

ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА НА 2011-2013 РР..

Нові тенденції у сфері IT-технологій, суспільного розвитку створюють нові можливості для інститутів громадянського суспільства бути більш активними гравцями та впливати на формування порядку денного. Для цього ІГС мають стати більш помітними, ефективно комунікувати свої досягнення та приймати ефективні свідомі рішення. І все ці компоненти тісно пов'язані з розвитком комунікаційної інфраструктури громадського сектору.

Одна з ключових проблем, яка стоїть на заваді ефективного впливу ІГС на процеси трансформації України у європейському напрямку, є слабкість комунікаційної інфраструктури громадянського суспільства, що включала б у себе: професійні і привабливі новинні, аналітичні ресурси, продукти та сервіси, канали міжсекторної комунікації, систему інституційної пам'яті та базу знань громадянського суспільства.

Разом з тим, прототип комунікаційної інфраструктури громадянського суспільства вже існує сьогодні у вигляді хаотичної сукупності інформаційних ресурсних порталів, комунікаційних майданчиків, груп у соціальних мережах, які динамічно розвиваються та виконують важливу функцію – створення доступу до суспільно корисної інформації. Представники ІГС часто не знають і не вміють використовувати ту інфраструктуру, яка вже є у наявності, що впливає на помітність ІГС, ефективність їх взаємодії з іншими секторами.

Для того, щоб наблизитись до розуміння, в якому стані перебуває комунікаційна складова інфраструктури громадянського суспільства, Ресурсний центр ГУРТ за підтримки Міжнародного фонду «Відродження» розпочав реалізацію проекту «Розвиваючи інфраструктуру громадянського суспільства: комунікаційний компонент».

28 квітня у конференц-залі Міжнародного фонду «Відродження» відбувся круглий стіл-презентація результатів дослідження комунікаційної інфраструктури. Дослідження є частиною програмної діяльності ГУРТа, спрямованої на пошук більш ефективних шляхів як для власного розвитку так і для ключових гравців, які формують та розвивають громадський сектор.

Ґрунтуючись на результатах дослідження , представники інфраструктурних організацій, аналітичних центрів, донорських організацій шукали відповіді на питання, які можуть вплинути на подальший вектор розвитку комунікаційної інфраструктури громадського сектору України:

- **Створюємо нове чи підтримуємо те, що вже існує?** У що і в які сфери варто інвестувати ресурси, щоб зробити досягнення існуючих інтернет-ресурсів громадського сектору більш помітними та зрозумілими для широкої аудиторії?
- **Яким має бути формат взаємодії основних гравців,** які розвивають інфраструктуру громадського сектору, на ринку інформаційних послуг: кооперація, конкуренція, автономне існування?
- **Які складові успішної моделі** функціонування громадського інтернет-ресурсу, щоб він був незалежним, життєздатним та надавав якісні послуги своїй цільовій аудиторії?

Одна з стратегічних цілей ГУРТа на 2011-2013 рр.. – стати комунікаційним майданчиком для лідерів різних сегментів громадського сектору з метою обговорення суспільно важливих та наскрізних тем.

Команда ГУРТа щиро вдячна Міжнародному фонду «Відродження», усім експертам, які знайшли час та взяли участь у дослідженні, поділились своїми знаннями, учасникам круглого столу за цінні думки, рефлексії та відкриті питання, які вже стали основою для програмних рішень ГУРТа.

Інфраструктурні інтернет-ресурси

- В середовищі інститутів громадянського суспільства відбуваються профілювання та нішевізація ОГС, відповідно, інтернет-ресурси підлаштовуються під нові потреби аудиторії. Виникатимуть нові послуги, продукти, сервіси, профільні інтернет-ресурси. Зворотній зв'язок з аудиторією, включення її активних представників до створення нових продуктів, послуг, сервісів – ключ до успішності таких ресурсів
- У зв'язку з появою нових технологій, технічних рішень, адміністрування та системне наповнення контентом інформаційних інтернет-ресурсів вимагатиме значних фінансових і людських ресурсів, відповідно, потребуватиме значних інвестицій. Фінансування інформаційних інтернет-ресурсів за рахунок пожертв користувачів може покривати частину витрат, які підуть на підтримку інформаційного інтернет-ресурсів, але їх буде недостатньо для інвестування у розробку і просування нових продуктів та послуг
- Інформаційні активи існуючих інфраструктурних ресурсів не оцінені належним чином, що часто призводить до програмної та проектної рекурсивності (повторюваності) у діяльності інститутів громадянського суспільства, відповідно - відсутності інституційної пам'яті для сектору загалом
- Завдяки появі соціальних сервісів та появі культури користування соціальними сервісами серед діячів громадського сектору, відбудеться зміщення в інформаційних потребах – від пасивного інформування до проактивної комунікації. Це призведе до появи численних вузькопрофільних, локальних, регіональних комунікаційних майданчиків. Один з ключових ризиків, пов'язаних з цією тенденцією – інформаційна дифузія та розпорошеність знань, а відповідно – неможливість реплікації цих знань в інших сегментах та структурах громадського сектору
- Життєздатність інфраструктурних інтернет-проектів/ресурсів залежатиме не лише від наявності стратегічного бачення, але й від спроможності гнучко реагувати на зміну кон'юнктури та потреб спільноти/аудиторії
- В умовах підвищення конкуренції серед ОГС за ресурси та людей, зростатимуть витрати на створення якісного, як правило мультимедійного контенту та просування з метою залучення нових аудиторій
- Інформаційні потреби громадського сектору задовольняють як громадські, так і комерційні інтернет-ресурси. Для того, щоб залишатись на ринку та надавати якісні інформаційні послуги, інфраструктурні інтернет-проекти мають бути спроможні конкурувати з великими комерційними проектами або пропонувати унікальні послуги для своєї цільової аудиторії. Цілком ймовірним у далекій перспективі є поява професійних виробників громадського контенту, які об'єднуюватимуть медійників та структур громадянського суспільства (наприклад, новинні громадські кооперативи).

Споживачі

- В умовах конкуренції за специфічні ресурси, окремі споживачі інформаційних послуг можуть підтримувати унікальні інтернет-ресурси, однак цих ресурсів буде недостатньо для їх повноцінного функціонування
- Споживачі залишаються задоволеними якістю наявних послуг. В той самий час експерти звертають увагу на те, що контент, який продукується ОГС, є низької якості, відповідно зростає ризик прийняття хибних рішень. Експерти вважають, що результатом створення неякісного контенту організаціями громадянського суспільства є несистемна співпраця зі ЗМІ, що призводить до фактичної їх відсутності в очах широких верств населення
- Ідеологія сучасних інтернет-ресурсів передбачає активну участь користувача у генеруванні контенту, однак відносно низька частка інтернет-користувачів вбачають важливість у створенні та поширенні інформації про себе та свою організацію самостійно.

Донори

- Донори й надалі забезпечуватимуть ліквідність інформаційного ринку в громадському середовищі. Для того, щоб бути ефективним інструментом інформування та комунікації, інтернет-ресурси (в тому числі інфраструктурні), потребуватимуть фінансової підтримки від донорських організацій
- Інституційна підтримка вже існуючих інформаційних спільнотних інтернет-ресурсів (які мають реальну аудиторію) чи створення проектів на їхній базі може бути вигіднішим для забезпечення більшої життєздатності цих ресурсів в майбутньому, ніж інвестування в створення та просування нових спеціалізованих інтернет-ресурсів
- Задля збільшення помітності досягнень грантерів серед широкої аудиторії донорські організації мають обирати, чи інвестувати в розвиток комунікаційного потенціалу організацій-грантерів, чи передбачати в бюджетах проектів оплату інформаційного аутсорсу (функція інформування зовнішніми структурами)
- Все більшої актуальності набуватиме тема діяльності донорських організацій, механізми прийняття рішень, зворотній зв'язок з донорами, що стимулюватиме донорів до більш відкритої комунікації з ОГС.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Інформаційним та ресурсним порталам громадянського суспільства

- Інформаційні портали повинні створювати, в першу чергу, аналітику, висвітлювати стан розвитку громадянського суспільства, процеси, які відбуваються, тенденції, напрямки, в якому найкраще рухатися
- Потрібно розширювати знання про інструменти ефективної комунікації: навчати людей, які б хотіли професійно займатися PR третього сектору, а також давати керівникам і проектним лідерам базові знання щодо комунікації, адже перша особа організації – найкращий PR-ник
- Необхідно створювати кооперації спеціалістів комунікації громадського сектору не лише у режимі он-лайн, а й – офф-лайн, залучаючи до цього фахівців з інших, суміжних сфер
- Налагодити системну співпрацю з працівниками ЗМІ: важливо дати зрозуміти журналістам, що для них громадські організації – джерело інформації, експертизи тощо
- Потрібно стимулювати громадські організації більш активно та професійно висвітлювати свою діяльність та бути відкритими
- Ініціювати та впроваджувати стандарти якісного контенту, стимулювати ІГС до підвищення власних компетенцій у створенні власних новин

Інститутам громадянського суспільства

- розвивати філантропію – хороший стимул для того, щоби повідомляти громадянам про власне існування діяльність
- розробляти ефективні механізми навчання самоорганізації, етики, внутрішніх вимог діяльності ІГС
- максимально конкретизувати та наближувати інформаційне висвітлення діяльності ІГС, їхніх проектів до стандартів медіа-поля. Інформуючи про себе, ІГС мала б включати обов'язкове висвітлення таких питань, ЯК, ЩО САМЕ прагне змінити, ЩО для цього РОБИТЕ, ЯК і НАВІЩО
- нові медіа мають велике значення і відмова від них – велика помилка. Будь-які проекти, які створюються, мають бути максимально інтегровані як між собою так і з новими медіа, наприклад з платформою Facebook.

1. **Айдер Сеїтосманов**, Заступник міжнародного координатора ПРИК ООН
2. **Алла Прунь**, Виконавчий директор порталу “Громадський простір”
3. **Анатолій Марущак**, Молодіжний ресурсний центр України, ВГО УНФР
4. **Андрій Кулаков**, Директор з програмної діяльності Інтерньюз-Україна
5. **Важа Саламадзе**, Директор Civil Society Institute
6. **Валерій Олійник**, Керівник проекту «Розвиток громадянського суспільства»
7. **Василина Дибайло**, Директор Партнерства «Кожній дитині» в Україні
8. **Василь Полуйко**, Президент Західноукраїнського ресурсного центру
9. **Володимир Купрій**, Виконавчий директор Творчого центру ТЦК
10. **Володимир Шейгус**, Виконавчий директор ІСАР «Єднання»
11. **Дарина Непочатова**, Менеджер проектів Українського форуму благодійників
12. **Денис Ткаченко**, Шеф-редактор новинного порталу «ngo.donetsk.ua»
13. **Євген Шульга**, Експерт Центру Разумкова
14. **Курагіна Євгенія**, Менеджер проектів МБФ «Набат»
15. **Любов Єремичева**, Редактор Порталу «Громадський Простір»
16. **Людмила Ямщикова**, Член адмінгрупи сайту «Майдан»
17. **Максим Лациба**, Керівник програм УНЦПД
18. **Марина Говорухіна**, PR-менеджер Української Гельсінської спілки з прав людини
19. **Марічка Артиш**, Координатор міжнародних обмінів ПЛАСТу
20. **Надія Пеліванова**, експерт Національного інституту стратегічних досліджень
21. **Наталія Бородачова**, Всеукраїнська федерація споживачів «ПУЛЬС»
22. **Наталя Бордун**, Директор Інституту лідерства та управління Українського Католицького Університету
23. **Оксана Якуніна**, Творче об'єднання "ТОРО"
24. **Олег Пастухов**, Помічник прес-аташе Фонд розвитку українських ЗМІ
25. **Олена Кутовенко**, PhD програма «Масові комунікації», НАУКМА
26. **Ольга Свириденко**, PH International
27. **Руслан Краплич**, Директор проектів Антикризової гуманітарної програми фонду “Відродження”
28. **Світлана Супрун**, Консультант фонду імені Чарльза Стюарта Мотта
29. **Сергій Богданенко**, ВГО «Інститут Політичної Освіти»
30. **Сергій Сакадинський**, Шеф-редактор порталу “Східна Україна”
31. **Сергій Сухобойченко**, Експерт з розвитку громад
32. **Станіслав Лячинський**, Директор з стратегічних комунікацій та зв'язків з громадськістю Міжнародного фонду “Відродження”
33. **Тетяна Пінська**, Регіональний менеджер Проекту ЄС «Права жінок та дітей в Україні – комунікаційний компонент»

Процес розробки та впровадження стратегії розвитку комунікаційної інфраструктури громадського сектору залежить у першу чергу від позиції та активності основних гравців – інфраструктурних ОГС, донорів, які забезпечують ліквідність ринку, лідерів ОГС та безпосередньо користувачів інформаційних та комунікаційних послуг та продуктів, необхідних для прийняття важливих рішень

Рекомендації вже стали частиною Стратегії розвитку комунікаційної інфраструктури громадського сектору на 2011-2013 рр.. для Ресурсного центру ГУРТ. Висновки і рекомендації експертів вже стали основою для прийняття Положення про розміщення контенту на порталі www.gurt.org.ua. Зацікавлені сторони можуть взяти участь у створенні тематичних робочих груп для реального втілення запропонованих рекомендацій.

У разі виникнення додаткових запитань, пропозицій, коментарів – звертайтеся, будь ласка, до Тараса Тимчука, Директора напрямку «Суспільна інформація» Ресурсного центру ГУРТ tymchuk@gurt.org.ua