Информационная стратегия по предупреждению торговли людьми для Программы Кабинета Министров Кыргызской Республики по борьбе с торговлей людьми в Кыргызской Республике на 2022-2025 годы и Плана мероприятий по ее реализации

Январь 2023 г.

Данный документ подготовлен для рассмотрения Министерством труда, социального обеспечения и миграции Кыргызской Республики.

Документ подготовлен проектом USAID «Безопасная миграция в Центральной Азии», реализуемым Winrock International

СОДЕРЖАНИЕ

СОКРАЩЕНИЯ стр. 3

ВВЕДЕНИЕ стр. 4

РЕЗЮМЕ стр. 4

КОНТЕКСТ стр. 5

ЦЕЛИ стр. 10

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ стр. 10

КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ стр. 13

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ стр. 17

# СОКРАЩЕНИЯ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ПБТЛ |  | Программа Кабинета Министров Кыргызской Республики по борьбе с торговлей людьми в Кыргызской Республике; |
| Стратегия |  | Информационная стратегия по предупреждению торговли людьми; |
| ОГО | – | Организация гражданского общества; |
| ИМР | – | Институт мира и развития; |
| МТСОМ | – | Министерство труда, социального обеспечения и миграции Кыргызской Республики; |
| НПО | – | Неправительственная организация; |
| НМП | – | Национальный механизм перенаправления; |
| СМИКА | – | Проект «Безопасная миграция в Центральной Азии»; |
| СОП | – | Стандартная операционная процедура; |
| ТЛ | – | Торговля людьми; |
| ТОТ | – | Тренинг для обучения тренеров; |
| ЮСАИД | – | Агентство США по международному развитию. |

# Введение

Проект USAID “Безопасная миграция в Центральной Азии” (СМИКА) поддерживает Правительство Кыргызской Республики в его усилиях по борьбе с торговлей людьми (ТЛ) и помогает в укреплении взаимной подотчетности всех заинтересованных сторон, включая правительство, организации гражданского общества (ОГО) и частный сектор, чтобы они могли стать более самостоятельными в усилиях по предотвращению торговли людьми, защите жертв торговли людьми и в содействии безопасной миграции.

Постановлением Кабинета Министров Кыргызской Республики №227 от 15 апреля 2022 года была принята Программа Кабинета Министров Кыргызской Республики по борьбе с торговлей людьми в Кыргызской Республике на 2022-2025 годы (ПБТЛ) и План мероприятий по ее реализации (ПМ ПБТЛ).

В настоящем документе представлена Информационная стратегия по предупреждению торговли людьми (Стратегия), в которой содержится стратегия реализации мероприятий по повышению осведомленности граждан, указанных в вышеотмеченном Плане мероприятий.

Данная стратегия была разработана на основе консультаций и анализа соответствующих документов. Консультации проводились со следующими сторонами: специалисты по связям с общественностью из правительства Кыргызской Республики и Министерства труда, социального обеспечения и миграции Кыргызской Республики (МТСОМ), сотрудники проекта СМИКА; местный консультант по коммуникациям СМИКА и лидеры ОГО. Среди рассмотренных документов были: ПБТЛ, ПМ ПБТЛ; Доклад Государственного департамента Соединенных Штатов Америки о ТЛ за 2022 год; Исследование общественного мнения ЮСАИД в Кыргызской Республике, 2021 г.; Ситуационный анализ СМИКА за 2020 год; Базовое исследование по безопасной миграции и торговле людьми; и предварительный анализ и рекомендации специалиста по коммуникациям проекта СМИКА.

# Резюме

Кыргызская Республика является страной происхождения и транзита, и в меньшей степени страной назначения мигрантов. Но хотя безопасная миграция и противодействие ТЛ имеют решающее значение для Кыргызской Республики и его населения, общественное понимание этих вопросов ограничено. Это относится даже к лицам, пострадавшим от ТЛ лично.

Экономические последствия пандемии COVID-19 и конфликта в Украине усугубили трудности и уязвимость кыргызских трудовых мигрантов. Эти события произошли на фоне значительной реструктуризации правительства Кыргызской Республики. В частности, Государственная служба миграции была объединена с МТСОМ. В настоящее время МТСОМ работает над тем, чтобы интегрировать вопросы миграции и торговли людьми в свой и без того большой портфель.

15 апреля 2022 года Кабинет Министров Кыргызской Республики принял Программу по борьбе с торговлей людьми на 2022-2025 годы с Планом мероприятий по ее реализации, и МТСОМ будет играть в нем ведущую роль. При ограниченном количестве сотрудников, занимающихся работой со СМИ и общественностью, МТСОМ будет полагаться на другие государственные учреждения, сеть ОГО и партнеров из частного сектора. Этот подход может быть очень эффективным, если обмен сообщениями будет скоординирован и унифицирован. Предлагаемые мероприятия призваны помочь в реализации целей, обозначенных в ПБТЛ. Эффективные стратегические коммуникации требуют единой цели и эффективного обмена сообщениями. Однако достижение консенсуса в отношении обмена сообщениями и действий, а также обсуждение предстоящих возможностей также укрепляют отношения и устанавливают преимущество для координации на национальном уровне.

Осведомленность о ПБТЛ, в конечном счете, направлена на поддержку представителей общества, прямо или косвенно затронутых торговлей людьми и миграцией, в частности, жертв торговли людьми, репатриантов, мигрантов и уязвимых лиц. Наиболее эффективная стратегия предполагает участие различных заинтересованных сторон, включая правительство, поставщиков услуг, ОГО и других. Эти заинтересованные стороны будут использовать различные методы и каналы коммуникации, подходящие для их соответствующих групп населения и аудиторий. Координация, консенсус и сотрудничество улучшают коммуникацию и наращивают потенциал вовлеченных сторон.

**Отчет о торговле людьми**

В своем отчете о торговле людьми за 2022 год Государственный департамент Соединенных Штатов Америки сохранил за Кыргызской Республикой статус Уровня 2. Признавая усилия правительства по активизации усилий по борьбе с торговлей людьми, в отчете отмечается, что «Правительство Кыргызской Республики (или Кыргызстана) не полностью выполняет минимальные стандарты по искоренению торговли людьми, но прилагает для этого значительные усилия».

В отчете признаются усилия Кыргызской Республики в следующих областях: «выявление большего числа жертв, чем в предыдущий отчетный период; обновление Уголовного кодекса Кыргызской Республики, в соответствии с которым пострадавшие должны быть освобождены от уголовной ответственности за незначительные преступления, совершенные в качестве жертв торговли людьми; доработка и принятие стандартных операционных процедур (СОП) для большинства министерств, ответственных за внедрение национального механизма перенаправления (НМП); продолжающиеся усилия по репатриации десятков уязвимых кыргызских детей из потенциальных зон эксплуатации и вооруженных конфликтов в Ираке и Сирии; а также разработка и проведение тренингов по борьбе с торговлей людьми для сотрудников милиции и прокуратуры при поддержке международной организации».

В отчете по ТЛ указывается несколько областей, в которых правительству необходимо активизировать свои усилия. В нем также указывается, что деятельность по противодействию ТЛ в значительной степени осуществляется ОГО: «Власти в значительной степени полагались на международные организации для выявления жертв и предоставления услуг». В настоящее время международные и финансируемые из других источников организации являются наиболее активными в усилиях по информированию общественности о противодействии ТЛ.

Несмотря на то, что этот план разработан для МТСОМ, гражданское общество должно активно участвовать в продвижении ПБТЛ.

**Программа Кабинета Министров по борьбе с торговлей людьми**

Приоритеты ПБТЛ:

* Правовая регламентация основ государственной политики в сфере противодействия ТЛ, направленных на предупреждение, пресечение ТЛ, идентификацию и перенаправление жертв ТЛ в целях оказания им помощи и защиты;
* Предупреждение ТЛ;
* Пресечение и уголовное преследование виновных в торговле людьми;
* Предоставление защиты и помощи жертвам торговли людьми;
* Партнерство, сотрудничество и координация деятельности в сфере противодействия торговле людьми.

Правительство планирует реализовать следующие мероприятия, которые служат основой для этой стратегии:

1. совершенствование нормативной правовой базы в сфере противодействия торговле людьми, включая правовое обеспечение мер оказания помощи и защиты жертв торговли людьми в рамках национального механизма перенаправления;
2. предупреждение торговли людьми и принудительного труда посредством повышения осведомленности общественности по вопросам противодействия торговле людьми, снижения риска для социально-уязвимых групп, эффективности информационно-образовательной работы с различными группами населения, а также активизации профилактических мер в онлайн пространстве;
3. повышение эффективности мер по расследованию и уголовному преследованию, судебных процессов, связанных с торговлей людьми и принудительным трудом;
4. организация и развитие системы предоставления защиты и помощи жертвам торговли людьми путем интегрирования предоставления социальных услуг жертвам торговли людьми в систему гарантированной социальной помощи уязвимым категориям граждан;
5. развитие партнерства и международного сотрудничества в сфере противодействия торговле людьми.

Задача 2 прямо относится к информационной и разъяснительной деятельности, а сама ПБТЛ определяет следующие области для реализации:

* повышение качества и эффективности информационно-разъяснительной работы;
* повышение уровня осведомленности населения по вопросам противодействия торговле людьми, а также о правах жертв торговли людьми;
* информирование групп риска и уязвимых категорий населения по вопросам противодействия торговле людьми и принудительному труду;
* информирование представителей СМИ о стандартах освещения вопросов и проблем, связанных с торговлей людьми;

В то время как Задача 2 является областью, которая наиболее явно требует информационно-разъяснительной работы с общественностью, реализация других задач также требует эффективных коммуникаций. Улучшение обмена сообщениями между государственными органами и координация работы с общественностью также поможет при реализации других мероприятий. Например, предоставление социальных и других услуг жертвам ТЛ в рамках Задачи 4, может стать фокусом национальной кампании для повышения осведомленности общественности о предоставляемых услугах. Продвижение «телефонов доверия» и «горячих линий» может быть отдельной «автономной» кампанией или добавлено/вплетено в различные кампании и мероприятия. Предлагаемые ниже темы кампании, основные посылы и мероприятия по работе с населением могут и должны быть адаптированы к меняющимся событиям и политической обстановке.

**Министерство труда, социального обеспечения и миграции Кыргызской Республики**

МТСОМ возглавляет реализацию ПБТЛа. Усилия по повышению осведомленности о ПБТЛ обязательно будут опираться на гражданское общество и государственные органы. В штате МТСОМ имеется один пресс-секретарь, которому поручено продвижение деятельности всего министерства. Имея минимальный штат сотрудников, занимающихся работой со СМИ и общественностью, МТСОМ должно сотрудничать с существующими в стране ОГО, государственными учреждениями и партнерами из частного сектора (даже несмотря на то, что частный сектор не включен в ПБТЛ). Этот подход может быть очень эффективным, если обмен сообщениями будет скоординирован и унифицирован.

Предлагаемые мероприятия рассчитаны на многоплановость и обеспечивают многосторонние выгоды.

Эффективность стратегической коммуникации требует единства в обмене сообщениями, поэтому координация между заинтересованными сторонами имеет важное значение. Однако, важно признать, что процесс достижения консенсуса в отношении обмена сообщениями, планирования деятельности и рассмотрения предстоящих возможностей служит установлению сотрудничества и укреплению отношений между организациями, работающими над вопросами ПБТЛ Это хорошо не только для осведомленности о ПБТЛ, но и для ее реализации.

Для большей эффективности информационные мероприятия ПМ ПБТЛ должны подчеркивать сотрудничество между Правительством Кыргызской Республики и ОГО. Правительство Кыргызской Республики может извлечь выгоду из опыта, персонала и передовой практики неправительственного сектора в повышении осведомленности общественности о ходе реализации ПБТЛ под руководством правительства. Совместный подход также может укрепить имидж как правительства, так и ОГО. ОГО получают легитимность благодаря сотрудничеству с правительством, а правительство может продемонстрировать способность конструктивно и эффективно взаимодействовать с гражданским обществом. Кроме того, правительство может извлечь выгоду из того, что его активность в этом вопросе и взаимодействие с пострадавшим населением могут быть полезными.

Этот совместный подход является хорошим прецедентом. Сама ПБТЛ предусматривает вклад международных организаций и местных ОГО. Правительство создало межведомственные рабочие группы для внедрения Национального механизма перенаправления (НМП) и улучшения расследований дел, связанных с торговлей людьми. Оно работало с ОГО над разработкой учебных модулей по методам расследования преступлений и судебного преследования, юридической помощи, прав жертв ТЛ и миграции, а также над выпуском различных информационных материалов. Правительство также сотрудничало с ОГО, в частности провели кампании по информированию общественности, разработали материалы по ПТЛ для образовательных организаций и учреждений профессионального образования, а также провели кампании по повышению осведомленности о ПТЛ, включая кампанию «100 дней против торговли людьми», направленную на повышение осведомленности о рисках, связанных с торговлей людьми.

**Гражданское общество**

Кыргызская Республика гарантирует жертвам торговли людьми бесплатную медицинскую и юридическую помощь, социальную реабилитацию, в том числе психологическую, медицинскую, профессиональную реабилитацию, трудоустройство и жилье. Эта помощь в основном предоставляется ОГО при финансовой поддержке международных организаций и правительств иностранных государств. В Кыргызской Республике есть различные ОГО, работающие в сфере миграции и ПТЛ с широким географическим и демографическим охватом.

Данная Стратегия поощряет национальную координацию и единый обмен сообщениями, но препятствует строгому подходу «сверху вниз» к средствам массовой информации и информационной и разъяснительной деятельности. В целях эффективного взаимодействия ОГО по всей стране должны быть мобилизованы для участия в мероприятиях по повышению осведомленности о ПБТЛ, наиболее подходящих для их аудитории и заинтересованных сторон. В настоящем документе описывается указанная координация и обмен сообщениями, в то же время предоставляя ОГО возможность информировать свою конкретную аудиторию. Координация, а не диктат, позволяет региональным и местным ОГО адаптировать свою информационно-разъяснительную деятельность и укрепляет их потенциал.

**Текущее положение с общественной осведомленностью населения**

Вопросы безопасной миграция и ПТЛ имеют решающее значение для Кыргызской Республики и его населения, однако понимание этих вопросов в обществе ограничено. Это относится даже к тем, кто пострадал лично. В исследовании от 2021 г. Общества Оксус по Центральной Азии, посвященному осведомленности, отношению и практике населения в вопросах безопасной миграции и торговли людьми, принимали участие:

1. Прямые бенефициары (лица из групп риска, мигранты и жертвы торговли людьми);
2. Предприниматели (в том числе частные агентства занятости, бизнес ассоциации и компании, финансовые кооперативы, частные предприниматели, руководители предприятий, ассоциации и союзы);
3. Специалисты (академические круги, гражданское общество, местные органы власти, а также представители государственных органов).

Исследование показало, что термин «безопасная миграция» не был знаком многим респондентам, которые в основном отождествляли безопасную миграцию с легальной миграцией. Даже непосредственные бенефициары миграционных услуг не всегда могли определить ТЛ или риски ТЛ в Кыргызской Республике. Это вызывает особую тревогу, поскольку внутренняя миграция растет. Определение этих терминов может быть полезным в информационно-разъяснительной работе, если они носят практический и чрезмерно технический характер.

# ЦЕЛИ

1. Обеспечить общественную поддержку и понимание ПБТЛ;

* Расширить общественную поддержку реализации ПБТЛ и решения ПТЛ.
* Повышение осведомленности общественности о ПТЛ и безопасной миграции.
* Повысить понимание правительством, ОГО и частным сектором важности ПТЛ и деятельности по обеспечению безопасной миграции.

1. Повысить освещаемость деятельности правительства и прогресса, связанного с реализацией ПБТЛ;
2. Обеспечить и оказывать значительную поддержку ПБТЛ среди основных заинтересованных сторон и аудиторий.

**Целевая аудитория**

Осведомленность о ПБТЛ, в конечном счете, направлена на поддержку представителей кыргызской общественности, прямо или косвенно затронутых торговлей людьми и миграцией, в частности, жертв торговли людьми, репатриантов, мигрантов и уязвимых лиц. Эффективность реализации стратегии зависит от участия различных заинтересованных сторон, включая правительство, поставщиков услуг, ОГО и других. Заинтересованные стороны должны использовать различные методы и каналы коммуникации, подходящие для их целевых аудиторий. Это работа включает в себя обучение, разработка и распространение информационных материалов, а также использование традиционных и социальных сетей среди прочих мероприятий.

Таким образом, целевой аудиторией в этом документе не следует ошибочно понимать только как бенефициаров. Скорее, целевой аудиторией являются как бенефициарами, которые должны быть проинформированы, так и заинтересованными сторонами, которых необходимо привлечь и мобилизовать в рамках единой национальной стратегии. Привлечение целевых аудиторий и заинтересованных сторон показательно увеличивает возможности правительства по работе с общественностью и во многих случаях приносит пользу самим целевым аудиториям. Большая часть работы МТСОМ, СМИКА и их партнеров, рекомендованных в этой стратегии, связана с взаимодействием с лидерами мнений, организаторами и другими заинтересованными сторонами.

Таким образом, усилия одновременно объединяются и умножаются. Частью многоаспектного подхода является развитие информационно-разъяснительного потенциала этих заинтересованных сторон.

Соответствующие подгруппы перечислены под общими названиями целевой аудитории. Эти предложения не претендуют на то, чтобы быть исчерпывающими, а представлены в качестве примеров типов организаций и групп, которые необходимо привлечь. Заинтересованные стороны должны внести поправки и добавить подгруппы в рамках своих компетенций и возможностей по работе с общественностью.

1. **Целевые группы населения** (бенефициары)
   1. Уязвимые и подверженные риску лица

Информация предоставляется для обучения лиц и групп, наиболее подверженных риску торговли людьми. Акцент делается на защите, безопасности, правах и доступе к услугам

* 1. Мигранты и их семьи, потенциальные трудовые мигранты

Информация о защите прав, безопасной миграции, самозащите, доступных ресурсах, способах поддержки

* 1. Репатрианты

Информация о поддержке, возможностях, услугах, доступных юридических ресурсах.

Основные каналы коммуникации: телевидение, радио и печатные СМИ, вывески, интернет-источники, материалы, издаваемые ОГО, взаимодействие ОГО и государственных служб, взаимодействие бизнеса и религиозных лидеров.

1. **Организации гражданского общества** (заинтересованные стороны)

ПБТЛ следует продвигать среди максимально широкой аудитории гражданского общества. Это включает, но не ограничивается следующим:

1. Местные ОГО, работающие по следующим вопросам:
   * ПТЛ
   * Миграция
   * Права женщин и оказание помощи женщинам
   * Организации, оказывающие услуги молодежи
   * Юридическая помощь
   * Организации по трудоустройству
   * Юридические консультации и услуги
2. Международные организации:
   * Международная организация по миграции
   * УНП ООН
   * ОБСЕ
   * Винрок Интернэшнл
   * Национальное общество Красного Полумесяца
   * Другие

**Основные каналы коммуникации:** портал, рабочие группы информационные материалы, ОГО, социальные сети, семинары и тренинги.

1. **Частный сектор и бизнес** (заинтересованные стороны)

Частные компании и организации по развитию бизнеса, особенно те, которые работают в сфере миграции, ПТЛ, трудоустройство женщин или ориентированы на молодежь. Информация должна предоставляться как для обучения и мобилизации работодателей в отношении ПБТЛ, так и для информирования их об обязательствах и имеющихся ресурсах.

* 1. Предприниматели
  + Частные агентства занятости
  + Сотрудники индустрии гостиничного бизнеса и туризма
  + Авиакомпании, аэропорты
  + Профессиональные организации и гильдии
  + Предприятия, которые могут нанимать или сталкиваться с лицами из группы риска
  + Предприятия, нанимающие или занимающиеся маркетингом для молодежи или женщин
  1. Профессиональные организации
  + Профессиональные организации и гильдии
  + Ассоциации частных агентств занятости

**Основные каналы коммуникации:** информационные материалы, выпущенные правительством и ОГО, рабочая группа, онлайн-источники, семинары, тренинги.

1. **Религиозные сообщества** (бенефициары и заинтересованные стороны)

Интервью подтверждают результаты [опроса](https://internews.org/story/new-report-identifies-mistrust-online-and-traditional-media-across-vulnerable-populations/), поведенного в 2021 году, согласно которым уязвимые группы населения не доверяют многим источникам средств массовой информации. Религиозные сообщества обеспечивают личное общение и альтернативный источник информации. Духовенство может расширить охват общественности и помочь переформулировать проблемы ПТЛ как проблемы сообщества, а не только отдельных лиц. Они также могут помочь развеять негативные впечатления о репатриантах и жертвах.

* 1. Мечети
  2. Церкви
  3. Религиозные благотворительные организации

**Основные каналы коммуникации:** материалы, выпущенные правительством и ОГО, традиционные СМИ, онлайн-источники.

1. **Правительство Кыргызской Республики** (заинтересованная сторона)

Крайне важно, чтобы все соответствующие государственные органы получали унифицированную информацию для внутреннего и внешнего использования. Все соответствующие государственные учреждения должны располагать информацией о деятельности по ПМ, чтобы обслуживать и просвещать общественность, а также демонстрировать, что правительство выступает единым голосом.

* 1. Депутаты Жогорку Кенеша Кыргызской Республики
  2. Кабинет Министров Кыргызской Республики
  3. Министерства и ведомства Кыргызской Республики
  4. Другие государственные учреждения

**Основные каналы коммуникации:** рабочая группа, материалы, разработанные совместно с ОГО, семинары, тренинги.

**Каналы продвижения**

Отечественные сми

Охват должен включать как традиционные, так и онлайн-СМИ. Бенефициары и заинтересованные стороны сильно различаются по географическому, демографическому и политическим убеждениям. Опрос поведенный [Интерньюс](https://internews.org/story/new-report-identifies-mistrust-online-and-traditional-media-across-vulnerable-populations/) в 2021 году показал, что «те, кто сообщает о доверии к традиционным СМИ, таким как телевидение и радио, испытывают недоверие к онлайн-СМИ. И наоборот, такая же большая группа респондентов не доверяет традиционным СМИ, таким как телевидение и радио, в первую очередь потому, что они контролируются государством». Эффективная стратегия не может быть ориентирована исключительно только онлайн СМИ, или же только традиционные СМИ.

Из опроса делается вывод, что телевидение является самым важным из традиционных средств массовой информации, достигающим самой широкой аудитории. Финансируемые государством общественные телекомпании, такие как КТРК, ЭЛТР и Пятый канал, охватывают всю страну. Также имеется новостной канал Ала-Тоо 24, который вещает каждый день круглосуточно, и другие государственные образовательные, культурные и спортивные каналы. Частные станции за последние годы выросли: примерно 20 станций пытаются создавать 50% оригинального контента, требуемого по закону. По разным причинам эти СМИ заинтересованы в продвижении государственных инициатив, таких как ПБТЛ.

Молодая и более образованная городская аудитория больше полагаются на онлайн-источники новостей. Опрос общественного мнения, проведенный ЮСАИД в 2021 году в Кыргызской Республике, показал: «Опрос выявил, что Интернетом пользуются 70% сельского населения и 81% городского населения, и что Интернет наиболее распространен среди людей с высшим образованием (90%) и среди людей в возрасте от 18 до 44 лет (в среднем 87%)».



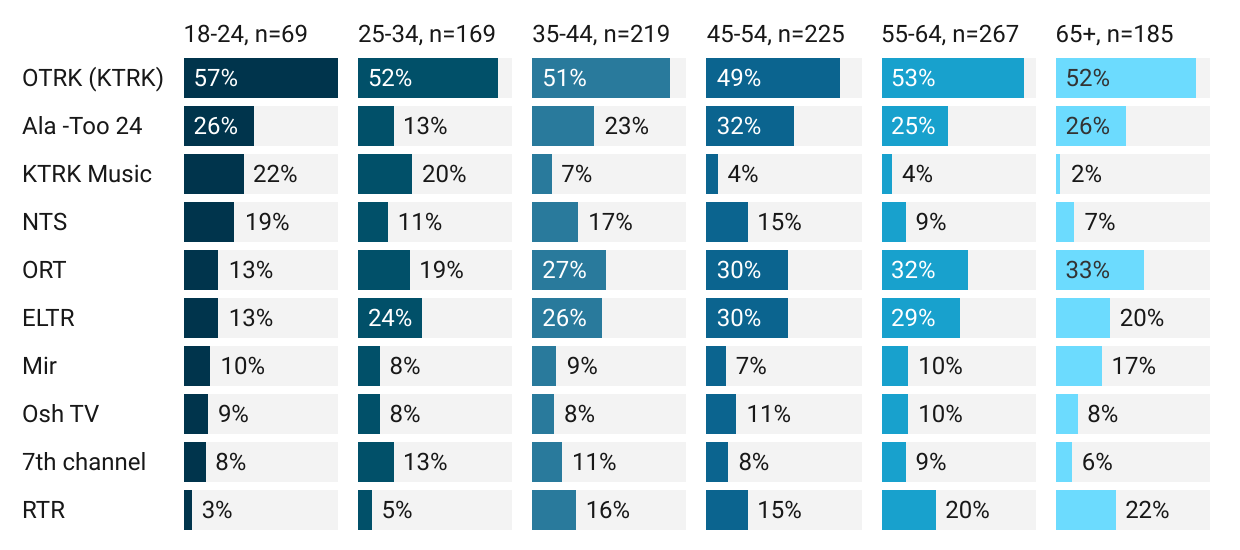
Это означает, что потенциальные мигранты скорее всего, получат информацию по телевидению, а большинство других заинтересованных сторон через Интернет.

* + 1. **Традиционные СМИ**
* Телевидение, радио, печать
  + Государственные
  + Частные
  + Национальные
  + Региональные/местные

Встречи с ОГО и должностными лицами МТСОМ показали, что телевидение является основным традиционным средством массовой информации, на которое чаще полагается население и потому и имеет решающее значение для охвата сельской аудитории.

В опросе ЮСАИД перечислены самые популярные телеканалы страны:

*Наиболее часто просматриваемые телеканалы в разбивке по возрасту (N=1134, e=±3,05)*



* + 1. **Интернет и социальные сети**

Социальные сети уже активно используются для проведения просветительских мероприятий по борьбе с торговлей людьми, такие как онлайн-кампании, документальные фильмы и видеоролики. В июле 2021 года СМИКА разработала для Центра трудоустройства граждан за рубежом при МТСОМ портал [migrant.kg](https://migrant.kg/ru/), который включает в себя полезную информацию и ресурсы для мигрантов и потенциальных мигрантов. Сайт [migrant.kg](https://migrant.kg/ru/) призван информировать граждан о безопасной миграции и рисках нелегальной миграции и насчитывает около 222 000 пользователей, которые просмотрели сайт 1,9 млн раз. Данная Стратегия рекомендует полностью использовать существующие платформы и уже используемые инновационные стратегии. К ним относятся:

* Migrant.kg и другие государственные и общественные платформы.
* Веб-сайты заинтересованных сторон и аккаунты в социальных сетях
* You Tube: каналы правительства и ОГО
* Instagram: ОГО и бизнес-каналы
* Facebook: каналы правительства, бизнеса и ОГО.
* Независимые интернет-магазины
* Независимые блоггеры и инфлюэнсеры

**Отделы связи с общественностью государственных органов и должностные лица**

Лицам, проводящим работу с общественностью от имени правительства, должны быть предоставлены информационные материалы о ПМ ПБТЛ и темы для обсуждения. К ним относятся, но не ограничиваются:

* Отделы по связям с общественностью
* Пресс-секретари
* Разработчики контента для веб-сайтов и социальных сетей
* Спичрайтеры

**Коммуникационные каналы ого**

ОГО взаимодействуют с заинтересованными сторонами и аудиторией различными способами, и их следует поощрять использование существующих каналов в целях повышения осведомленности по реализации ПБТЛ. Каналы включают, но не ограничиваются следующими:

* Веб-сайты ОГО
* Социальные сети ОГО: Instagram, Facebook, Twitter и т. д.
* Существующие общедоступные сайты, например. МОМ, www.migrant.kg
* Сети и списки рассылки, поддерживаемые ОГО
* Публичные мероприятия
* Тренинги
* Интервью с журналистами традиционных и онлайн-СМИ
* Конференции
* Информационные бюллетени

**Коммуникационные каналы** **частного сектора и отделы связи с общественностью**

Крупные работодатели и организации частного сектора имеют сотрудников, ответственных за связи с общественностью, а также свои каналы для распространения информации.

* Веб-сайты
* Социальные сети: Instagram, Facebook, Twitter и т. д.
* Сети и списки рассылки
* Публичные мероприятия
* Интервью с журналистами традиционных и онлайн-СМИ
* Конференции
* Информационные бюллетени

**Связи с общественностью религиозных общин**

* Проповеди
* Пятничные молитвы в мечетях
* Беседы
* Направление в социальные службы
* Сарафанное радио
* Публичные мероприятия
* Информационные бюллетени

# МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

1. **ПРИНЯТИЕ информационного ПЛАНА**

СМИКА может содействовать МТСОМ в утверждении Информационной стратегии. Официальное утверждение стратегии обеспечит ее применение как дорожной карты для единых стратегических коммуникаций правительства Кыргызской Республики и заинтересованных сторон с координирующей ролью МТСОМ. Эта стратегия послужит дорожной картой для Рабочей группы и позволит ей двигаться вперед в планировании деятельности.

1. **РАБОЧАЯ ГРУППА ПО ИНФОРМИРОВАНИЮ О ПБТЛ**

МТСОМ – это большое министерство с широкими полномочиями. Наличие одного пресс-секретаря ограничивает его возможности сосредоточиться на работе по информированию о ПБТЛ. Участвующие в ПТЛ ОГО должны будут проявлять инициативу в разработке информационных материалов и содействии реализации ПБТЛ.

Рекомендуется, чтобы рабочая группа, в состав которой входят сотрудники различных министерств, ОГО и международных организаций собиралась регулярно и не реже 4 раз в год, для обсуждения хода реализации ПБТЛ, включая Информационную стратегию.

Важно признавать, использовать и расширять работу, уже проделанную многими заинтересованными сторонами. Рабочая группа МТСОМ по ПБТЛ и пресс-служба могут выступать в качестве ведущего органа для объединения информационной работы, связанной с реализацией ПБТЛ, уже проводимой ОГО, а также для планирования и осуществления скоординированных действий в будущем.

Неотложными вопросами для Рабочей группы являются:

* 1. Презентация Информационной стратегии и первоначальное обсуждение того, как ОГО, международные организации, частный сектор и государственные учреждения могут поддержать МТСОМ в ее реализации.
  2. Согласование 3-4 тем Национальной кампании
     + ОГО могут начать мозговой штурм, сбор материалов, рассмотрение уже запланированных мероприятий и мероприятий, которые могут продвигать эти темы;
     + Планирование, включая составление расписания, должно начаться на следующем собрании.
  3. Согласование текста для выступлений МТСОМ или ОГО, обсуждений, а также вопросы и ответы для утверждения Министерством и распространения среди соответствующих государственных учреждений, ОГО и заинтересованных сторон.
  4. Согласование «портала» для использования в качестве хранилища утвержденной информации и ресурсов использования в качестве информационного центра.

Согласование тем национальных кампаний и составление основных информационных материалов для общественности могут показаться относительно незначительными, однако, они служат для унификации обмена сообщениями и установления практики обмена сообщениями на национальном уровне.

Согласование тем национальной кампании дает руководителям организаций гражданского общества и частного сектора, а также специалистам по коммуникациям общую площадку для планирования инициатив. Точно так же согласие использовать единый язык даже для таких простых продуктов, как «вопросы и ответы» и «Тезисы для обсуждения», обязывает участников координировать усилия, подчеркивая при этом важность единого сообщения.

Эти пункты также помогут обеспечить прогресс работы рабочей группы, делая ее ориентированной на результаты.

**Записи**

Подчеркивая необходимость демонстрации прогресса, рабочая группа может предоставлять МТСОМ и пресс-службам правительства итоговый документ после встреч, в котором излагаются принятые решения и осуществляемые мероприятия. Это послужит как полезным справочным документом, так и способом продемонстрировать приверженность и инициативу заинтересованных сторон.

Поскольку пресс-службе МТСОМ поручено проводить информационно-разъяснительную работу по всем вопросам министерства, рекомендуется, чтобы Рабочая группа или другая ОГО взяли на себя инициативу по «модерированию» группы в режиме онлайн и офлайн встреч — внеплановых или запланированных.

**Регулярная связь и координация между встречами**

Онлайн-коммуникации и незапланированные офлайн встречи могут быть посвящены решению вопросов в ответ на новые события, даты, предлагаемые инициативы.

В то время как региональные сотрудники министерства могут или не могут быть включены в работу рабочей группы, тем не менее материалы им должны передаваться.

Участие в Рабочей группе и онлайн портале само по себе способствует наращиванию потенциала, знакомит лидеров и специалистов по коммуникациям с передовым опытом правительства, частного сектора и других ОГО.

1. **ПОРТАЛ**

Члены рабочей группы должны иметь централизованный источник утвержденных правительством (официально или неофициально) материалов, тезисов выступлений, вопросов и ответов и обновлений. Это поможет:

* Предоставлять точную информацию в адрес ОГО
* Унифицировать сообщения
* Представлять ПБТЛ как реализующей правительством
* Уведомлять участников о предстоящих сроках, встречах и мероприятиях;
* Облегчить онлайн-обсуждение, и;
* Быть хранилищем официальных документов.

Портал должен включать следующее, но не ограничиваться ими:

**1) Документы**

* Документы и специальные отчеты
* Законодательство и законы
* Официальные заявления
* Материалы, подготовленные рабочей группой, которыми можно поделиться

**2)** **Информационные материалы для общественности**

* Тезисы для выступлений
* Пресс-релизы
* Брошюры с информацией

**2) Лучшие практики**

* Истории успеха
* Освещение в СМИ

**3) Календарь**

* Заседания рабочей группы
* Национальные кампании
* Отслеживание политики
* Предстоящие тренинги

**4)** **Каталог контактов**

* Ключевые контакты министерства: национальные и региональные
* Соответствующие государственные учреждения
* Специалисты по коммуникациям и пресс-секретари
* Лидеры ОГО и частного сектора

1. **НАЦИОНАЛЬНЫЕ КАМПАНИИ ПО ИНФОРМИРОВАНИЮ ОБЩЕСТВА**

Рекомендуется, чтобы Рабочая группа разработала и провела 3-4 национальных кампаний по повышению осведомленности населения, по реализации ПБТЛ национальные кампании должны носить комплексный характер и не ограничиваться производством видеороликов или постеров. Темы кампании должны быть включены в информационно-разъяснительную работу, проводимую правительством, ОГО и заинтересованными сторонами. Под темами кампании также понимаются «направляющие» темы для обсуждения текущих событий, государственных приоритетов и инициатив ОГО. Интервью для СМИ, проводимые представителями правительства или ОГО, могут, например, органично вписаться в вопрос национальной кампании. Кампании также могут быть использованы в качестве стимула для массовых мероприятий, тренингов, производства материалов.

Опять же, одной из ценностью здесь является координация между правительством и заинтересованными сторонами. Это также послужит развитию потенциала организаций по работе с национальными СМИ. Примеры тем могут послужить следующие:

* Продвижение Национальной горячей линии;
* Продвижение информации о том, как получить доступ к услугам;
* Что такое «безопасная миграция»?;
* Определение термина «Торговля людьми»;
* Встреча репатриантов;
* Торговля людьми – это национальная, а не личная проблема (обратить внимание на то, чтобы жертв ТЛ не обвиняли и что с таким преступлением нужно бороться так как это как политическое и социальное обязательство );
* Социальная ответственность: что она означает для отдельных лиц, общественных лидеров, предприятий?

1. Национальные кампании рекомендуется начинать с пресс-конференции в МТСОМ и выпуска пресс-релиза.
2. Планы по реализации кампаний должны включать план действий для региональных отделений МТСОМ.
3. Планы по реализации кампаний должны включать рекомендуемые мероприятия для ОГО.
4. Планы и материалы для правительства и/или ОГО по работе с более широким кругом ОГО, деловыми и религиозными сообществами.
5. Тренинги, проводимые МТСОМ для журналистов по теме ТЛ и освещения ТЛ.
6. Тренинги, проводимые ОГО по теме ТЛ для сотрудников и заинтересованных сторон.
7. Онлайн материалы должны быть разработаны и использованы в едином стандарте.
8. Круглые столы с участием экспертов правительства и/или ОГО.
9. Распространение печатных материалов среди заинтересованных сторон ОГО, деловых и религиозных кругов.
10. Работа ОГО с традиционными или независимыми онлайн-каналами СМИ.
11. Рекламные щиты и другие наружные вывески.
12. **ПОСТОЯННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ Со СМИ**
13. Регулярные пресс-конференции для предоставления информации о прогрессе, инициатив, событий;
14. Регулярные пресс-релизы с информацией о прогрессе, и проводимых мероприятиях;
15. Интервью с исполнителями ПБТЛ: правительством и ОГО;
16. Круглые столы и презентации с вопросами и ответами;
17. Тренинги по вопросам: гендер, молодежь, репатрианты.

Не все аспекты ПБТЛ целесообразны для обсуждения с широкой общественностью через средства массовой информации. Ниже приведены вопросы из задач, рекомендуемых для постоянного взаимодействия со СМИ.

**Задача 1**

Хотя усиление координации и законодательная реформа имеют решающее значение, это не те вопросы, в решении которых должна участвовать широкая общественность. Общественность будет заинтересована в интеграции оказания социальных услуг жертвам торговли людьми и правового обеспечения мер по оказанию им помощи в рамках национального механизма перенаправления.

Рекомендуется содействовать прогрессу правительства в обеспечении помощи и расширении государственных услуг и услуг, оказываемых ОГО.

**Задача 2**

Рекомендуется, чтобы в дополнение к повышению качества и эффективности разъяснительной деятельности, МТСОМ и ОГО проводили количественную оценку и продвигали эту работу.

Предлагаются регулярные тренинги для журналистов (например, четыре раза в год) по вопросам торговли людьми и важности информирования общественности.

**Задача 3**

Уголовно-процессуальное законодательство сложно для понимания широкой общественности и средств массовой информации.

Рекомендуется продвигать приверженность правительства укреплению защиты прав человека в сотрудничестве с гражданским обществом.

Бизнес-сообщество может быть привлечено к продвижению инициатив по повышению социальной ответственности и соблюдению законодательства.

**Задача 4**

«Телефоны доверия» и «горячие линии» по борьбе с торговлей людьми являются ценными ресурсами. Продвижение этих ресурсов позволит поднимать различные вопросы по ПТЛ, включая правительственные инициативы, услуги ОГО.

**Задача 5**

Акцентирование Задачи 5 на улучшении сотрудничества, сборе и предоставлении данных имеет большое значение для ПБТЛ, но не рекомендуется для работы со СМИ. Тем не менее, тема по совершенствованию государственных политик по борьбе с торговлей людьми является идеальным вариантом.

Вместо того, чтобы обсуждать этот вопрос абстрактно, рекомендуется, чтобы любой достигнутый прогресс в этой области продвигался МТСОМ и ОГО через традиционные и онлайн-СМИ.

**VI. ТРЕНИНГИ**

Тренинги по коммуникациям, ориентированные на ПБТЛ, могут проводиться экспертами и пресс-службами правительства и ОГО или независимыми консультантами. Ниже приведены некоторые предлагаемые темы тренингов:

1. **Журналисты**

* Освещение ПБТЛ и ПТЛ: основные моменты
* Технические тренинги
  + Масштабы проблемы
  + Усилия правительства по ПТЛ и реализация ПБТЛ
  + Что такое безопасная миграция?
  + Что означает «Торговля людьми»?
* Гендерный дисбаланс
  + Насилие
  + Предрассудки/неправильные представления о женщинах-мигрантах и репатриантах
* Молодежь
  + Кто в группе риска?
  + Что больше всего нужно знать кыргызской молодежи?

1. **Национальный и региональный персонал министерства**

Распространение информации должен быть приоритетом вопросом для МТСОМ и других государственных органов — и для тех, кто занимается связями с общественностью и коммуникациями.

Вышеупомянутые предлагаемые действия подчеркивают важность обмена сообщениями, целевые аудитории и сотрудничество, которые являются навыками, необходимыми не только для продвижения ПБТЛ, но и для повышения способности МТСОМ планировать и осуществлять эффективные стратегические коммуникации с заинтересованными сторонами. Дополнительные рекомендации по наращиванию потенциала МТСОМ в области стратегических коммуникаций изложены в отдельном документе.

* Что такое «стратегические коммуникации»? Как донести сообщение на открытом рынке идей?
* Передача основных сообщений: что делает сообщение хорошим?
* Работа с партнерами из ОГО по продвижению ПБТЛ~~:~~ использование опыта, охвата и технических материалов ОГО.
* Планирование национальной кампании: что вы будете делать?
* Что волнует журналистов? Как продвигать ПБТЛ?
* Передовой опыт в социальных сетях: целевая аудитория и платформы для ее охвата.