

Комуникационна стратегия на Българската платформа за международно развитие (БПМР) за периода 2020-2024

Този документ е подготвен в подкрепа на изпълнението на Стратегия за развитие на платформата за периода 2020-2024 и с цел да подпомогне популяризирането на принципите и дейностите на Българската платформа за международно развитие за преодоляване на слабото развитие и утвърждаването на демократичните ценности в света.

София, декември 2020

Въведение

13 години след присъединяването на България към Европейския съюз и формалното поемане на ангажимент за участие в европейската политика за развитие, българската общественост все още не е добре запозната с тази важна част от българската външна политика. Макар че през всички тези години тази политика се провежда и българската официална помощ за развитие постепенно се увеличава, темата остава непозната.

Причината за това е в известна степен заради това, че говоренето по темата не носи в краткосрочен план дивиденди нито на политици, нито на медии. Политиците срамежливо крият фактите около провежданата политика за развитие, освен когато търсят лично самоутвърждаване пред големи международни форуми. В медиите липсват достатъчно по обем и обхват международни новини, които да дават на аудиторията по-точна представа за света. Редовно се появяват само съобщения за това, по кои показатели отново сме на последно място сред страните в Европейския съюз, в резултат от което „българите не са доволни от факта, че са по-заможни от кажи-речи 6/7 от останалото човечество“¹.

Можем да добавим, че комуникационното пространство за действие на неправителствените организации е ограничено до собствените интернет страници и до обществената програма на БНР, а образователната система все още залага повече на патриотичното възпитание, по-малко на образование за развитие или на глобално образование. Няколкото важни национални и международни документи, които бяха отхвърлени от обществеността през последните години, показват доминиране на консервативен публичен дискурс в България.

В такава среда БПМР се стреми да влияе от една страна върху качеството на политиката за развитие и по-точно върху ефективността на предоставяната помощ за развитие и от друга страна да подтиква българските граждани да участват, приемат и съдействат за ефективното осъществяване на българската политика за международно развитие; да ги прави солидарни с проблемите на хората, живеещи в по-бедни държави с по-лоши климатични условия, без защитени основни права.

Налице е ясна необходимост за по-добре съгласуван, отворен, двустранен и приобщаващ подход на комуникация, който да изгради връзката между гражданите и институциите на България и на Европейския съюз по повод необходимостта и ползите от поддържането на ефективно международно сътрудничество за развитие.

Благоприятен фактор за подобряване на работата на БПМР в областта на комуникация за развитие е записаното в Средносрочната програма на Р България за помощ за развитие и хуманитарна помощ за периода 2020-2024 г., че „за постигане на по-голяма ефективност на официалната помощ за развитие (ОПР), България се нуждае от активизиране участието на неправителствения сектор и бизнеса в дейностите по помощ за развитие, в съответствие с водещите световни добри практики. За тази цел е необходимо адаптиране на националната нормативна уредба, така че да насърчава участието на българския бизнес и на българските юридически лица с нестопанска цел“.

¹ Смилов, Даниел. Колко беден е българинът. DW. 14.06.2019.

В този контекст БПМР разработва нова комуникационна стратегия 2020-2024 съответстваща на предвидените в Средносрочна програма на Република България (2020-2024), комуникационни дейности:

- организирането и провеждането на формални и неформални срещи със заинтересованите страни, институционалните партньори и гражданския сектор, представителите на бизнеса, лидерите на общественото мнение; академичната общност; медиите;
- организирането и провеждането на публични събития и кръгли маси с по-широк обхват на участници;
- комуникиране на посланията на Българската помощ за развитие към институционалните партньори и заинтересованите страни, имащи отношение към международното сътрудничество за развитие;
- сътрудничество с мрежата на гражданския сектор/НПО и бизнеса за формулиране и популяризиране на основните цели и послания;
- активното включване на медиите в процеса на комуникиране и поставянето на основните въпроси на политиката за развитие в дневния им ред;
- използване на Глобалното образование като комуникационен инструмент за социална промяна и промяна на нагласите;
- получаване на обратна връзка от преките участници в международни проекти за развитие, финансирани със средства на ОПР на България, обработване и анализиране на информацията за по-ефективно използване на помощта за развитие в приоритетните за България региони и сектори;
- изготвяне и поддържане на профил на Българската помощ за развитие на сайта на Министерство на външните работи и споделяне на информация посредством социални мрежи и други съвременни форми за връзки с обществеността².

За да се осигури по-голяма съгласуваност на комуникационните дейности, БПМР ще засили връзките си с партньорите на европейско и на национално равнище. Осъществяването на комуникационната стратегия ще бъде споделена отговорност с участието на всички членове на Платформата.

Членовете на БПМР играят основна роля в комуникационната стратегия за развитие. Те отговарят за предоставянето на информация и изказвания, отразяващи специфичната гледна точка на тяхната специализация.

2. Обхват на комуникационните действия

За успешно формулиране и комуникиране на стратегическите цели на БПМР е нужно да се направи предварително разлика между комуникация за международно сътрудничество за развитие и комуникация за развитие.

Смисълът на първия тип комуникационно действие е да убедиш публиката, че провеждането на политика за развитие и предоставянето на Официална помощ за развитие /ОПР/ е важна част от външната политика на страната ни, която ѝ носи авторитет, политически и икономически ползи. Задачата е да се идентифицират ясно целеви групи, потребности, сфери на въздействие и инструменти на комуникацията, чрез които да се въздейства за промяна на отношението на публиките към факта, че

² Пак там

България предоставя помощ за развитие на по-слабо развити държави. Относително по-лесно ще е да се комуникира хуманитарната помощ, в този случай е полезно да се комуникира по-скоро за стимулиране на доброволчество в помощ на засегнатите.

Смисълът на второто комуникационно действие, т.е. комуникация за развитие, е по-различен. В този случай става дума за комуникация с цел промяна на ценности, на поведение, на модернизирани общности, т.е. на всичко, което е необходимо да се постига икономически растеж и благоденствие при защитени права на човека. Основна цел на такава комуникация е да се постигне социална промяна, т.е. да се ускори трансформацията на една страна и на хората в нея от бедност към динамично състояние на икономически растеж, към по-голямо социално равенство и по-широко използване на човешкия потенциал.

В комуникационната стратегия на БПМР е важно да се разгърнат идеи и конкретни дейности, съчетаващи инструменти, които ще дефинираме най-напред като комуникация за развитие, след това като комуникация за международно сътрудничество за развитие /или комуникация за глобално партньорство за развитие/.

Комуникация за развитие

Концепцията „комуникация за развитие“ се разработва и прилага за целите на преодоляване на слабото развитие в големи части на света. В нея се открива двупосочна връзка между комуникация и развитие. Развитието се дефинира като усилие за преодоляване на слабото развитие и на бедността по света. Свързва се най-често с проблемите на по-слабо развитите държави, изживяващи трудности при участието си в международното разделение на труда, в международната търговия, в защитата на правата на човека и основните му свободи. Комуникацията може да помогне да се осъществи процес на развитие и на социална промяна, но самата комуникация, свободният обмен на идеи, защитеното право на комуникация, не може да се реализира, ако не се постигне напредък в човешкото развитие. Комуникацията е част от процеса на развитието като процес на защита на правата на човека.

Според дефиницията на УНИЦЕФ „Комуникация за развитие (C4D) е нещо повече от предоставянето на информация. Тя включва разбиране на хората, на техните вярвания и ценности, на социалните и културните норми, които очертават живота им. Тя включва ангажиране на общностите и изслушване на възрастните и децата, как те идентифицират проблемите, предлагат решения и предприемат действия. Комуникацията за развитие се разглежда като двупосочен процес за споделяне на идеи и знания, като се използват разнообразни комуникационни инструменти и подходи, които овластяват индивидите и общностите да предприемат действия, за да подобрят живота си”³.

В разработваната от БПМР комуникационна стратегия се налага да предвидим действия от типа комуникация за развитие, защото българското общество все още е в процес на социална трансформация и мисията на много от членуващите в БПМР организации е да подпомага тази промяна чрез дейности в сферата на образованието или на здравеопазването, както и в грижата за децата и децата в риск. Това предполага в комуникационната стратегия да залегнат мерки, които са предназначени да овластяват индивидите и общностите да предприемат действия, за да подобрят живота им.

³ Communication for development. < <http://www.unicef.org/cbsc/>>

Могат да се използват дефинираните от организациите в системата на ООН четири основни „направления“ в рамките на концепцията Комуникация за развитие (C4D), които в практиките обикновено се преплитат:

- (а) комуникация за промяна на поведението;
- (б) комуникация за социална промяна;
- (в) комуникация за застъпничество;
- (г) укрепване на благоприятна медийна и комуникационна среда.

Комуникацията за промяна на поведението е „интерактивен процес за разработване на послания и подходи, като се използва комбинация от комуникационни канали с цел насърчаване и поддържане на положителни и подходящи поведения“. В този вид комуникация се използват по-всеобхватни комуникационни стратегии, включително мобилизация на общността, консултации и интервенции в социалните мрежи, за да се промени поведението. Признавайки, че индивидуалното поведение се оформя от социални, културни, икономически и политически контексти, тези стратегии могат да включват обучение на връстници, социален маркетинг, развлекателно обучение, защита на обществената политика и медиите, лично и общностно овластяване и връзки с обществеността.

Комуникацията за социална промяна поставя акцент върху диалога и въвличането на хората в участие паралелно с усилия за овластяване. Важна е хоризонталната комуникация, ролята на хората като агенти на промяната, нуждата от умения за водене на преговори и поддържане на партньорства. Чрез публичен и частен диалог всички членове на гражданското общество – жени, мъже и деца, дефинират кои са те, какво желаят, от какво се нуждаят и какво трябва да бъде променено, за да имат по-добър живот. Комуникацията за социална промяна се ръководи от принципи за толерантност, самоопределение, равнопоставеност, социална справедливост и активно участие.

Комуникацията за застъпничество включва организирани действия, насочени към оказване на влияние върху политическия климат, политическите и програмните решения, възприемането на социалните норми, решенията за финансиране и подкрепа на общността и овластяването по конкретни въпроси. Това е средство за търсене на промяна в управлението, отношенията на властта, социалните отношения, нагласите и дори институционалното функциониране.

Укрепване на благоприятна медийна и комуникационна среда: Подобряването на медийната и комуникационната среда е подход, който цели усилване на капацитета за комуникация, за да има свободни и независими медии, широк достъп до различни канали за комуникация, включително общностни медии, недискриминиращи регулативни практики в радиоразпръскването и свобода на словото за всички групи хора.

Комуникация за международно сътрудничество за развитие

Този тип комуникация може да се дефинира като убеждаваща комуникация в името на обществения интерес. Тя оформя пространство за създаване и обмен на идеи и мнения между граждани, държавни служители, политически институции, бизнес и медии.

В изследване за комуникацията за международно развитие в страни, определяни като „нови донори“ или като участници в международно сътрудничество за развитие Юг-Юг се препоръчва основното послание в комуникационното действие да се извлича от контекста в различните страни, за да бъде ефективно.

Проучването предлага пет ключови подхода за разработване на вътрешна комуникационна стратегия за сътрудничество за развитие:

- а) Бъдете ясни за целите.
- б) Разберете публиката.
- в) Подкрепете ориентирането на публиките към външната среда и глобалните предизвикателства
- г) Насочете добре комуникацията.
- д) Наблюдение и контрол

Бъдете ясни за целите: От решаващо значение е да бъдем наясно каква е обосновката за комуникацията. Дали е важно да се генерира дебат, за да се подобри ефективността на сътрудничеството за развитие? Дали да се легитимират публичните разходи, които според правителството са стратегически важни? Или става дума за по-активно участие на публиките в решаване на предизвикателствата за глобално развитие?

Разберете публиката: Успешната комуникация достига своите публики. За целта комуникаторите трябва да разбират обществените възприятия и нагласи и как те са възникнали. За тази цел е нужно както количествено събиране на данни (с проучвания), така и качествени методи на анализ.

Подкрепете ориентирането на публиките към външната среда и глобалните предизвикателства: Важно е да се създаде нагласа за сътрудничество, солидарност, отговорност към хората извън националните граници. Образованието за развитие и глобалното образование може да бъде полезно при генерирането на по-широко разбиране на обосновката за сътрудничество за развитие.

Насочете добре комуникацията: Посланието и комуникационните канали трябва да са избрани според целевата аудитория.

Наблюдение и контрол: Важно е редовно да се оценява ефективността на комуникационна стратегия според критериите за успех и при необходимост да се приспособява към настъпващи промени.

3. Стратегически цели на Комуникацията за развитие в България

1. ***Повишаване на обществената информираност*** – действията са насочени към разпространяване на информация с акцент върху правата, социалната роля на пола, развиване на умения за разкриване на причините за бедността, повишаване на икономическата и финансова грамотност.

2. **Гражданско образование** - обучение по проблемите на социалната промяна и развитието като модернизационен процес, насочен към придобиване на когнитивни умения и съвременни ценностни нагласи.

3. **Изследвания в областта на бедността и неравенството** – това е основен елемент от трансформационния модел, осигуряващ задълбочен анализ по проблемите на развитието и даващ тласък за много проектни предложения.

4. **Социално действие** –като най-крайната форма на публично участие, социалното действие дава възможност на гражданите да станат основни актьори в борбата срещу бедността и за насърчаването на човешкото развитие. Стимулира се публичното участие в политическата промяна и в трансформацията на социалните, икономическите и/или политическите структури.

Целеви групи на Комуникация за развитие:

- Млади хора
- Деца, в т.ч. деца в риск
- Групи в неравностойно положение;
- Лидери на мнение (напр. здравни, трудови, младежки и образователни медиатори);
- Медии – регионални и национални, общностни медии;
- Неправителствени организации и неформални групи;
- Държавна администрация и институции
- Академична общност;
- Частен сектор
- Учители и образователни институции

	Стратегическа цел	Целева група	Дейност
1.	Повишаване на обществената информираност	Млади хора, лидери на мнение, общностни медии, НПО	Кампании за закрила правата на човека, събития относно медийна грамотност, икономическа и финансова информираност
2.	Гражданско образование	Деца, включително деца в риск, НПО,	Образование по права на човека, интеркултурно образование, образование за устойчиво развитие, превенция на ранно отпадане от училище
3.	Изследвания в областта на бедността и неравенството	НПО, академична общност, държавни институции	Публикуване на данни за равнище на бедност, на отпадане от училище и др., анализи и отчети за устойчив растеж

4. Социално действие	Отговорни бизнес организации, НПО, млади хора, лидери на мнение	Работа на терен с целеви групи, контрол върху институции, мониторинг и оценка на стратегически документи в областта на образованието, здравеопазването и социалните програми.
----------------------	---	---

4. Стратегически цели на Комуникацията за международно сътрудничество за развитие (МСР) на БПМР

1. *Застъпничество за благоприятна за МСР нормативна база* - Идентифициране и комуникиране на нужните закони и практики в България, които да бъдат променени или въведени, за да се постига по-голяма ефективност на предоставяните публични средства като ОПР и хуманитарна помощ

2. *Преодоляване на негативни нагласи* - целенасочени действия за разясняване и приемане от обществото на изпълняваната от България политика за развитие и хуманитарна помощ чрез повишаване на обществената информираност относно заплахите за националните ни интереси, идващи от растящо неравенство, климатични промени и бедност в света.

3. *Повишена чувствителност и компетентности* - целенасочени действия, особено сред подрастващите към проблемите на по-слабо развитите държави за по-голяма възприемчивост на динамиките и предизвикателствата в съвременния свят и на идеи и дейности за солидарност.

4. *Насърчаване на целенасочени академични публикации и дискусии* - стимулиране интереса на академичните кръгове към разработване и публикуване на анализи и изследвания в областта на международното сътрудничество за развитие, с фокус върху приоритетните за ЕС и за България и получателите на официална помощ за развитие.

Целеви групи на Комуникация за международно сътрудничество за развитие

- Държавни институции
- НПО и неформални групи
- Образователни институции
- Учители
- Университетски преподаватели
- Журналисти и ръководители на медии
- Частен сектор

	Стратегическа цел	Целева група	Дейност
1.	Застъпничество за благоприятна за МСР нормат. база	Държавни институции, журналисти и ръководители на медии	Конференции, кръгли маси, обучителни семинари, декларации по спорни теми,
2.	Преодоляване на негативни нагласи	НПО, образователни институции, учители, универс. преподаватели,	Сътрудничество с МВнР за формулиране и популяризиране на основните цели и послания на

	журналисти и ръководители на медии	българската политика за МСР, информационни кампании, медийни публикации, сътрудничество с МОН за формулиране на учебно съдържание, представящо същността и целите на МСР и ОНР, срещи с бежанци за представяне на техните проблеми и преодоляване негативното отношение към тях, представяне на успешни практики и проекти.
3. Повишена чувствителност и компетентности	НПО, образователни институции, бизнес организации, журналисти и ръководители на медии	Глобално образование, екологични инициативи, партньорства между образователни институции
3. Повишена чувствителност и компетентности	НПО, образователни институции, бизнес организации, журналисти и ръководители на медии	Глобално образование, екологични инициативи, партньорства между образователни институции

5. Прилагане

БПМР разработва комуникационната си стратегия, като формулира отделни стратегически цели, целеви групи и план за действие по двете концепции, за да помогне на организациите-членки да обвържат по-успешно дейностите си за социална промяна в страната (в подкрепа на усилията на обществото за повече благоденствие, достоен труд, по-малко бедност и неравенство) с координирани от БПМР дейности в подкрепа на регионално и глобално партньорство за развитие.

За целите на управлението на комуникационната стратегия секретариатът на БПМР ще подсили структурите за вътрешна координация, като се възползва също и от дейностите на организациите-членки. Ще се формира „Група от комуникатори“. За улесняването на координацията ще бъде разработен споделен комуникационен график.

Едновременно с разгръщането на комуникационната стратегия Секретариатът ще разработи вътрешен комуникационен план. Целта е да се подобрят вътрешните информационни потоци към, от и между членовете на БПМР, както и да се засили ангажиментът им да представляват Платформата. Вътрешният комуникационен план ще съответства на външния подход.

Във всички избрани програмни области БПМР ще включват също така следните дейности:

- Сътрудничество с цел обмен на информация и ресурси с МВНР и други ангажирани с темите на развитието структури;
- Мониторинг и анализ на поетите от държавните институции ангажименти за изпълнение на политиката за развитие/ЦУР/ГГО;

- Развитие на междусекторно сътрудничество;
- Разпространяване на информация за политиките за развитие/ЦУР/ГГО;
- Установяване на трайни партньорства с организации в други страни;
- Участие в международни инициативи и проекти за обмен на опит за работа в трети страни.

Предложен график

- Приемане на комуникационната стратегия: до края на декември 2020 г.
- Изготвяне и приемане на годишен комуникационен план за 2021 г.: до края на януари 2021
- Изготвяне и приемане на годишен комуникационен план за 2022 г.: декември 2021
- Изготвяне и приемане на годишен комуникационен план за 2023 г.: декември 2022
- Изготвяне и приемане на годишен комуникационен план за 2024 г.: декември 2023