



Эффективное взаимодействие: укрепление отношений с местными сообществами и другими стейкхолдерами
(Effective Engagement: building relationships with community and other stakeholders)

Книга 3: Инструментарий взаимодействия

(Book 3: engagement toolkit)

[Выдержка]

Штат Виктория (Австралия), Департамент устойчивого развития и охраны окружающей среды. 2005
(State of Victoria, Department of Sustainability and Environment 2005)

Photovoice («Фотоголос»)

Описание:

Фотоголос (Photovoice) – это процесс сбора информации и отображения проблем/задач, требующих решения, с помощью фотографий.

Фотоголос преследует три основные цели:

1. Содействовать тому, чтобы люди фиксировали и обсуждали сильные и нежелательные моменты в жизни своего сообщества.
2. Стимулировать развитие критического диалога и распространение знаний об индивидуальных и общих задачах, требующих решения, посредством обсуждения фотографий в больших и малых группах.
3. Привлечь внимание участников нормотворческого процесса.

Фотоголос – чрезвычайно гибкий инструмент, который можно легко адаптировать к некоторым видам деятельности, требующим участия стейкхолдеров (таким как оценка потребностей, картирование активов, проведение оценки), а также к местной проблематике, особенностям различных групп населения и сообществ, и к специфике отдельных социально-экономических программ и политик.

Задачи:

Фотоголос стремится обогатить процесс взаимодействия со стейкхолдерами визуальными элементами, и может поспособствовать вовлечению населения в планирование и разработку местной политики.

Результаты:

Фотоголос формирует убедительные доказательства, основанные на визуальных аспектах проблемы или предлагаемой идеи (например, фотографии разрушенного побережья – «до» и «после»), а также позволяет наглядно фиксировать поступление предложений и процессы принятия решений.

Практическая польза/сильные стороны:

- Генерирует наглядные доказательства существующих в сообществе проблем (одна фотография лучше тысячи слов).
- Предлагает альтернативные средства воздействия, способные привлечь людей, которые воспринимают визуальную информацию лучше, чем печатную.
- Позволяет получать подробную информацию от отдельных участников.
- Воссоздает полноценную «картину» проблемы или территории, которая может послужить основой для определения критериев и параметров предполагаемых изменений или эффектов.
- Фотоматериалы удобны для использования в медийных целях (печатные издания/телевидение/интерактивные аудиовизуальные технологии).

Что нужно знать/слабые стороны:

- Возможны высокие затраты (например, они могут зависеть от стоимости камер одноразового использования, проявки/печати фотографий и т.п.).
- Для координации действий участников необходимо привлекать персонал.
- Если фотографии выполнены в виде больших плакатов/стендов, то их трудно хранить и оберегать от повреждений (специально для хранения/распространения могут потребоваться дополнительные копии).

Необходимые ресурсы:

Подготовлено АНО «Эволюция и Филантропия» в рамках проекта «Слушай с пользой!», которые реализуется при поддержке Комитета общественных связей и молодежной политики города Москвы и с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов. Поддержку проекта также осуществляет Фонд Тимченко.

- Фотокамеры одноразового использования
- Паблицити (информация в открытом доступе)
- Аренда площадок для мероприятий
- Снабжение и обслуживание мероприятий
- Персонал
- Модератор/фасилитатор
- Экспертная поддержка
- Ведение протоколов
- Программы для электронного распространения информации
- Аудио- и видео-записи и изготовление копий
- Проекторы
- Видеопроекторы
- Видеоаппаратура
- Слайд-проектор
- Проекционный экран
- Канцтовары для работы в группах (ручки, бумага, булавки и т.д.)
- Мебель
- Соблюдение законодательства в сфере защиты детства

Можно использовать для:

- Взаимодействия с населением
- Выявления актуальных проблем местного сообщества
- Развития компетенций местного сообщества
- Разработки плана действий
- Трансляции информации об актуальной проблеме
- Создания альянсов, достижения консенсуса

Количество людей, необходимых для организационной поддержки:

- Среднее (2–12 чел.)
- Индивидуальная помощь

Размер аудитории:

- Значительный (> 30)

Продолжительность:

- Короткий срок (< 6 недель)

Уровень навыков/необходимая поддержка:

- Высокий (профессиональные навыки)

Стоимость:

- Средняя (от 1 000 до 10 000 австралийских долларов)
- Низкая (< AUD\$ 1 000)

Степень вовлеченности:

- Высокая (стейкхолдеры участвуют в принятии решений)

Степень инновационности:

- Высокая (инновация)

Метод:

Этапы «фотоголоса» включают:

1. Концептуализацию проблемы.
2. Определение масштабных целей и задач.
3. Вовлечение участников нормотворческого процесса в качестве потребителей результатов/выводов Фотоголоса.
4. Тренинг для тренеров.
5. Проведение тренинга для участников Фотоголоса.
6. Проработка «стартовых» тем для фотосессий.
7. Проведение фотосессий.
8. Фасилитация групповых дискуссий.
9. Критический анализ и диалог.
10. Выбор фотографий для обсуждения.
11. Контекстуализация и подготовка историй.
12. Систематизация проблем/трудностей, тематических направлений и предположений.
13. Документирование историй.
14. Проведение формативной (формирующей) оценки.
15. Выход на участников нормотворческого процесса, доноров, СМИ, исследователей и других причастных субъектов.
16. Проведение оценки вовлеченности стейкхолдеров в процесс реализации программы или социально-экономической политики.

Ссылки:

- Wang, C, Yuan, YL, & Feng, ML (1996)
«Фотоголос как инструмент оценки участия стейкхолдеров: восприятие процесса и социального эффекта местным сообществом» (Photovoice as a tool for participatory evaluation: the community's view of process and impact), *Journal of contemporary health*, 4: 47-49
- Wates, N (1999) Справочник по планированию развития местных сообществ (The community planning handbook), Earthscan, Лондон
- <http://www.photovoice.com> [accessed 02/07/2005]