика предприятия и биоразнообразие](#)

Веб-сайт. [Corporate Knights: журнал о чистом капитализме](#)

Веб-сайт. [Инициатива «Лидеры за природу»](#)

Брифинг. [Стратегический подход к биоразнообразию: что, почему и как](#)

Учебный курс. [Учебный курс ВПСУР для компаний по вопросам экосистем](#)

Деловые круги и доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод

[Часто задаваемые вопросы по Нагойскому протоколу регулирования ДГРСИВ](#) (2017 год)

[Доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод: понимание последствий для промышленности](#) (2012 год)

Серии информационных бюллетеней и аналитических записок КБР. [Доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод в эпоху научных, технических и промышленных преобразований](#)

Серии аналитических записок Инициативы ДГРСИВ. [Ключевые положения по вопросам ДГРСИВ для лиц, ответственных за разработку политики в шести отраслях промышленности](#)



Привлечение исследователей, академических кругов и коллекций ex-situ

Университеты, научно-исследовательские институты и коллекции ex situ, такие как ботанические сады, являются важнейшими партнерами в борьбе за снижение темпов утраты биоразнообразия, поскольку обладают как экспертными знаниями, так и техническим потенциалом для разработки и содействия внедрению эффективных мер по сохранению и устойчивому использованию биоразнообразия. Взаимодействие с этими группами играет ключевое значение для учета самых последних научных данных в политике и практике в области биоразнообразия; оно также может помочь правительствам преодолеть проблемы, связанные с быстрыми изменениями в науке и технике, и принять законы и стратегии, способствующие инновациям и учитывающие национальный исследовательский потенциал.

Коммуникация по вопросам регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод на национальном уровне особенно актуальна для исследователей, академических кругов и коллекций ex-situ. В качестве пользователей генетических ресурсов этим субъектам, являющимся потенциальными заинтересованными сторонами, возможно, было бы целесообразно участвовать в разработке политики в области регулирования ДГРСИВ, с тем чтобы с самого начала привлекать их к обеспечению ДГРСИВ на национальном уровне. Кроме того, исследователи, академические круги и коллекции ex-situ должны осознавать, что может существовать связь между их деятельностью и ДГРСИВ и что могут потребоваться дополнительные усилия для соблюдения требований ДГРСИВ.

«БИОЛОГИ» ПРОТИВ «ПРАКТИКОВ»: ПРЕОДОЛЕНИЕ РАЗРЫВА МЕЖДУ ТЕОРИЕЙ И ПРАКТИКОЙ

Многое из того, что мы знаем о сохранении и охране биоразнообразия, взято из исследований, проведенных на университетском уровне. Биологи, специализирующиеся в области сохранения биоразнообразия, являются для практиков ценным источником информации, применяемой ими в повседневной работе.

Однако разрыв между этими двумя группами иногда создает зияющий «пробел в осуществлении» между теорией и практикой. Биологи пишут и публикуют статьи, которые практики редко читают. В свою очередь, практики редко документируют свои действия или данные в форме, которую могли бы использовать биологи. Как правило, практики принимают решения на основе личного опыта и интуиции. Их знания остаются неиспользованными и могут быть недоступны для новых научных данных.

Необходимы согласованные усилия научных кругов и практиков для того, чтобы и тем, и другим выбраться из своей колеи, открыть пути взаимодействия, обмениваться информацией и искать все более эффективные средства для достижения общей цели.

Точно так же сближение традиционных знаний коренных народов с западным образованием требует, чтобы обе стороны, коренные общины и западные ученые, мыслили широко и могли применять всю совокупность знаний на благо и в целях существования всего человечества.

По материалам статьи в журнале Nature, [The great divide: The gap between theory and practice remains surprisingly wide in conservation biology](#) («Огромная пропасть: разрыв между теорией и практикой остается удивительно большим в природоохранной биологии»), 2007 г.



РЕСУРСЫ

Ресурсы, связывающие теорию и практику

- [ConservationEvidence.com](#): осуществляет сбор данных из научной литературы, способствующих принятию решений о сохранении и восстановлении биоразнообразия во всем мире.
- [Centre for Evidence-Based Conservation](#) (Центр содействия сохранению биоразнообразия на основе научных данных): хороший источник рекомендаций в области научно обоснованной практики, способствующих принятию решений в области сохранения биоразнообразия и рационального природопользования.
- [Collaboration for Environmental Evidence](#) (Совместный проект по сбору данных о состоянии окружающей среды): открытое сообщество ученых и специалистов, ведущих базу данных о состоянии окружающей среды на основе точной и прозрачной методики оценки воздействия на окружающую среду в результате деятельности человека и эффективности управления.

РАСШИРЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ НАУКОЙ И ПОЛИТИКОЙ

Ученые разрабатывают гипотезы, собирают данные, анализируют результаты и становятся хранителями огромного объема информации, связанной с биоразнообразием.

Несмотря на очевидную актуальность научных и других форм знаний, они не всегда эффективно используются при разработке политики. Ученые могут предполагать, что опубликовать результаты научных исследований достаточно, чтобы эта информация дошла до сведения лиц, ответственных за принятие решений, или участвующих в дискуссиях по вопросам управления. С другой стороны, директивные органы не всегда эффективно информируют ученых о своих потребностях в знаниях. Многие заинтересованные стороны и лица, ответственные за разработку политики, не осведомлены о всей широте научной информации, которая могла бы подкрепить их усилия в области управления, и они могут предполагать, что такой информации еще не существует.

Необходим двусторонний диалог и обмен информацией между научными кругами и директивными органами, который позволит укрепить взаимосвязь между политическими потребностями и исследовательскими программами, а также расширить использование результатов соответствующих исследований директивными органами.

Источник: М. Е. Браун с соавторами, [Communicating the Needs of Climate Change Policy Makers to Scientists](#) (Информирование ученых о потребностях лиц, ответственных за разработку политики в связи с изменением климата), и Н. Чхетри, [Human and Social Dimensions of Climate Change](#) (Человеческие и социальные аспекты изменения климата), 2012 год.



Ключевые факторы для научного сообщества

Исследователи, академические круги и коллекции *ex situ* ведут свою работу в соответствии с конкретными параметрами. Ниже приводятся некоторые элементы, которые следует учитывать при взаимодействии с этими группами, в частности по вопросам регулирования ДГРСИВ.

Потенциал и ресурсы. Научные работники зачастую не имеют финансовых ресурсов или организационных средств для ведения длительных переговоров или сложных процедур. Это может стать для ученых препятствием для проведения исследования.

Время. Хотя некоторые виды научных исследований могут не ограничиваться временными рамками, в большинстве исследовательских проектов необходимо достичь поставленных целей в течение определенного периода времени. Известно, что продолжительность исследовательских проектов обычно составляет от 3 до 4 лет.

Результаты. Ученые должны придерживаться научных стандартов. Для получения финансирования на научные исследования они должны генерировать высококачественные научные знания и публиковать свои выводы в рецензируемых научных журналах, с тем чтобы обеспечить достоверность и воспроизводимость их результатов.

Источник: С. Бибер-Клем и соавторы, [Access & Benefit-sharing in Latin America & the Caribbean: A science-policy dialogue for academic research](#) (Доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод в Латинской Америке и Карибском бассейне: научно-политический диалог для академических исследований) (2014).



СОВЕТЫ

Подготовка вопросов для ботанических садов

Ниже приводится ряд вопросов, которые могут использовать национальные координационные центры и специалисты-практики в области биоразнообразия при взаимодействии с коллекциями *ex situ*, такими, как ботанические сады, по вопросам регулирования ДГРСИВ.

Коллекции

- Какими видами коллекций вы располагаете (например, живые коллекции, гербарии, ДНК и тканевые культуры, семенной фонд, традиционные знания или артефакты)?
- Какого рода исследования вы проводите (например, систематика, этноботаника, биохимия растений)?

Работа на местах

- Проводите ли вы полевые работы за рубежом?
- Налажены ли у вас партнерские связи в других странах?

Сотрудничество

- Налажены ли у вас связи с университетами? Как вы принимаете или поставляете материал?
- Налажены ли у вас связи с отраслями промышленности (например, фармацевтикой, рынком растительного сырья, сельским хозяйством, садоводством)? Как вы принимаете или поставляете материал?

Коммерческая деятельность

- Продаете ли вы растения? Какие растения вы продаете?
- Принимаете ли вы участие в производстве каких-либо натуральных продуктов?
- Какую субсидируемую деятельность вы ведете? Предоставляете ли вы платные услуги (например, идентификация, присвоение имени, предоставление материалов)?

Совместное использование выгод

- Какие виды выгод вы совместно используете? Каким образом? С кем?

Источник: [Международный совет ботанических садов по охране растений, Модуль 5 электронного обучения МСБСОП по вопросам ДГРСИВ: Составление контрольного списка/инструментарий для вашего сада, http://www.bgci.org/policy/abs_learning/](http://www.bgci.org/policy/abs_learning/)



Обследование заинтересованных сторон в области регулирования ДГРСИВ в Соединенном Королевстве

В 2005 году Соединенное Королевство провело обследование заинтересованных сторон, участвующих в деятельности по обеспечению доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод (ДГРСИВ). Обследование показало, что научно-исследовательские институты и университеты являются крупными пользователями генетических ресурсов, проводят как научные, так и коммерчески ориентированные исследования и часто выступают в качестве посредников для промышленности, обеспечивая сбор материала. Обследование также показало, что уровень осведомленности о положениях КБР, касающихся ДГРСИВ, как представляется, гораздо выше в научно-исследовательских учреждениях, университетах и ботанических садах, чем в коммерческих организациях.

Хотя их осведомленность о принципах ДГРСИВ может быть более высокой, исследователи часто с трудом продираются через дебри действующего законодательства, разрешительных процессов и административных процедур, связанных с фактическим ДГРСИВ.

Источник: Латор Ф. [Review of the Experience of Implementation by UK Stakeholders of Access and Benefit sharing Arrangements under the Convention on Biological Diversity](#) (Обзор опыта выполнения заинтересованными сторонами Соединенного Королевства соглашений о доступе к генетическим ресурсам и совместном использовании выгод в рамках Конвенции о биологическом разнообразии), Департамент по вопросам окружающей среды, продовольствия и сельских районов Соединенного Королевства, 2005 год.



РЕСУРСЫ

Инструменты по развитию потенциала исследователей и ученых-ботаников

- Ресурсы общего характера: [Пояснительное руководство к Нагойскому протоколу](#)
- Для академических исследований: [Руководство по передовым методам в области доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод](#)
- Для научных работников: [Руководство Немецкого научно-исследовательского фонда](#)
- Для ботанических садов: [Учебные модули МСБСОР по вопросам ДГРСИВ](#)
- По более сложным процессам ДГРСИВ: [Инструмент управления ДГРСИВ](#)



Создание условий для изменения поведения и создания потенциала

Заставить людей изменить свои привычки и поведение может быть непростой задачей. Так как же навсегда заставить людей изменить свои действия? И как побудить их принять новую модель поведения, которая способствует сохранению и охране биоразнообразия?

В силу разнообразной защитной реакции люди и организации сопротивляются изменениям и обучению, нуждаясь в помощи, которая позволила бы осмыслить и проанализировать новые способы видения мира.

АСПЕКТЫ ИЗМЕНЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ

Участие в планировании изменений. Когда люди чувствуют, что у них есть возможность участвовать в планировании будущих изменений, они, скорее всего, будут верить в изменения, которые могут от них потребоваться. На всех уровнях этого процесса должны существовать способы участия, начиная с разработки политики и заканчивая действиями.

Стимулы. Если новую модель поведения легко принять и она обеспечивает существенную прямую выгоду, люди с большей вероятностью примут ее.

Понимание и реальная заинтересованность. Людям нужно понять, почему изменения важны, и убедиться, что они необходимы.

Увлечательность. Как показывают исследования, самый простой способ заставить людей принять новую модель поведения - это сделать ее увлечательной.

Возможность расти и совершенствоваться. Преобразующие изменения требуют баланса между достижением конкретных результатов и повышением способности продолжать совершенствоваться.

Общественное признание. Легче изменить взгляды, отношения и модели поведения человека, когда он становится членом новой группы. Процессы обсуждения и достижения согласия внутри группы обеспечивают личную заинтересованность и поддержку изменений, чего не происходит, когда изменяется только один человек.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Двенадцать принципов изменения поведения

- 1. Все дело в поведении.** Люди нуждаются в хороших стимулах и условиях для осуществления существенных изменений.
- 2. Новая модель поведения должна способствовать преодолению пропасти** между новаторами и ранними последователями вплоть до более широкого большинства. Это процесс, который требует времени.
- 3. Знайте свою аудиторию.** По возможности используйте качественные и количественные данные для сегментирования аудитории и создания конкретных обращений, предназначенных для каждого сегмента.
- 4. Упростите выбор.** Сосредоточьте усилия на продвижении одного нового мероприятия или решения в качестве первого шага к преодолению более серьезной проблемы.
- 5. Создайте выгоды от изменений.** По всей вероятности, изменения будут происходить (и сохраняться) тогда, когда выгоды от изменений превысят издержки.
- 6. Выходите за рамки знаний,** чтобы сформировать позитивное отношение к желаемому изменению поведения, способствуя созданию выгод от изменений.
- 7. Будьте искренни** — обращайтесь к эмоциям, а также к разуму, содействуя изменению поведения.
- 8. Заставьте людей говорить.** Люди обычно принимают новую модель поведения только после того, как она будет одобрена их коллегами или людьми одного с ними социального статуса.
- 9. Создайте движение.** Новая модель поведения с большей вероятностью будет принята и сохранена, если она станет новой «нормой», поддерживаемой более широким сообществом.
- 10. Определите и устраните барьеры,** реальные или предполагаемые, чтобы создать благоприятные условия для изменений.
- 11. Осуществляете измерения,** контроль и управление. Положите в основу своей кампании теорию изменений и установите на всем пути четкие ориентиры, цели и указатели.
- 12. Планируйте долгий путь.** Помните, что изменение поведения требует времени. Оно займет годы, а не месяцы. Работайте с партнерами и придерживайтесь долгосрочных отношений.

Из публикации Butler, P., K. Green, and D. Galvin, [The Principles of Pride: The science behind the mascots](#). Rare (2013)



КАК УКРЕПИТЬ ПОТЕНЦИАЛ СУБЪЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Укрепление потенциала все чаще рассматривается как постоянная деятельность организаций, которая позволяет лучше подготовиться к проблемам завтрашнего дня. Поскольку нагрузки на биоразнообразие растут, правительственные организации должны инвестировать в развитие потенциала, становясь самообучающимися организациями, которые новаторски адаптируются к переменам.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Обучение взрослых

- Взрослым необходимо понять, зачем им чему-то учиться, прежде чем приступить к учебе. Первая задача координатора - помочь учащимся осознать «потребность в знаниях».
- Взрослые должны восприниматься другими как лица, способные к самостоятельному управлению своими действиями. Они возмущаются и противятся обстоятельствам, в которых они чувствуют, что другие навязывают им свою волю.
- Готовность взрослых к обучению становится все более ориентированной на задачи развития их социальных ролей.
- Взрослые наиболее эффективно приобретают новые знания, умения и навыки, когда они предполагают их применение в реальной ситуации.
- Несмотря на то, что люди мотивированы учиться при наличии внешних источников мотивации, таких как повышение по службе, повышение зарплаты и т. д., наиболее значимыми являются внутренние факторы, такие как стремление повысить удовлетворенность работой, самоуважение и качество жизни.
- Взрослым необходимо чувствовать, что они способны доверять другим и чувствовать себя в безопасности в условиях обучения.
- Люди больше доверяют знаниям, приобретенным самостоятельно, а не полученным от других. Обучение более эффективно, когда оно представляет собой активный, а не пассивный процесс. Люди запоминают 20 % того, что они слышат, 40 % того, что они слышат и видят, и 80 % того, что узнают сами.

Из статей Malcolm Knowles 1950, <http://www.infed.org/thinkers/et-knowl.htm>



Сценарные модели привлечения общественности к проведению изменений и принятию мер

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ GPS ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И КАРТИРОВАНИЯ С УЧАСТИЕМ КНМО

Коренными народами шести стран (Бангладеш, Венесуэла, Камерун, Гайана, Суринам и Таиланд) были составлены карты общинного землепользования на своих территориях, где показано, какие места и какие ресурсы используются в определенных целях (традиционное использование). На этих картах указаны исконные названия объектов (например, рек, притоков, гор), а также мест, имеющих особое значение, например для проведения духовных обрядов. По этим картам виден объем и значение территорий коренных народов, они демонстрируют важность природных ресурсов для обеспечения жизнедеятельности коренных народов и местных общин.

Члены общин обучались пользованию СГП (системой глобального позиционирования) и ГИС (географическими информационными системами), прежде чем в полевых условиях заниматься составлением карт, иногда их сопровождали пользователи ресурсов или старожилы, хорошо знающие территорию или какие-то ее определенные места. Все данные и местоположение объектов фиксировались и добавлялись в цифровые карты.

Эта технология была разработана для использования на местном уровне с учетом местных потребностей и условий. В Камеруне, например, специально для безграмотных охотников-собирателей племени Бака была разработана инновационная СГП-технология, чтобы документировать их традиционное пользование лесными угодьями. Эта технология основана на использовании карманного компьютера с сенсорным экраном, в котором установлено новое программное обеспечение с привязкой к пиктограммным изображениям деревьев, представляющим отдельные понятийные категории, определенные непосредственно представителями племени Бака (например, дикая природа, характерные особенности ландшафта, деятельность человека и т. п.). Основное правило использования этой технологии состоит в том, что собирать данные о лесопользовании могут только те люди, которые активно пользуются лесными угодьями.

Карты используются на местном и национальном уровнях для более эффективной защиты прав на землю и ресурсы и для оказания поддержки общинам в процессе диалога и переговоров со сторонними субъектами, которые желают получить доступ к лесам, традиционно населеным или используемым этими племенами, что может поставить под угрозу традиционное использование этих территорий. Например, в Камеруне и Таиланде общинные карты помогли провести переговоры о пересмотре планов управления охраняемыми территориями, выявить и отследить незаконные лесозаготовки в Камеруне, провести переговоры с горнодобывающими и лесозаготовительными компаниями в Гвинее, Суринаме и Камеруне. Другая инициатива, с которой выступили некоторые общины (например, в Камеруне), – совместная видеосъемка в целях демонстрации традиционного использования ресурсов на территориях коренных народов, в частности проблем, вызванных частично совпадающими охраняемыми территориями и ограничивающих традиционное использование ресурсов племенем Бака.

Из [Customary sustainable use of biodiversity by indigenous peoples and local communities](#) («Традиционное устойчивое использование биоразнообразия коренными народами и местными общинами»), ForestPeoples.org



Методы проведения консультаций

СБОР ИНФОРМАЦИИ ПО ПРОБЛЕМЕ: КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРВЬЮ

Наиболее распространенные методы консультирования – это интервью по телефону, веб-опросы и совещания субъектов деятельности.

Телефонные интервью – быстрый, эффективный и экономичный способ получения качественных данных, идей и рекомендаций по конкретной проблеме. Большинство вопросов в интервью должны быть неструктурными.

Веб-опросы – экономичный способ получения информации. Дополнительное преимущество заключается в возможности быстрой и дешевой автоматической обработки ответов. Такие сайты как [SurveyMonkey](#) облегчают процесс сбора и анализа ответов, полученных в ходе опроса.

Совещания субъектов деятельности – эффективный способ для получения всесторонней оценки и рекомендаций от целевой аудитории. Однако проведение подобного мероприятия требует должной подготовки и включает расходы на услуги посредников в дополнение к аренде помещения и оборудования, организации питания участников, и зачастую оплате их дорожных расходов. Чтобы такое совещание было успешным, следует обеспечить присутствие на нем неформальных лидеров, влияющих на формирование мнения той или иной группы субъектов деятельности. Такие совещания предполагают вовлеченность всех присутствующих и не ограничиваются формальными выступлениями.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Советы по проведению интервью для сбора сведений

Если вы хотите...	Задавайте вопросы следующего характера...
<p>■ Выяснить что-то</p>	<p>«Что вы имеете в виду, говоря о...»</p> <p>«Можете ли вы привести пример...»</p> <p>«Не могли бы вы более подробно объяснить... «</p> <p>«Когда это началось...»</p> <p>«Какими были ваши основные идеи...»</p> <p>«Что могло вызвать...»</p> <p>«Что вызывало у вас наибольшие опасения...»</p>
<p>■ Подвести итог</p>	<p>«То есть вы хотите сказать, что...»</p> <p>«Другими словами...»</p>
<p>■ Заострить внимание</p>	<p>«Если я понял вас правильно...»</p> <p>«Исходя из вашей точки зрения, основная проблема может быть сформулирована как...»</p>
<p>■ Рассмотреть вопрос под другим углом</p>	<p>«Если я вас правильно понял, то данный вопрос следует также рассматривать в свете...»</p>
<p>■ Переформулировать вопрос</p>	<p>«Исходя из вашего видения проблемы, я могу предположить, что нам следовало бы...»</p>
<p>■ Определиться с результатами и критериями успеха</p>	<p>«Предположим, что данное начинание окажется успешным, какие критерии успеха будут считаться определяющими на практике?»</p> <p>«Что должно быть сделано в обязательном порядке? Кем и когда?»</p> <p>«Какой эффект от этого ожидается?»</p> <p>«Когда вы сможете сказать, что всем полностью удовлетворены?»</p>
<p>■ Закончить обсуждение</p>	<p>«По каким вопросам мы можем прийти к согласию?»</p>



РАЗРАБОТКА ИДЕЙ: КОЛЛЕКТИВНОЕ ОБСУЖДЕНИЕ

Коллективное обсуждение - свободное предложение любых идей и мнений, когда приветствуется вклад каждого участника. Коллективное обсуждение может использоваться в самых разных целях и в самых разных ситуациях.

Большинство групп используют метод коллективного обсуждения при рассмотрении весьма ограниченного круга задач - для составления перечня потребностей или возможных решений какой-либо проблемы. Однако такой подход можно использовать при рассмотрении гораздо более широкого круга вопросов, таких как:

- Уроки прошлого
- Причины типичных проблем
- Новые цели
- Невысказанные опасения
- Скрытые убеждения или допущения
- Полезные люди и ресурсы
- Источники вдохновения
- Способы добиться слаженной работы коллектива
- Препятствия или возможности в сфере реализации новых целей
- Способы повышения эффективности совещаний



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Способы обеспечения эффективности коллективного обсуждения

- Начните обсуждение с установления следующих основных правил:
 - Каждый может выдвигать любые идеи, которые, по его мнению, имеют отношение к затрагиваемому вопросу (в том числе странные и даже абсурдные).
 - Никаких споров о том, вносить какие-либо идеи в общий список или нет, не должно быть.
 - Никакие прения не допускаются. Сами идеи просто высказываются вслух.
- Сформулируйте стоящую перед группой задачу в виде вопроса.
- Один или несколько добровольцев записывают высказанные идеи на флипчарте. Напомните им, что все предложения следует записывать четким и разборчивым почерком. Визуальная запись часто вызывает другие идеи, чему также способствует отсутствие цензуры.
- Затем приступайте к составлению списка выдвинутых идей. Попросите участников поочередно высказывать свои идеи. Если кто-то начнет обсуждать ту или иную мысль, вежливо напомните всем о необходимости соблюдения основных правил.
- Продолжайте до тех пор, пока все новые идеи не будут исчерпаны. Убедитесь, что все желающие внесли свой вклад. Так у каждого создается ощущение причастности к широкому спектру идей.
- Предупредите участников, когда до конца обсуждения останется две минуты. Зачастую это вызывает заключительный всплеск идей.
- Если список идей не очень длинный, кратко обсудите его, рассмотрев как единое целое. Спросите у группы, что ее участники думают о данном списке. В большинстве случаев, однако, список получается достаточно длинным. Поэтому членам группы приходится искать способ категоризации и сортировки материалов списка.
- Затем они могут принять решение о необходимости присвоить приоритет различным материалам списка. То есть определить, что больше всего необходимо, что является самым срочным или наиболее практичным. Более детальное рассмотрение перспективных идей можно поручить подгруппам.

Из [The ART of Building Facilitation Capacities \(«Искусство создания потенциала для фасилитаторов»\); учебное пособие, RECOFTC \(2002 г.\)](#)



ОБМЕН ИДЕЯМИ: ДИСКУССИОННЫЕ ГРУППЫ

Дискуссионные группы - небольшие группы, проводящие краткое обсуждение какой-то конкретной темы или вопроса. Состав такой группы обычно ограничивается всего двумя или тремя участниками.

Дискуссионные группы используются для того, чтобы:

- Обеспечить полноценное участие всех членов группы
- Стимулировать взаимодействие между небольшими группами
- Обеспечить безопасную среду для участия всех членов группы
- Оживить процесс обсуждения определенного вопроса
- Освежить знания участников
- Объединить усилия для совместной работы по решению определенной задачи
- Оценить уровень понимания участников
- Узнать мнение всех членов группы

Дискуссионные группы могут обеспечить необходимое время для усвоения содержания презентации, обмена идеями, выражения своего мнения, осмысления полученных знаний и возможности их применения.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Способы организации обмена идеями между несколькими группами

- **Только лучшее.** Всем группам не нужно представлять информацию. Ее следует собирать только в тех группах, которые могут привести новые мысли и идеи. Это позволит избежать повтора одной и той же информации и создаст стимул для активного участия, когда вы в следующий раз предложите участникам поработать в группах.
- **Ранжирование.** Если в задачу входит составление списка идей, попросите, чтобы после их записи группы провели ранжирование позиций составленных ими списков по каким-либо критериям, например по их значимости или насущности. Это упростит список и облегчит процесс обмена идеями.
- **Очередность.** Предложите докладчикам представлять по очереди только один вопрос. Это позволит избегать ситуаций, когда первая группа представляет основной объем информации, лишая остальных возможности внести свой вклад.
- **Советы по распространению идей посредством наглядной демонстрации.** Предупредите всех участников, перед тем как они приступят к работе в небольших группах, что конечный результат их работы следует представить не в виде презентации, а как демонстрацию итога. Поясните, какая цель при этом преследуется, и саму процедуру такого представления. Если сравниваемые результаты записываются на флипчарты, то записи должны быть четкими и понятными без каких-либо дополнительных пояснений.
- **Получение откликов участников.** Наиболее эффективное усвоение материала происходит, когда работа идет в группах, объединяющих лиц одного круга. Таким образом, побуждая участников анализировать достигнутые друг другом итоги, вы задействуете весьма эффективный метод обучения.
- **Завершение наглядной демонстрации.** После того, как все группы представят свои отклики и ознакомятся с отзывами других участников о своих итогах, проведите еще один цикл обсуждения уже со всеми участниками полноценной группы, остановившись на основных выводах по откликам. Ваши собственные выводы представляйте только в случае необходимости. Попросите участников суммировать основные выводы, сделанные в ходе данного упражнения. Поблагодарите их за старание и за конструктивные отклики (если уместно).

Из [The ART of Building Facilitation Capacities \(«Искусство создания потенциала для фасилитаторов»\): учебное пособие, RECOFTC \(2002 г.\)](#)



Партнерство и сотрудничество с коренными народами и местными общинами

При более существенной поддержке и благодаря налаживанию партнерств вклад и коллективные действия коренных народов и местных общин (КНМО) могут получить широкое распространение и лечь в основу национальной и международной практики по вопросам, связанным с биоразнообразием.

ПАРТНЕРСТВО В ОБЛАСТИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ

Существует значительный объем исследований, подтверждающих эффективность систем управления ресурсами КНМО применительно к управлению экосистемами и сохранению местообитаний и генетического разнообразия. Достигнут также реальный прогресс в сочетании традиционных и научных знаний на местах в целях совершенствования управления природными ресурсами отчасти благодаря использованию инновационных технологий.

Экологический мониторинг со стороны КНМО также становится все более важным компонентом совместного рационального использования окружающей среды, в том числе в деле контроля инвазивных чужеродных видов (ИЧВ), а также в системах раннего предупреждения и предотвращения рисков.

Однако исследования их знаний и другие виды деятельности, которые предлагается проводить на землях и в акваториях, традиционно занимаемых коренными народами и местными общинами, вызывают озабоченность у этих общин в силу их потенциального негативного воздействия на их культурное и интеллектуальное наследие.

При взаимодействии с КНМО следует уделять внимание должному уважению культурного наследия КНМО и налаживанию конструктивных партнерских отношений на основе эффективного участия, в рамках которых выгоды распределяются, а мероприятия осуществляются с предварительного обоснованного согласия.



РУКОВОДСТВО КБР

Кодекс этического поведения Тгаривейиери

Цель [Кодекса этического поведения Тгаривейиери](#) заключается в обеспечении уважения культурного и интеллектуального наследия коренных и местных общин, имеющего значение для сохранения и устойчивого использования биологического разнообразия.

Кодекс включает в себя этические принципы, конкретные соображения и методы обеспечения эффективного участия и предварительного обоснованного согласия или одобрения и вовлечение коренных народов и местных общин в мероприятия, включая предлагаемые исследования, касающиеся их знаний, территорий и связанных с ними ресурсов.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Участие общин в научно-исследовательской и в управленческой деятельности

В целях обеспечения эффективного участия местных общин в исследованиях и наблюдениях важно заранее ответить на следующие вопросы (для совместного управления используются аналогичные вопросы):

- Какова роль гендера в обеспечении общины средствами к существованию?
- Кто является ключевыми и неформальными лидерами в различных общинных группах?
- Каково их отношение к тематике исследований в области биоразнообразия?
- Что побудило бы их к сотрудничеству, каковы препятствия?
- Какие предварительные знания необходимы для участия в исследовании?
- Какова актуальность исследования для общины с точки зрения просвещения?
- Как исследовательская деятельность может способствовать или способствует обеспечению их средствами к существованию и дальнейшему просвещению?
- Чем результаты исследований могут быть полезны для их экономического статуса?
- В тех случаях, когда местные жители в основном неграмотны, как они могут активно и осмысленно участвовать в управлении районами, в которых сохранилось богатое биоразнообразие?
- Как результаты исследований будут доводиться до сведения общин?
- Как результаты будут засчитываться общинам?
- Как создать действенную и прочную основу для взаимного уважения и доверия?
- Как мы можем установить и поддерживать эффективные рабочие отношения?
- Какие коммуникационные методы необходимы во время и после проведения исследований или наблюдений?
- Как общины могут принять участие в передаче информации?



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Ключевые вопросы, которые следует учитывать в отношении информации, предназначенной для ограниченного круга лиц

- Прежде чем начать процесс в рамках общины, какие меры следует принять для обеспечения того, чтобы соответствующие носители знаний сохранили конфиденциальную информацию?
- Должны ли места, названия или любая другая информация и традиционные знания о природных и культурных ресурсах оставаться секретными или доступными ограниченному кругу лиц?
- Кто из числа членов общины должен и не должен знать эту информацию?
- Кто должен и не должен знать эту информацию за пределами общины?
- Если община желает включить определенные элементы секретной информации в свой общинный протокол, то каким образом они могут быть представлены, чтобы обеспечить соблюдение традиционных форм защиты и учитывать современные вызовы?
- Например, на картах границы могут обозначаться «нечетко», а определенные имена или указание точного местоположения не фигурировать, посещения могут ограничиваться зонами широкого доступа, а обмен информацией может осуществляться только на основе принципа ознакомления с секретной информацией согласно занимаемой позиции.

Источник: [Естественная справедливость: Биокультурные общинные протоколы: Инструментарий для общинных координаторов.](#)

ВЕРНУТЬСЯ К
ЦЕЛИ 3

ВПЕРЕД К
ЦЕЛИ 4



ЦЕЛЬ 4

Коммуникация в интересах успешного сотрудничества

Как осуществлять сотрудничество в области биоразнообразия

Принципы успешных переговоров

Соглашения в области ДГРСИВ или
взаимосогласованные условия



Принципы успешных переговоров

Переговоры являются важной частью процесса налаживания сотрудничества. Чтобы найти точки соприкосновения, учитывая самые различные цели субъектов деятельности, требуется сочетание должной подготовки, надежной защиты собственных интересов, гибкости и креативности, которые позволят понять позицию оппонента и вести дальнейшую работу, учитывая его интересы.

ВЗАИМОВЫГОДНЫЙ ОБМЕН: ОТ «ВЫИГРЫШ ИЛИ ПРОИГРЫШ» К «ВЗАИМНОМУ ВЫИГРЫШУ»

Традиционный переговорный процесс иногда называют «выигрыш или проигрыш», т.е. подразумевается, что его результат является выигрышным для одной стороны за счет проигравшей. Но это справедливо лишь в том случае, когда речь идет о решении какого-то одного вопроса - например о цене на обычных торговых переговорах. Если вы приступаете к переговорам с такой установкой, то рискуете не найти понимания. Однако при обсуждении ряда вопросов разные предпочтения сторон делают возможной ситуацию получения «взаимного выигрыша» в результате переговоров.

При проведении переговоров вначале следует определиться с тем, чего вам нужно обязательно добиться, а также с тем, чем вы можете пожертвовать (предметы торга). Конечно, отказываться от чего-то в ущерб сохранению биоразнообразия может, например, показаться трудной задачей. Но предметами торга могут быть вещи, которые для вас имеют очень малую ценность или совершенно ее не имеют, в то время как для противоположной стороны они могут оказаться важными.

В идеале вы получаете максимально возможное количество преимуществ в сфере сохранения биоразнообразия, а противоположная сторона также удовлетворяет свои интересы. Такой результат является выигрышным для обеих сторон, его можно добиться, если вы будете искать наиболее оптимальные пути решения.

Вы можете предложить поиск взаимовыгодного конечного результата даже в том случае, когда противоположная сторона не настроена на это. В самом начале вас даже могут попытаться вывести из равновесия, заявив, например, что не имеют никакого отношения к сохранению биоразнообразия, сославшись на нехватку времени, или поставив под сомнение экономическую обоснованность сохранения биоразнообразия и даже научные данные о состоянии биоразнообразия. Необходимо отстаивать свою точку зрения и оказывать воздействие на ход дискуссии через выяснение основных потребностей и на этой основе строить решения, в которых признаются и ценятся такие потребности.



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Проведение переговоров по заключению многостороннего соглашения

- **Проведите подготовку** касательно вопросов и контекста переговоров, а также участвующих лиц.
- **Подберите талантливую и сплоченную команду**, чтобы эффективно выступать единым фронтом.
- **Создайте общую базу фактов.** Расхождения во мнениях во время переговоров нередко возникают не столько по причине столкновения противоречивых интересов, сколько из-за того, что стороны совершенно по-разному понимают ситуацию. Вместе с другими сторонами переговорного процесса подготовьте базу фактов по предмету переговоров.
- **Постарайтесь поставить себя на место другой стороны.** Постарайтесь понять позицию ваших партнеров по переговорам. Это поможет вам выбрать нужную переговорную стратегию и тактические приемы, учитывая интересы каждого. Иногда взаимное понимание лучше всего достигается в неформальной обстановке, например за едой.
- **Настраивайтесь на поиск взаимовыгодного решения.** Устойчивое соглашение должно заключаться на справедливой и сбалансированной основе.
- **Проведите разъяснительную работу.** При заключении многосторонних соглашений, имеющих принципиальное значение, уровень технических знаний и понимания затрагиваемых вопросов может сильно отличаться, что чревато серьезными противоречиями. Рассмотрите вариант приглашения независимых экспертов, приемлемых для всех сторон, которые помогут сформировать единое понимание и проанализировать имеющиеся предложения на предмет их обоснованности.
- **Сначала сузьте**, а затем расширьте круг своих партнеров по переговорам. Чтобы добиться прогресса на широкомасштабных переговорах, дождитесь подходящего момента, когда сможете «уменьшить их масштаб», подобрав небольшую подгруппу участников переговоров, уважаемых за их технические знания и считающихся сторонниками интересов группы, которую они будут неформально представлять. Когда вам удастся добиться реального прогресса на этих мини-переговорах, вы сможете расширить их для привлечения других участников.
- **Ведение кампании на нескольких фронтах.** Иногда может быть необходимо заключить ряд мелких договоренностей с другими субъектами деятельности, чтобы обеспечить поддержку более значимой цели переговоров.

По материалам из статьи [A Great Negotiator's Essential Advice \(«Важнейшие рекомендации умелого переговорщика»\)](#), журнал Harvard Business Review (2014 г.)



ПЕРЕГОВОРЫ ПО ОСТРЫМ ИЛИ СЛОЖНЫМ ВОПРОСАМ

Сотрудничая с другими организациями по вопросам, связанным с биоразнообразием, вы можете столкнуться с необходимостью обсуждения острых или сложных вопросов. Иногда такие вопросы могут возникнуть в результате относительного неравенства переговорных возможностей сторон (например, глобальная корпорация пытается изменить условия биокультурного общинного протокола небольшой сельской общины), иногда в результате столкновения прямо противоположных интересов (например, постановка новых задач по мониторингу или проведению исследований перед государственным органом, испытывающим недостаток ресурсов).

Столкнувшись с острыми или сложными вопросами, следует ориентироваться на общую основную цель: достижение устойчивого соглашения, которое учитывает опасения и удовлетворяет интересы всех вовлеченных сторон. Постарайтесь не обсуждать трудные моменты лично и не накаляйте обстановку, «отвечая ударом на удар». Позвольте оппоненту сохранить лицо. Внимательно выслушайте собеседника, ищите точки соприкосновения даже по малозначимым нюансам и показывайте, что вы его слушаете, повторяя приведенные им аргументы. Стоит отметить, что иногда постепенное достижение взаимопонимания по ряду мелких вопросов может приводить к успешным переговорам по более широким вопросам.

При проведении переговоров также важно принимать во внимание социокультурные нормы, традиции и обычаи. Они могут довольно сильно отличаться на разных континентах, в разных странах и даже в разных регионах одной и той же страны.

Вместо того чтобы рассматривать острые вопросы с позиции прямого противостояния, попробуйте поменять эту установку на ту, что подразумевает совместный поиск решений общих проблем.



СОВЕТЫ

Проведение сложных переговоров

1. Отделяйте конкретных людей от конкретных проблем.
2. Ориентируйтесь на интересы сторон, а не на занимаемые ими позиции.
3. Ищите взаимовыгодные варианты.
4. Настаивайте на использовании объективных критериев.

Материалы взяты из [How \(Not\) to Negotiate Access and Benefit Agreements \(«Как \(не\) вести переговоры по заключению соглашений о доступе к генетическим ресурсам и совместном использовании выгод»\)](#), Инициатива по созданию потенциала в области ДГРСИВ (2015 г.)



КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Подготовка к переговорам

Участники переговоров с вашей стороны

- Решите, будет ли это отдельное лицо или группа лиц.
- Назначьте лицо или группу лиц и определите роль каждого из членов группы.
- решите, кто будет принимать окончательное решение на переговорах.

Выясните информацию о другой стороне

- Проверьте прошлые контакты с другими министерствами/управлениями.
- Укажите три наиболее важных аспекта вопроса, который будет обсуждаться.
- Проанализируйте ситуацию с финансированием другого министерства и как она влияет на его соображения.
- Выясните, что за люди являются участниками переговоров?
- Каково отношение участников переговоров к рассматриваемому вопросу?
- Что является самым важным для участников переговоров с другой стороны?
- Какие альтернативы вашим идеям и предложениям доступны для них?
- Кто из них принимает решения? Будут ли лицо, принимающее решение, присутствовать на переговорах?
- Каковы их ожидания от этой встречи?

Выясните основные соображения с точки зрения вашего ведомства

- В чем состоит ваше взаимопонимание миссии и целей?
- Какие аспекты и вопросы имеют важное значение для вас?

- Каковы основные результаты, которые вы хотите получить?
- Какие факторы влияют на наш план по обеспечению решения вопроса?
- Каковы потенциальные сферы ответственности в отношении возможных решений?

Определите свою позицию:

- Что вы хотите? Определите:
 - Открытую позицию
 - Цель, которая должна быть достигнута
 - Минимально приемлемый результат
- Основные положения или проекты текста статей договора, в котором будут документально зафиксированы результаты переговоров.
- Вид сотрудничества, который вы намерены осуществлять с другой стороной.
- Какие у вас есть альтернативы?

Проверьте подготовку к переговорам

- Согласование повестки дня.
- Репетиция переговоров (определите вопросы, с которых начнется обсуждение).
- Условия проведения переговоров, такие как достаточная площадь помещения, расположение мест, доступ к телефонам, наличие копировального аппарата, помощь секретариата и т. д.
- Имеются ли в зале переговоров отвлекающие факторы, вызванные шумом, освещением, температурой?
- Обеспечение легкой закуски и освежающих напитков и другие специальные приготовления в месте проведения переговоров.



Соглашения в области ДГРСИВ или взаимосогласованные условия

Что представляет собой соглашение в области ДГРСИВ?

Соглашение в области ДГРСИВ представляет собой контрактное соглашение между пользователями и поставщиками генетических ресурсов и/или связанных с ними традиционных знаний, которое регулирует их соответствующие права и обязанности, включая условия доступа к генетическим ресурсам, и выгоды, подлежащие распределению в связи с доступом. Эти соглашения также называют **взаимосогласованными условиями** между поставщиком и пользователем генетических ресурсов и/или связанных с ними традиционных знаний.

Письменные контракты между пользователями и поставщиками генетических ресурсов и связанных с ними традиционных знаний могут служить четкой основой для партнерства, воплощающей взаимопонимание и позволяющей избежать двусмысленности в отношении обязательств каждой из сторон.

В чем особенности соглашений в области ДГРСИВ?

При том, что соглашения в области ДГРСИВ имеют некоторые общие характеристики с типичными коммерческими контрактами, у них есть свои особенности. Например, соглашения в области ДГРСИВ часто затрагиваются экологические аспекты и социальные гарантии наряду с коммерческими аспектами. В типичных положениях, которые включаются в соглашения в области ДГРСИВ, как правило, оговариваются условия доступа, типы выгод (денежные и/или неденежные), сроки и распределение выгод, передача третьим лицам, конфиденциальность и т. Д.

Кто должен выступать сторонами?

Сторонами соглашений в области ДГРСИВ, как минимум, выступают поставщик и пользователь генетических ресурсов и/или связанных с ними традиционных знаний, зачастую представляющие разные культуры и имеющие различные методы и подходы к ведению переговоров и подписанию соглашений. Коренные народы и местные общины (КНМО) могут также участвовать в соглашениях в области ДГРСИВ в отношении доступа к традиционным знаниям, связанным с генетическими ресурсами, и доступа к генетическим ресурсам в ситуациях, когда КНМО имеют на них установленные права.

Осведомленность о положениях, которые могут быть включены в контракты, а также о передовых методах ведения переговоров является залогом того, что соглашения в области ДГРСИВ будут обеспечивать совместное использование выгод на справедливой и равной основе.

[В приложении](#) к Нагойскому протоколу приводится примерный список выгод, подлежащих распределению. [Боннские руководящие принципы](#) также содержат рекомендации по содержанию взаимосогласованных условий.



СОВЕТЫ

Как реагировать на нереалистичные ожидания в отношении размера и типа выгод, подлежащих распределению

- Желательно честно сообщать о потенциальных и реальных выгодах. Важно обеспечить, чтобы стороны понимали, что (возможный) будущий процесс НИОКР и реализации на рынке займет значительное время, прежде чем можно будет фактически получить какие-либо выгоды, и что извлечение прибыли требует определенного времени.
- Понимание, что существует, как правило, низкая вероятность того, что продукт в конечном итоге будет выпущен на рынок. Поэтому лишь в ограниченном числе случаев можно будет совместно использовать выгоды, связанные с коммерческой реализацией.
- Если вы заинтересованы в проведении переговоров по соглашению в области ДГРСИВ в конкретной области (например, садоводство, защита посевов, фармацевтика), было бы целесообразно проанализировать журналы и другие источники информации о коммерческой практике в каждой области.
- Ключевым аспектом успешных переговоров в области ДГРСИВ является **создание атмосферы доверия** между поставщиком генетического ресурса или связанных с ним традиционных знаний и потенциальным пользователем. Поставщик и пользователь должны быть готовы добросовестно участвовать в переговорах по ДГРСИВ. Отношения должны основываться на доверии, диалоге и взаимной выгоде.
- Ключевую роль в справедливом и прочном партнерстве играет **общее понимание ценности вклада каждой из сторон** – с одной стороны, ценности предоставляемых генетических ресурсов и/или связанных с ними традиционных знаний, а с другой стороны, стоимости исследований, разработок, управления рисками и инвестиций, связанной с использованием ресурса или знания. Например, для обеих сторон было бы целесообразно признать, что каждая из них вступает в переговоры, имея **различные ожидания и представления о ценности**.

Источник: [Updated Management Tool](#) (2012) Best Practices and Handbook for Implementing Genetic Resource and Benefit-sharing Activities (Обновленный инструмент управления. Передовые методы и пособие по осуществлению регулирования доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод), 2012 год.



РЕСУРСЫ

Ресурсы для разработки соглашений в области ДГРСИВ

Учебный модуль: [Составление контрактов и соглашений](#)

Руководство: [Как \(не следует\) вести переговоры по соглашениям в области доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод](#)

Буклет: [Введение в составление успешных соглашений в области ДГРСИВ](#)

Руководство: [Инструмент управления ДГРСИВ](#)

Типовые договорные положения и другие стандарты: [Механизм посредничества для регулирования ДГРСИВ](#)

Книга: [Составление эффективных договоров в области доступа к генетическим ресурсам и совместного использования выгод](#) (Юридические исследования по вопросам к генетическим ресурсам и совместного использования выгод), Tomme Rosanne Young and Morten Walløe Tvedt, Лейден (Нидерланды), Brill, 2017 год, 420 стр.



РЕСУРСЫ

Диалог в рамках этической биоторговли: как установить уважительный, сбалансированный и инклюзивный диалог в интересах закупки натуральных ингредиентов.

Эти [руководящие принципы](#) предоставляют компаниям, приверженным этической биоторговле, практические рекомендации по налаживанию диалога с производителями, собирателями и другими партнерами на местном уровне. В них описываются основные элементы диалога и излагаются конкретные меры, которые компании могут принять для учета этих основных элементов и налаживания процесса.

ПАРТНЕРСТВО С КОРЕННЫМИ НАРОДАМИ И МЕСТНЫМИ ОБЩИНАМИ (КНМО)

КНМО являются важными партнерами в соглашениях в области ДГРСИВ, особенно в тех случаях, когда речь идет о доступе к традиционным знаниям, связанным с генетическими ресурсами, а также о доступе к генетическим ресурсам, на которые КНМО имеют установленные права.

Все шире осознается ценность традиционных знаний, носителями которых являются КНМО. Эти знания представляют ценность не только для тех, кто зависит от них в повседневной жизни, но и для современной промышленности, сельского хозяйства и животноводства. Традиционные знания способствовали появлению уникальных видов растений и животных. В некоторых случаях традиционные знания могут предоставить ценную информацию исследователям и другим лицам относительно конкретных свойств и ценности генетических ресурсов и их потенциального использования для разработки новых продуктов, например, новых лекарственных препаратов или косметических средств.

В связи с этим крайне важно, чтобы пользователи традиционных знаний осознавали их ценность. Это означает обеспечение доступа к традиционным знаниям, связанным с генетическими ресурсами, при условии предварительного обоснованного согласия соответствующих КНМО и совместное использование выгод с КНМО от их применения на справедливой основе.

Несмотря на то, что благодаря переговорам по вопросам ДГРСИВ можно добиться значительных результатов, общины, как правило, находятся в невыигрышном положении ввиду значительного дисбаланса сил.

Важным аспектом как диалога, так и переговоров является возможность сторон сказать “нет” на предложение, представленное на рассмотрение. Предварительное обоснованное согласие – это постоянный процесс, в рамках которого на любом этапе переговоров, посредничества или диалога община имеет право запросить дополнительную информацию, сказать “нет” или полностью отказаться от участия.

Предоставление ложной или нечеткой информации КНМО отразится на их обсуждениях и мнении, а также на их коллективном решении. Неспособность как следует донести информацию может привести к недопониманию. При распространении информации и в ходе информационно-разъяснительной работы следует учитывать уровень грамотности и язык, на котором говорят и который понимают КНМО. Для обеспечения лучшего понимания концепции и ее последствий для их прав, собственности и средств к существованию могут использоваться аудиовизуальные и печатные средства информации на знакомом им языке.

Во всех возможных случаях КНМО следует требовать, чтобы им была предоставлена полная и точная информация таким способом и в такой форме, которые они могут ясно понять.



СОВЕТЫ

Подготовка к переговорам по вопросам ДГРСИВ

- В какой момент мы сможем считать себя «в полной мере информированными»?
- Что нам абсолютно необходимо знать?
- Кто участвует в переговорном процессе?
- Каковы интересы, приоритеты, права и обязанности других сторон?
- Каковы временные рамки переговоров и сроки принятия решения?
- На каком языке будут вестись переговоры?
- Будет ли нам обеспечен при необходимости надлежащий перевод?
- Каковы права и обязанности моей общины?
- Кто будет нас представлять?
- Как остальные члены общины будут вносить свой вклад и сообщать свое мнение?
- Какие результаты мы хотели бы получить от переговоров?
- Какие аспекты для нас не подлежат обсуждению и что для нас наиболее важно?
- Что мы предпримем в случае срыва переговоров или резкого отказа от учета наших приоритетов?
- Имеем ли мы доступ к юридической поддержке в случае необходимости?

Источник: Естественная справедливость: [Биокультурные общинные протоколы: Инструментарий для общинных координаторов](#).



ПРИМЕР

Доступ к генетическим ресурсам и совместное использование выгод на примере общины Коуту Нуи, Острова Кука

Грэм Мэтисон с Островов Кука посвятил свою кандидатскую диссертацию, которую защитил в Австралийском университете Нового Южного Уэльса, изучению влияния традиционной медицины Островов Кука на лечение переломов костей и кожных заболеваний. В 2003 году его исследования привели к созданию компании «CIMTECH», в число участников которой вошла местная община Коуту Нуи.

До начала исследования Мэтисон запросил предварительное обоснованное согласие у Коуту Нуи – официально признанного совета традиционных лидеров в соответствии с Актом о совете арики Островов Кука (1965 год) и обратился к нему с предложением о проведении дополнительных изысканий с возможной дальнейшей реализацией на рынке. Мэтисон подробно проинформировал Коуту Нуи о предполагаемом исследовании. Эта информация была также доведена до сведения разных членов общины, включая некоторых таунга (традиционные целители). В марте 2003 года Совет Коуту Нуи провел заседание, после чего направил Мэтисону ряд вопросов, а затем в ходе ежегодного общего собрания в июне 2003 года единогласно утвердил проект. Чтобы отметить это событие, Коуту Нуи передали Мэтисону пузырек Ваиракау Ати, подготовленный таунга. Это было сделано слишком поздно, чтобы быть использовано в пилотном исследовании, но представляло собой чрезвычайно важный жест в доказательство приверженности Коуту Нуи.

Обе стороны подписали соглашение о совместном использовании выгод и стали равноправными партнерами вновь созданной компании. Был налажен постоянный диалог, который обеспечил транспарентное обсуждение потенциальных возможностей и рисков. Обе стороны осознавали, что с момента инвестиций до получения фактической выгоды пройдет много лет. После запуска линии косметики по уходу за кожей «Te Tika» община Коуту Нуи получила ощутимые выгоды, включая укрепление защищенности в плане средств к существованию сотрудников, работающих в лаборатории и на предприятии в Раротонге.

Соглашение «CIMTECH»-Коуту Нуи демонстрирует важное значение взаимодействия с коренными группами до начала проведения исследований, связанных с их знаниями, а также ведения транспарентного диалога для информирования о намерениях и рисках с заключением предварительного соглашения об условиях совместного использования выгод. Мэтисон и Коуту Нуи совместно владеют «CIMTECH», правами интеллектуальной собственности, разделяют риски и обязанности и, как следствие, в равной степени заинтересованы в успешной работе компании.

Бывший председатель Коуту Нуи Руби Дорис Рид отметил, что такое исследование было первым для Островов Кука и легло в основу нового производства: «Это такое важное для нас начинание. Мы очень гордимся и рады, что эта традиционная медицина может помочь людям во всем мире. И жители Островов Кука также получают от этого большую выгоду».

Источник: Инициатива по созданию потенциала для ДГРСИВ, [Тематические исследования в области ДГРСИВ в Тихоокеанском регионе](#) (2012 год) и [3 примера ДГРСИВ в промышленных секторах. Интерактивная инфографика и плакат](#) (2015 год).



РЕСУРС

Биокультурное наследие. Этот веб-сайт демонстрирует, как концепция биокультурного наследия может быть использована для защиты всей совокупности прав коренных народов и местных общин. Он предоставляет инструменты для защиты и популяризации биокультурного наследия, такие, как общинные протоколы и партнерства в области ДГРСИВ.

[ВЕРНУТЬСЯ К ЦЕЛИ 4](#)[ВПЕРЕД К РЕКОМЕНДУЕМЫМ
РЕСУРСАМ](#)



Рекомендуемые ресурсы

Ресурсы, отмеченные звездочкой (*), также доступны на русском языке.

AWARENESS RAISING ON THE NAGOYA PROTOCOL

* [SCBD Factsheets](#)

The factsheets are meant to provide readers with a broad understanding of the key issues related to the Nagoya Protocol. They are relevant for Governments and stakeholders wishing to raise awareness of the Nagoya Protocol, and are meant to encourage its early ratification and effective implementation. Available in English, French, Spanish, Arabic, Russian and Chinese.

- [SCBD Fact sheet on ABS](#)
- [SCBD Factsheet on the Nagoya Protocol](#)
- [SCBD Factsheet on Becoming a Party to the Nagoya Protocol](#)

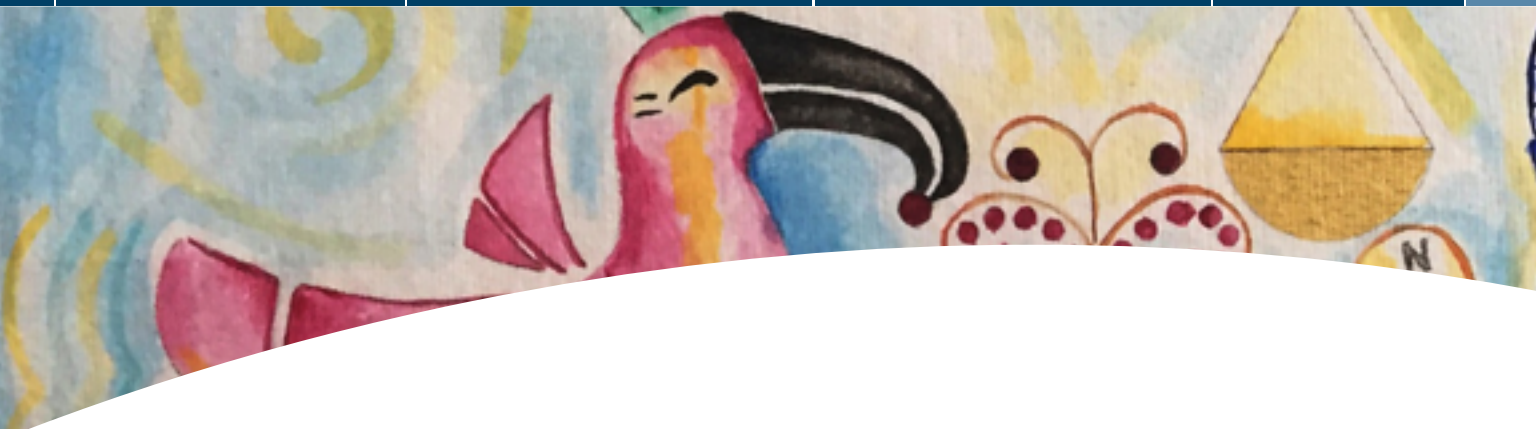
* [SCBD ABS Information Kit \(Brochure and Factsheets\)](#)

A generic information kit was developed by SCBD to present the basics of access and benefit-sharing in simple language. Available in English, French, Spanish, Arabic, Russian, Chinese and Portuguese.

- [ABS Information Kit: Introduction to access and benefit-sharing](#) (Brochure)
- [ABS Information Kit: Access and Benefit-Sharing](#) (Factsheet)
- [ABS Information Kit: Uses of Genetic Resources](#) (Factsheet)
- [ABS Information Kit: Traditional Knowledge](#) (Factsheet)
- [ABS Information Kit: The Bonn Guidelines](#) (Factsheet)
- [ABS Information Kit: National Implementation](#) (Factsheet)
- [ABS Information Kit: The Nagoya Protocol on Access and Benefit-sharing](#) (Factsheet)

Film: [ABS - Simply Explained](#) (ABS Capacity Development Initiative)

A short animated video clip to explain ABS and the Nagoya Protocol within in 5 minutes. It is meant to be screened as a curtain raiser at meetings, conferences and workshops, to larger audiences. Available in English, Spanish, French and German.



Film: [Monitoring Utilization of Genetic Resources through the ABS Clearing-House](#) (SCBD and ABS Capacity Development Initiative)

This short animated video clip explains monitoring the utilization of genetic resources through the ABS Clearing-House, including the role of competent national authorities, checkpoints and checkpoint communiques. Available in English, Arabic, French and Spanish.

Film: [People, plants and profit](#) (ABS Capacity Development Initiative)

This 25-minute film illustrates the basic principles of ABS in the context of the Nagoya Protocol, with the help of three real life cases: Hoodia (South Africa), Argan (Morocco) and Teff (Ethiopia). Available in English and French (subtitle).

Film: [La Jagua: Un caso real del Protocolo de Nagoya](#)

The video narrates an ABS case study about a biotechnology development related to “la Jagua” a natural blue colorant used by the food industry.

Guide: [Strategic Communication for ABS](#) (ABS Capacity Development Initiative)

This guide offers advice about the role, relevance and use of communication for implementing Access and Benefit-sharing systems at the national level. It provides an overview of communication considerations, approaches and methods for the different phases of ABS implementation. Available in English, Spanish, French and Portuguese.

Policy paper: [ABS and SDG](#) (ABS Capacity Development Initiative)

This paper details the links to ABS in the Sustainable Development Goals (SDGs) and the Nagoya Protocol's indirect support of the SDGs and their targets. The document underlines the relevance of ABS for achieving the SDGs, on matters as wide ranging as poverty alleviation, food security, climate change, health, economic growth, innovation, oceans and governance. Available in English and French.



RESOURCES ON ABS-RELATED ACTIVITIES IN DIFFERENT SECTORS

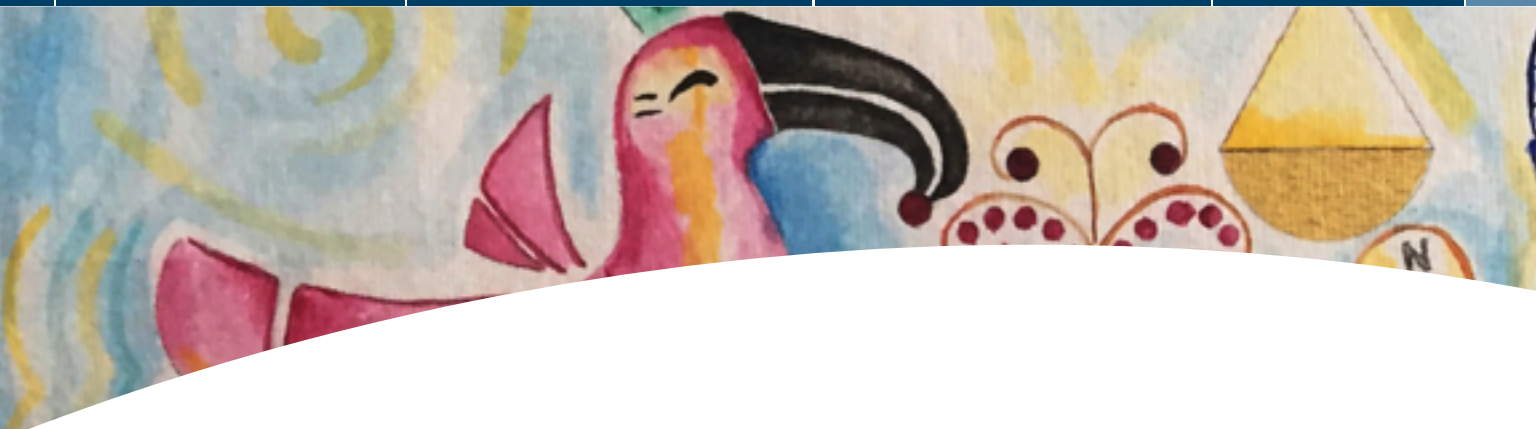
*SCBD Policy Briefs and Factsheets: Bioscience at a Crossroads. Access and Benefit Sharing in a Time of Scientific, Technological and Industry Change

They provide an overview of the types of ABS-related activities carried out in different sectors (i.e. pharmaceuticals, agriculture, industrial biotech, cosmetics, botanicals and food and beverage) as well as an analysis of the relevance and impact of the Nagoya Protocol for these sectors in the light of recent trends and practices. Briefs are available in English only, but factsheets are available in English, French, Spanish, Arabic, Russian and Chinese.

- Bioscience at a Crossroads: Implementing the Nagoya Protocol in a time of Scientific, Technological and Industry Change ([Brief](#)) ([Factsheet](#))
- Bioscience at a Crossroads: The Agricultural Sector ([Brief](#)) ([Factsheet](#))
- Bioscience at a Crossroads: Botanicals ([Brief](#)) ([Factsheet](#))
- Bioscience at a Crossroads: The Cosmetics Sector ([Brief](#)) ([Factsheet](#))
- Bioscience at a Crossroads: Industrial Biotechnology ([Brief](#)) ([Factsheet](#))
- Bioscience at a crossroads: The Pharmaceutical Industry ([Brief](#)) ([Factsheet](#))
- Bioscience at a crossroads: The Food and Beverage Sector ([Brief](#)) ([Factsheet](#))

Briefs: Access and Benefit Sharing: Key Points for Policy-Makers Series (ABS Capacity Development Initiative)

This series of briefs on six different industrial sectors provides governments, companies, researchers, communities and other ABS stakeholders with background information to assist with the development of ABS measures to implement the Nagoya Protocol. The sectors covered are: [Agriculture](#); [Botanicals Industry](#); [Cosmetics Industry](#); [Food and Beverage Industry](#); [Industrial Biotechnology](#); and [Pharmaceutical Industry](#).



ENGAGING AND INFORMING RELEVANT STAKEHOLDER ABOUT THE NAGOYA PROTOCOL AND ABS

Brief: [Technical Brief on Nagoya Protocol](#) (Union for Ethical BioTrade)

Document explaining the Nagoya, activities covered and implications for natural ingredients in food and personal care. Available in English.

Learning Modules: [Access and Benefit-Sharing for botanic gardens](#) (Botanic Gardens Conservation International)

This suite of learning modules on ABS and the Nagoya Protocol has been created for those working in botanic gardens. They include modules, quick quizzes and PowerPoint presentations.

Presentation pack: [The CBD for Botanists: An introduction to the Convention on Biological Diversity for people working with botanical collections](#) (Royal Botanic Gardens, Kew)

This presentation pack is designed as an introduction to the CBD, and includes slides and suggested speaker's notes, and a resources section offering more detailed information, useful links and suggestions for further reading. It is primarily intended for people working with botanical collections: botanists, curators, horticulturalists and technicians in botanic gardens, herbaria, museums and seed banks

SCBD Newsletter- Business.2020, November 2015

Special Focus on Access and Benefit-Sharing. It contains several articles on different topics of interest for the business community.

FAQ: [Frequently Asked Questions on the Nagoya Protocol on ABS](#) (Union for Ethical BioTrade)

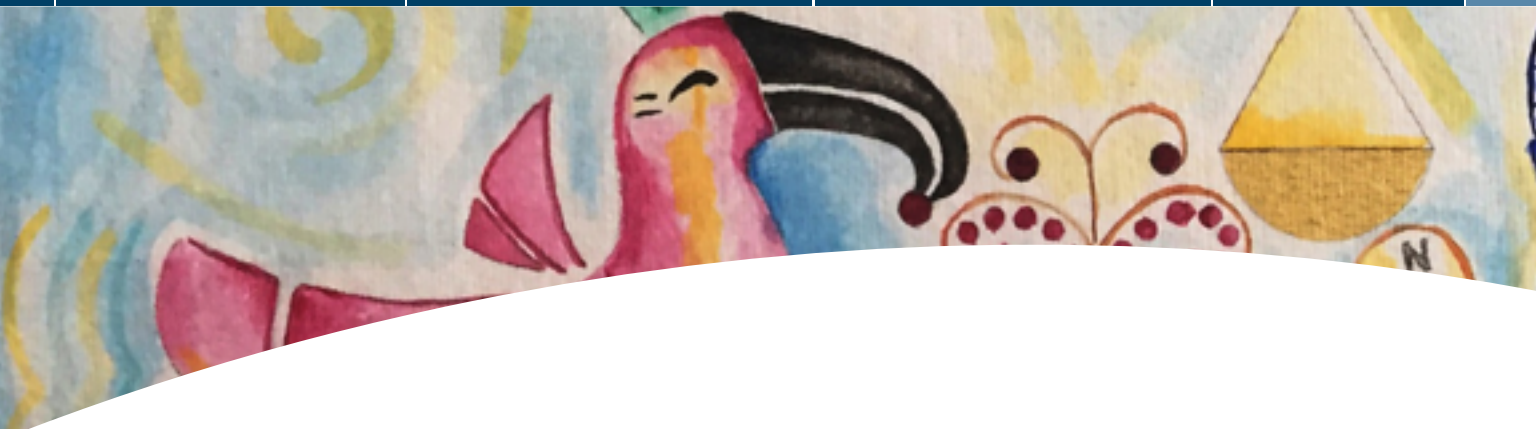
It answers some of the questions frequently asked by companies about the Nagoya Protocol.

Factsheet: [Access and benefit sharing: Understanding implications for industry](#) (Union for Ethical BioTrade)

It explains ABS and what Ethical BioTrade standard say about ABS in simple terms. Available in English, Spanish, French and Portuguese.

Factsheet: [Implementing Access & Benefit-Sharing \(ABS\) & Ensuring Academic Non-Commercial Research for the Conservation & Sustainable Use of Biodiversity](#) (DIVERSITAS, ICSU-ROLAC, SCNAT and IUBS)

This document compiles key messages from a pilot experience in initiating a dialogue between academic researchers and policy-makers in Latin America and the Caribbean.



E-book: [Introduction to Access and Benefit-Sharing and the Nagoya Protocol: What DNA Barcoding Researchers Need to Know](#) (SCBD, University of Guelph)

This e-book explains the basic framework of access and benefit-sharing (ABS) and is intended for 'DNA barcoders' – researchers and practitioners using DNA-based approaches, such as DNA barcoding, for the identification of organisms. It also points to opportunities for researchers and practitioners to raise awareness of their work and identify for themselves the specific practices within their field as these relate to ABS.

Video: [Introductory Video on ABS](#) (Union for Ethical BioTrade)

This 3 minute video explains what is ABS in a simple manner. Available in English, Spanish, and Portuguese.

Brochure: [L'APA pas à pas](#) (French Foundation for research on biodiversity)

This practical guide covers the basics of ABS, how ABS applies to scientific and academic research, and the applicable regulations for researchers. It also includes a FAQ and examples of ABS measures in other countries. Available in French.

Q&A: [Implementation of the Nagoya Protocol in the context of human and animal health, and food safety: Questions and Answers](#) (SCBD, WHO)

The purpose of this Q&A brochure is to answer questions received regarding the sharing of pathogens in the context of implementation of the Nagoya Protocol.



RESOURCES ON COMMUNITY PROTOCOLS

Toolkit: [Biocultural Community Protocols: A Toolkit for Community Facilitators](#) (Natural Justice)

This resource is intended for facilitators from indigenous peoples, local and mobile communities, and supporting community-based and non-governmental organizations. It is intended to support communities to secure their rights and responsibilities and strengthen customary ways of life and stewardship of their territories and areas.

Videos and photo-stories: [Biocultural Community Protocols](#) (Natural Justice)

A video highlights the potential and possible role of BCPs for community members and facilitators interested in developing community protocols. The two examples of community protocols in ABS told through photo stories.

Posters and animation video: [Bioprospecting, Access and Benefit Sharing](#)

This Poster Series and Animation Video provide practical information about South African legal framework on Bioprospecting, Access and Benefit Sharing provided in the National Environmental Management: Biodiversity Act, 2004 (Act No. 10 of 2004) and its Regulations.

Video: [Cómo proteger nuestros conocimientos colectivos](#) (INDECOPI)

A video targeted to IPLCs that explains the key elements of the Peruvian law that establishes an access procedure to traditional knowledge related to genetic resources.

Comic: The Ecuatorian Institute of Intellectual Property developed two comic books

The first comic explains why traditional knowledge is important and what the institute does to help IPLCs to protect their knowledge, including through registries, and the second focus explains how to access genetic resources and associated traditional knowledge in Ecuador.

- [Saberes ancestrales, expresiones culturales y biodiversidad](#) (El Epibatidín). Available also in English.
- [El acceso a nuestros recursos genéticos](#) (El Epibatidín). Available also in English.



RESOURCES ON NEGOTIATING AGREEMENTS

Guidelines: [Dialogues in Ethical BioTrade: How to establish respectful, balanced, and inclusive discussions in the sourcing of natural ingredients](#) (Union for Ethical BioTrade)

The guidelines aim to provide companies working with the Ethical BioTrade Standard with practical guidance on establishing dialogues in the context of their sourcing activities. These guidelines focus on interactions between companies and partners at the local level, such as producers, collectors, providers of genetic resources or their communities.

Manual: [How \(Not\) to Negotiate Access and Benefit Agreements](#) (ABS Capacity Development Initiative)

Using real cases and different scenarios, this manual assists those negotiating access and benefit-sharing (ABS) agreements. The manual seeks to be holistic, offering a hands-on approach to negotiating ABS agreements

Booklet: [Introduction to Drafting Successful ABS Agreements](#) (ABS Capacity Development Initiative)

This booklet provides an extremely brief summary of the main rules, issues and questions that the parties to an ABS transaction must be aware of when negotiating, drafting and implementing an ABS contract.

Handbook: [The ABS Management Tool](#) (Stratos Inc)

The handbook contains best practice standards both for users and providers of genetic resources and associated traditional knowledge and includes a series of tools that can assist ABS users and providers with negotiating ABS agreements.

Book: [Drafting Successful Access and Benefit-sharing Contracts](#) (Series: Legal Studies on Access and Benefit-sharing, Volume: 5. Authors: Tomme Rosanne Young and Morten Walløe Tvedt, 2017)

In the book “Drafting Successful Access and Benefit-sharing Contracts”, Young and Tvedt offer an insightful and profound analysis of how ABS can be made truly functional through the use of legally binding and enforceable contracts.

***CBD Guidelines: Mo'otz Kuxtal Voluntary Guidelines**

The [Mo'otz Kuxtal Voluntary Guidelines](#) include procedure considerations for “prior and informed consent”, “free, prior and informed consent” or “approval and involvement”, depending on national circumstances, and mutually agreed terms; considerations related to access to traditional knowledge and benefit-sharing, as well as mechanisms for reporting and preventing unlawful appropriation of traditional knowledge.

