



ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ С НАСЕЛЕНИЕМ В СВЯЗИ С СЕРТИФИКАЦИЕЙ ПО СИСТЕМЕ FSC: ВЫПОЛНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ 1, 3, 4, 9¹

М. Тысячнюк, А. Кулясова, И. Кулясов,
ЦНСИ,
О. Малец, Макс-Планк-Институт исследований обществ

Статья основана на рекомендациях по выполнению принципов 1, 3, 4 и 9 системы сертификации лесопользования Лесного попечительского совета (FSC), разработанных группой социологов на базе многочисленных исследований опыта российских компаний. Выполнение социальных принципов FSC, прежде всего касающихся работы с местным населением и коренными народами, часто сводится к введению формальных процедур, что вызывает озабоченность международного офиса FSC, экспертов и общественных организаций. Социальные критерии FSC имеют равный вес с экологическими и экономическими, и их невыполнение ведет к тем же последствиям, вплоть до прекращения действия сертификата. Не исключено, что в ближайшее время требования к выполнению социальных критериев будут ужесточены.

В последние годы международная добровольная лесная сертификация по системе FSC стремительно развивается в России. Так, в 2006 г. наша страна вышла на второе место по площади сертифицированных лесов и уступает только Канаде. Большинство крупных лесных компаний, работающих на северо-западе, в Сибири и на Дальнем Востоке получили сертификат, находятся в процессе сертификации или готовятся ее пройти. Уже сертифицировано более 13,6 млн га, и эта территория — не безлюдные просторы. На них расположено множество лесных поселков и деревень, проживает население, работают другие предприятия, действуют различные общественные объединения. Все они тоже заинтересованы в пользовании лесными ресурсами и зависят от их устойчивости и продуктивности. А это значит, что интересы лесозаготовительных компаний, следующих принципам устойчивого лесопользования и поддерживающих FSC-сертификацию, во многом совпадают с интересами местного населения. Однако общность этих интересов не всегда очевидна, а там, где интересы лесозаготовителей и заинтересованных сторон расходятся, возникают конфликты, возрастает скрытое недовольство населения действиями компаний.

Подобная несбалансированность и противоречивость интересов характерна не только для России, но и для других стран. Именно поэтому FSC включил в число принципов и критериев устойчивого лесопользования социальный блок, направленный на обеспечение интересов местных жителей и коренных народов при промышленном лесопользовании. Социальные стандарты FSC предполагают, что между лесной компанией и другими группами интересов должен развиваться диалог, а население должно знать о процессе сертификации и новых правилах лесопользования. FSC защищает

право местного населения на выделение и охрану мест, имеющих особую социально-экономическую, культурную или религиозную ценность, с целью ограничения рубок. Выполнение этих критериев подразумевает систематическую работу с населением, проведение консультаций с заинтересованными сторонами и организацию участия общественности в управлении лесами.

С 2002 г. группа сотрудников Центра независимых социологических исследований (ЦНСИ) изучает процесс лесной сертификации в России. Результаты показали, что зачастую именно принципы и критерии, связанные с информированием населения, общественным участием и выделением значимых для населения лесов высокой природоохранной ценности (ЛВПЦ) выполняются с трудом или формально. Мы пришли к выводу, что это связано с отсутствием, во-первых, у лесозаготовительных компаний навыков организации работы с населением, во-вторых, общественных организаций, которые активно способствовали бы продвижению социального блока сертификации и с которыми компании могли бы сотрудничать. Наконец, в России отсутствует традиция общественного участия в управлении лесами.

На основе исследований, проведенных в Республиках Карелия и Коми, Архангельской и Вологодской областях, и собственной практики мобилизации общественного участия на сертифицированных территориях мы разработали рекомендации по выполнению принципов 1, 3, 4 и 9 системы FSC. Эти рекомендации составляют единую модель, которая обобщает конкретный опыт предприятий, работающих в разных природных и социальных условиях. Все рекомендации выполнимы, поскольку проверены практикой компаний.

Необходимо подчеркнуть, что работа с населением предполагает в первую очередь изменение отношения руководства и персонала лесозаготовительных компаний к местному населению. До сертификации компании, как правило, не ведут работы с населением. Однако диалог с заинтересованными сторонами и восприятие населения как важного партнера в реализации принципов устойчивого лесопользования является условием успешного выполнения социальных критериев.

Исходя из требований FSC, мы выделили четыре направления в организации работы с населением и систематизировали наши рекомендации в соответствии с ними.

1. Информирование

Информирование о процессе сертификации по системе FSC населения и работников предприятия — очень важный момент. Именно так население, проживающее на территории аренды или рядом с ней и имеющее различные интересы, узнает о сертификации предприятия, новом статусе территории и своих правах, предоставляемых им сертификацией. Без продуманного и правильно организованного информирования невозможно в полной мере выполнить социальные требования сертификации.

Для того чтобы продемонстрировать приверженность компании принципам и критериям сертификации, откры-

¹ Статья является результатом работы по проекту «Роль гражданского общества в стимулировании корпоративной социальной ответственности в российском лесном секторе» (грант № 12/1-06 2006 Московского общественного научного фонда).



тость своей социальной и экологической политики, важно выделить ряд документов и сделать их доступными для общественности. Такими документами, например, являются:

- резюме плана лесопользования;
- краткий ежегодный отчет о лесохозяйственной деятельности;
- экологическая и социальная политика предприятия;
- отчет органа по сертификации (компании-аудитора) для общественности;
- карты аренды и сроки аренды.

Доступность последних из перечисленных сведений очень важна для населения при выделении мест особой социально-экономической, культурной или религиозной значимости. Зачастую люди не знают, что живут вблизи сертифицированной территории, а поэтому не осведомлены о новых возможностях.

К списку этих документов можно добавить подборку статей и материалов о процессе сертификации в компании, опубликованных в СМИ. Важно, чтобы все население было проинформировано о перечне доступных документов, статей и материалов, а также о процедуре их предоставления. Полезно разместить эти документы не только на Интернет-сайте компании, но и в местных библиотеках, местных администрациях или в других доступных для населения местах.

Подчеркиваем, что распространение информации через СМИ — важная, но не единственная составляющая процесса информирования. Надо понимать, что целевой аудиторией является местное население, в том числе проживающее в отдаленных населенных пунктах, где нет Интернета, телефонная связь затруднена, библиотеки и клубы часто не работают, доставка почты зависит от сезона, погоды, работы техники и т. д. В таких условиях важную роль может сыграть адресное и целевое информирование.

Далее подробно рассмотрены способы информирования, которые может использовать компания в своей работе.

1.1. ШИРОКОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ ЧЕРЕЗ СМИ

Обычно для информирования компания выбирает какую-либо газету и печатает в ней статьи о сертификации. Если арендованная предприятием территория находится в нескольких районах, то чаще всего оно выбирает ту или иную областную газету и в ней печатает материалы. При этом, как правило, информация о деятельности компании не доходит до местных жителей, поскольку выбранная для информирования газета не поступает в библиотеки, а подписка на нее среди населения небольшая. Поэтому лучше помещать материалы в нескольких газетах (в областной газете и обязательно — в главных районных газетах во всех районах, где есть сертифицированные предприятия).

Разумеется, часто размещать статьи в газетах дорого. Здесь можно привлекать к работе журналистов, пишущих на тему инноваций в социальной сфере или вообще на социальные или экологические темы, поскольку информационных поводов в районах не так уж много и журналисты заинтересованы в новом материале. Журналисты смогли бы освещать экологическую и социальную политику лесной компании, деятельность ее предприятий, если это не будет выглядеть как реклама или политический пиар.

В результате сотрудничества лесозаготовительной компании и населения в дальнейшем могут появиться инициативные проекты населения, связанные с сертификацией (см. п. 3.1). Важно информировать СМИ о проектах населения и гражданских инициативах, появившихся в результате сертификации, приглашать журналистов на посвященные сертификации акции, семинары, выступления и все мероприятия, направленные на реализацию социальной и экологической политики компании.

Как показала практика, одна или две (даже очень хорошие) газетные статьи за год могут быть не восприняты населением, поэтому работа со СМИ должна быть систематической. В любом случае связанная с сертификацией информация не должна быть формальной, т. е. описывающей деятельность FSC, его принципы, критерии и т. д. Необходимо освещать конкретные события и факты, связанные с работой того или иного предприятия. Более того, материал необходимо подавать так, чтобы читатель связывал прежде всего свою жизнь с изложенными в статье фактами.

В случаях, когда информирование через СМИ не достигает целевой аудитории, предлагаем использовать адресное информирование.

1.2. АДРЕСНОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ

Как правило, лесозаготовительная компания составляет листовки, буклеты или плакаты с объяснением принципов сертификации для своих работников. Такие материалы есть

практически на всех предприятиях, где мы проводили исследование. Однако мало кто составляет такие листовки для населения. По опыту наших исследований, во всех поселковых школах работники администрации, учителя и ученики согласны разнести листовки в каждый дом. При этом такая работа может быть включена в проекты сотрудничества предприятия и школы. Как правило, лесозаготовительные предприятия помогают школам, и те в свою очередь

не откажут в помощи предприятию в распространении важной для населения информации.

Надо отметить, что для публикации листовок не требуется много средств. Можно сделать их обычным способом на принтере и ксероксе. Главное в листовках — содержание. Она должна быть написана доступным языком, объяснять значение сертификации для населения и показывать улучшение социальной и экологической политики предприятия. При этом текст листовок и их оформление могут сделать школьники после ознакомления с материалами по сертификации. Совместно со школьной администрацией можно организовать конкурс проектов листовок среди учеников.

Поскольку население поселков неоднородно и там существуют различные группы интересов, целевое информирование этих групп и работа с ними также очень важна.

1.3. ЦЕЛЕВОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ

Поселковые администрации, органы местного самоуправления, лесничества, библиотеки, клубы и школы, общественные организации и гражданские инициативы являются заинтересованными группами (стейкхолдерами) и могут стать для лесозаготовительной компании проводниками при работе с другими группами интересов (охотниками, рыбаками, собирателями ягод и грибов и т. д.), также являющи-



Встреча представителей НПО с местным населением

© WWF России / Татьяна ЯНИЦКАЯ



мися лесопользователями, но не объединенными в организации. Поэтому в первую очередь следует дать полную информацию о сертификации сельским организациям, заинтересованным в конструктивном взаимодействии по развитию социальной сферы своего населенного пункта больше, чем отдельные лесопользователи.

Именно сельским организациям важно предоставить весь спектр имеющегося содержательного и наглядного материала (разослать пакеты с информационными материалами — листовками, плакатами, стандартами, отчетами и планами развития, а также другими открытыми для общественности документами). Вновь напомним, что материалы и документы по сертификации для населения или своих работников нужно переработать так, чтобы информация была наглядна, изложена доступно, понятно и связана с жизнью читателя.

На первом этапе работу по целевому информированию заинтересованных групп можно минимизировать, так как в каждом сельском поселении есть так называемый ключевой социальный объект. Это может быть школа, библиотека, клуб, магазин или другое здание, наиболее посещаемое населением. Если компания заинтересует его администрацию и работников, то именно там и следует организовать выставки или установить стенды, посвященные сертификации.



© WWF России / Татьяна ЯНИЦКАЯ

1.4. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Если у компании есть возможность оформить подписку всех находящихся на арендуемой ею территории поселковых библиотек и/или школ на газеты и журналы (например, Российскую лесную газету, www.lesgazeta.ru и Лесной бюллетень, www.forest.ru), в которых регулярно публикуются материалы по вопросам лесопользования и сертификации, это поможет в информировании населения и выполнении стандартов, а также еще раз продемонстрирует заботу компании о местном сообществе и лесных ресурсах. Если такие материалы публикуются во внутренней газете компании и/или ее предприятий, то можно дополнительно оформить подписку на нее или просто присылать газеты в библиотеку или администрацию.

Важно использовать для информирования о сертификации любой повод, в том числе общественные слушания, которые проводятся лесным предприятием в связи с прохождением государственной экологической экспертизы, например, по строительству дорог или планам рубок.

2. Работа с заинтересованными группами (стейкхолдерами)

В процессе сертификации каждая компания сталкивается с тем, что она должна выделить и составить список заинтересованных групп или так называемых стейкхолдеров. Это требование существует для того, чтобы в процессе сертификации были проведены консультации с заинтересованными группами, выяснены их интересы лесопользования, чтобы аудиторы знали, как оценивают заинтересованные группы деятельность лесного предприятия. Компаниям, которые вовлекают заинтересованные стороны в процессы принятия решений и планирование работ в лесу, чаще удается избежать открытых кон-

фликтов и предотвратить отрицательное влияние деятельности своих предприятий на социальную и природную среду.

2.1. СОСТАВЛЕНИЕ СПИСКА ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ ГРУПП

В список, как правило, входят самые разные организации. Лесозаготовительные компании обычно включают в него органы FSC, государственные органы регионального и районного уровней, в том числе государственные органы лесосоуправления, действующие рядом другие лесозаготовительные компании, крупные международные экологические организации (WWF, Гринпис), социальные организации (ЦНСИ), но при этом забывают о существовании многочис-

ленных заинтересованных групп на местном уровне, не менее важных, чем перечисленные выше. Это группы местного населения, которые являются пользователями местных лесных ресурсов и имеют на это юридические или традиционные права, так как их жизнь зависит от леса.

Для активного взаимодействия с населением в список заинтересованных групп нужно обязательно включать местные администрации и органы местного самоуправления, библиотеки, школы, клубы, общественные и религиозные организации, гражданские инициативы и отдельных активных граждан, например депутатов и священников, этнографов, фольклористов и других специалистов по данному району, краеведов и знатоков лесных древесных и недревесных ресурсов, местных охотников и рыбаков, работающих на местах представителей лесничеств и т. д. Таким образом, в списке должны быть представители не только бизнеса и власти, но и гражданского общества.

2.2. КОНСУЛЬТАЦИИ С МЕСТНЫМ НАСЕЛЕНИЕМ (МЕСТНЫМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ)

Работа с заинтересованными группами предполагает проведение различного рода консультаций. Мы не будем останавливаться на работе со всеми группами, подчеркнем лишь значимость и формы консультаций с местным населением.

Зачастую именно местные заинтересованные группы обладают знаниями, которые необходимы лесозаготовительному предприятию для выделения мест социально-экономической, культурной или религиозной значимости. Вот почему в список заинтересованных групп важно включать местных краеведов, охотников, рыбаков, активных жителей, работников школ, библиотек, домов культуры. Кроме того, местные организации смогут помочь в информировании всего населения, в выстраивании работы с ним и т. д.

В результате консультаций у руководства компании возникает понимание, чего хотят от нее люди. Использование консультаций как постоянной формы работы с населением совершенствует систему управления лесами и механизмы принятия решений, улучшает имидж и работу компании, повышает доверие населения к ней, что способствует успешности компании. Доверие к компании появляется тогда, когда местные заинтересованные группы понимают, что они реально могут повлиять на организацию лесосоуправления. Это вселяет уверенность в то, что их интересы всегда будут учтены.

На консультациях можно обсуждать планы лесосоуправления компании, предоставлять информацию о рубках, строи-



тельстве дорог и т. д. Консультации могут проходить в разной форме. Например, в виде семинаров, где можно давать информацию о сертификации и деятельности предприятия, выяснять интересы и проблемы местных лесопользователей. Возможны консультации с отдельной группой по конкретной проблеме или даже индивидуальные консультации.

Значимой частью работы может стать участие населения в лесоустройстве. Если оно запланировано, то компании следует продумать систему участия в нем населения. Это поможет избежать многих проблем и конфликтов в будущем. Особенно важно совместно подготовить первое лесоустроительное совещание, использовать его для внесения предложений со стороны экологических и социальных организаций, ученых, краеведов и т. д.

При правильной организации консультаций заинтересованные группы будут не только отстаивать свои интересы перед компанией, но и могут помочь ей выстроить информационную работу с населением и тем самым выполнить принципы и критерии сертификации. Принципы FSC включают также поддержку гражданских инициатив местного населения и его участия в управлении лесами, внимание к их потребностям и проблемам. Для этого компания может инициировать поддержку проектов местного населения, создать группы поддержки добровольной лесной сертификации и лесные клубы, организовать «горячую линию» или журнал жалоб и предложений, работать с молодежью. Рассмотрим эти возможности более подробно.

3. Работа с населением

3.1. ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТОВ МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ

Для эффективного взаимодействия компании и населения можно использовать поддержку местных проектов. Система поддержки малых проектов или малых грантов была отработана в проектах «Модельный лес “Прилузь”» и «Псковский модельный лес».

Компания может решить, что подобные мероприятия очень дороги и сложны. Однако поддержка малых проектов местного населения вполне по силам любой компании. Кроме модельных лесов, такая программа уже работает на территории аренды Сегежского ЦБК, который выделил небольшие средства и добился при этом максимального эффекта. Проекты, инициированные местным населением, помогают компании выполнить требования сертификации и получить заинтересованных партнеров в местном сообществе.

Любая компания может разработать систему поддержки малых проектов и выделять на проект до 30 тыс. рублей. Эти проекты надо направить на помощь компании в выполнении принципов и критериев сертификации, а также на развитие социальной сферы в местном сообществе и сохранение лесных ресурсов.

Проекты могут быть ориентированы на выделение объектов культурной, религиозной и социальной значимости, их реставрацию и сохранение. Это могут быть краеведческие и экологические проекты, например экологические и этнографические тропы, пропаганда устойчивого лесопользования, здорового и экологичного образа жизни, неистощительного и традиционного природопользования — иными словами, всего, что актуально для данного сообщества и данной местности.

На первом этапе важно выделить местные инициативы, помочь активистам в написании заявок, продумать процедуру конкурса, получения финансирования и систему отчетности. Пока заявок мало и инициативность местного сообщества не велика, важно поддержать все проекты. Информацию о поддержанных компанией проектах нужно освещать в СМИ, использовать на семинарах и других мероприятиях.

Важно, чтобы люди указывали в заявках, какой краткосрочный и долгосрочный результат будет получен, каков их собственный вклад, как они обеспечат широкое информирование о своем проекте, каково будет его продолжение. Наиболее перспективны те проекты, над реализацией которых инициаторы будут работать даже после окончания гранта, а также те, где предполагается софинансирование со стороны администрации и/или местного бизнеса.

Одним из важных проектов местного населения, инициированного компанией, может стать создание местной группы поддержки добровольной лесной сертификации.

3.2. МЕСТНЫЕ ГРУППЫ ПОДДЕРЖКИ ДОБРОВОЛЬНОЙ ЛЕСНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ

Местные инициативные группы могут стать опорой компании в местном сообществе при сертификации. Такие группы поддержки сертификации возможно создать, только предварительно хорошо подготовив их членов к 5–10-минутным информационным выступлениям на предприятиях и в социальных учреждениях поселков.

Для этого необходимо выделить людей, уважаемых в местном сообществе, социально активных, обладающих навыками выступлений перед аудиторией (работники библиотек, клубов и т. п.), пригласить их на семинар или консультацию по сертификации, где они могли бы получить полную и наглядную информацию о сертификации, проникнуться ее идеями, а также предложить им организовать малый проект «Местная группа поддержки добровольной лесной сертификации» и профинансировать его в рамках Программы поддержки малых проектов местного населения.

Семинар по сертификации надо сопровождать художественными способами представления, которые помогли бы людям увязать свои нужды и интересы с целями сертификации (например, рисунки на тему сочетания экономической активности лесного предприятия с позитивными социальными последствиями). В дальнейшем можно совершенствовать способы вовлечения людей в группы поддержки и разъяснения идей сертификации. В частности, с помощью группы поддержки проводить конкурсы рисунков, частушек и других видов народного творчества, посвященного сертификации, приурочивать это к Дню работников леса и другим праздникам.

Группа поддержки может организовать систему обучения населения, особенно школьников и молодежи, основным положениям Конвенции о биоразнообразии. Кандидатура активного учителя биологии в поселковой школе подходит лучше всего. Если такового нет, то можно привлечь работников лесничеств или национальных парков. В качестве наглядных материалов можно использовать распространяемые тематические брошюры Всемирного фонда дикой природы, РОО «СПОК» и других экологических общественных организаций, работающих над программами и проектами по сохранению биоразнообразия.

Пример такой группы поддержки уже существует на арендной базе одного из сертифицированных предприятий. Группа поддержки создана на основе взрослой группы самодетельности, занимающейся в доме культуры, с привлечением школьников. Предприятие заинтересовало руководителя группы художественной самодетельности возможностью проработать новую для него тему лесной сертификации в художественной самодетельности, получить необходимые для пошива костюмов и оформления материалы.

3.3. СЕМИНАРЫ И ДИСКУССИИ В ЛЕСНОМ КЛУБЕ

Лесные компании могут успешно тиражировать опыт Псковского модельного леса и модельного леса «Прилузь» по созданию лесных клубов, которые можно организовать на основе групп поддержки сертификации, а также сельских



клубов, библиотек и школ. Лесной клуб — одна из форм проектов местного населения, вовлекающая в них взрослых.

Собственно лесной клуб может взять на себя активную роль в организации и проведении консультаций предприятия с населением. Более того, консультации должны проводиться регулярно в течение срока действия сертификата и предусматривают выдвигание вопросов и проблем, их обсуждение, поиск путей решения проблемы, а также отслеживание шагов по решению выделенных проблем. Такой клуб может стать платформой для подобных регулярных консультаций. Можно так организовать работу клубов, чтобы в каждом из ключевых поселков раз в три месяца проводить его заседания при предварительном информировании и участии всех ключевых заинтересованных групп.

На заседаниях лесного клуба важно представить все заинтересованные группы. Заседания лесного клуба должны проходить по заранее разработанному плану и способствовать выражению населением своих интересов. Для компании важно наглядно и жизненно подготовить ту информацию, которую она хочет донести, постепенно углубляясь в основы и принципы сертификации. Необходимо обсуждать план рубок, информировать население о нововведениях в правилах рубок (многие не понимают, почему не ведутся работы по лесовосстановлению, почему не убирают сучья с делянок, как проводятся выборочные рубки, какие подрядные бригады работают на делянках и т. п., что в свою очередь приводит к неверному толкованию фактов и возникновению слухов, отражающихся на мнении населения о компании). Важно также информировать население об изменениях в лесном законодательстве.

Заседания лесного клуба — это повод пригласить заинтересованных журналистов, которые в своих материалах донесут обсуждавшиеся вопросы до всего населения. В результате регулярные заседания лесного клуба активизируют население. Кроме того, для конструктивного выражения активности населения лесная компания может организовать такую форму общественного участия, как журнал жалоб и предложений, а также «горячий» телефон.

3.4. ЖУРНАЛ ЖАЛОБ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ, «ГОРЯЧИЙ» ТЕЛЕФОН

Важными формами работы лесной компании и его предприятий с населением является журнал жалоб и предложений и «горячий» телефон. Эти формы работы, как правило, приняты во всех сертифицированных компаниях, но, как показали наши исследования, далеко не всегда работают эффективно.

Если компания в качестве процедуры приема обращений граждан избрала журнал жалоб и предложений, то рекомендуем подключить группу поддержки к сбору записей в данный журнал. Иначе такой способ взаимодействия с населением и обратной связи не будет эффективным, так как у населения и работников компании нет подобного опыта взаимодействия друг с другом. Обычно журнал лежит в конторе предприятия, и записи в нем отсутствуют.

Можно сделать несколько таких журналов и, помимо предприятия, разложить их в библиотеке, магазине или другом посещаемом месте. При этом необходимо определить ответственных за журнал. Например, в библиотеке журнал

может лежать на столе библиотекаря, который при удобном случае будет просить читателей записывать пожелания. Если журнал находится в магазине, то можно попросить продавца быть ответственным за журнал и также предлагать его для записей посетителям. Если в школе проводится открытый урок по сертификации, консультация или семинар, то тоже полезно, чтобы журнал был в наличии.

Есть пример компании из Карелии, которая пошла именно этим путем: сделала несколько журналов и разместила их в конторе предприятия и библиотеке, брала журнал на информационный семинар и предлагала сделать записи. Другой пример — одна из лесозаготовительных компаний Архангельской области разместила в магазине ящик для сбора писем с обращениями.

По примеру лесозаготовительной компании из Ленинградской области можно организовать «горячую» телефонную линию. Номер «горячего» телефона можно напечатать в газетах и поместить на всех информационных листовках. «Горячий» телефон особенно эффективен для получения сообщений о пожарах, браконьерстве, хищениях, хотя для жалоб и предложений он тоже может использоваться. Практика показывает, что невозможно защитить лес и его ресурсы от населения, можно защитить его только вместе с населением.

© WWF России / Елена ЯБЛОЧКИНА



Члены лесного клуба проекта «Псковский модельный лес»

И в случае использования журнала жалоб и предложений, и в случае «горячего» телефона должно возрастать доверие населения. При каждом неэффективном действии со стороны компании в ответ на инициативу представителя местного населения планка доверия всего местного сообщества будет опускаться, и надо будет начинать все сначала. Поэтому компании важно не только создать эффективную систему сбора жалоб, предложений и сообщений,

но и продумать систему реагирования и ответов на них, что даже важнее, чем собрать и фиксировать обращения.

Также надо правильно реагировать на письменные и устные сообщения и заявления детей и молодежи, способных оказать большую помощь компании в реализации принципов сертификации.

3.5. РАБОТА С МОЛОДЕЖЬЮ

Как правило, активной частью местного населения является молодежь. Один из интересов этой группы — возможность трудоустройства. В то же время один из критериев Принципа 4 подразумевает преимущественный прием на работу местного населения. Кроме того, сельские школьники обычно участвуют в различных экологических, краеведческих кружках, школьных лесничествах и могут стать опорой в распространении информации о сертификации.

В качестве работы с населением можно использовать и такую традиционную форму, как школьные лесничества. Если на территории аренды компании есть школьное лесничество (или дети из населенных пунктов, жители которых пользуются недревесными ресурсами на арендованной компанией территории, являются учениками школьного лесничества), то полезно подключить эту профильную общественную организацию к работе по сертификации.

Как показали наши исследования, все школьные лесничества заинтересованы в новых темах и сотрудничестве с лесными предприятиями. Зачастую для их работы не хватает методических материалов, одни и те же темы рассматрива-



ются из года в год, поэтому руководители школьных лесничеств готовы работать с новым материалом и сотрудничать с компанией по реализации принципов FSC.

Для работы с лесничествами, во-первых, можно снабдить руководителя материалами по сертификации, во-вторых, через организованные компанией конкурсы можно подключить учеников школьного лесничества к творческой работе, поиску занесенных в Красную книгу видов, определению биотопов и разработке экологических троп. Важно обратить внимание на профессиональное обучение участников школьного лесничества с целью формирования кадров для компании.

Еще совсем недавно на всех лесных предприятиях велась работа по профориентации школьников. Однако в последние годы, как показали наши исследования, большинство школ в поселках, где есть лесопромышленные предприятия, не взаимодействуют друг с другом.

Предприятие может составить программу профориентации школьников и молодежи. Важно выявить способных и заинтересованных в получении специальности и работы в компании. Можно организовать семинары для старшеклассников о том, какие специальности нужны компании, порекомендовать учебные заведения, не ограничиваться лесными, а дать информацию и о других специальностях — о менеджменте, экономике, правоведении, экологии, социологии, краеведении и т. д. При этом важно рассказывать о специальностях, которые необходимы не только конкретному, но и другим предприятиям, входящим в холдинг. Двойного эффекта можно добиться, если проводить в школах открытые уроки по сертификации в сочетании с профориентацией. Такие примеры уже есть на предприятиях Архангельской, Вологодской областей и в Карелии.

4. Выделение мест социально-экономической, культурной, религиозной значимости для местного населения

Одним из важных принципов и критериев лесной сертификации является выделение мест социально-экономической, культурной, религиозной значимости для местного населения и коренных народов. Выполнение этих критериев, как правило, вызывает сложности у компаний. Они обычно идут стандартным путем: отправляют запрос в районную, реже — в поселковую администрацию и получают официальный ответ о том, что таких мест не зарегистрировано. Данный подход демонстрирует неправильное понимание сути сертификации. Должны быть выделены все места, имеющие высокую значимость для местного населения, в том числе не внесенные в официальные списки, но известные ученым или местным жителям.

Для эффективного выполнения этого пункта важно запрашивать информацию и консультироваться в библиотеках, школах, местных музеях, выявлять и обращаться к местным или региональным краеведам, этнографам, фольклористам. Кроме того, надо проводить консультации с местным населением непосредственно в деревнях и поселках и проверять значимость для местного населения выявленных учеными культурных и природных объектов. Составление карт и работа по выделению социально-культурных объектов — это отдельная серьезная работа, для выполнения которой можно вовлекать специалистов и социальных экспертов.

Все выявленные на арендуемой территории объекты необходимо нанести на карту, даже если они находятся в водоохранной зоне или в других местах, где рубки вестись не будут. Очень важно, чтобы карта аренды предприятия с нанесенными на нее объектами и местами, исключенными из рубок, была доступна местному населению, например вывешена в школах, библиотеках, других посещаемых местах.

Постепенно, ознакомившись с картой, население может назвать и другие объекты, скрываемые ими по причине пока еще низкого доверия к компании, неизвестные властям и краеведам. Так, можно нанести на карты охотничьи избы, если объяснить их владельцам, что в таком случае при составлении планов рубок данный участок будет выделен как социально значимый объект. Можно выделить небольшие участки леса, где происходит сбор грибов и ягод или отдыхает население.

Может оказаться, что в большинстве выделенных объектов рубки не ведутся по объективным причинам (водоохранные зоны, балки, скалы, небольшие острова), однако их все равно необходимо пометить на карте и проинформировать население об этом. Для улучшения и поддержания имиджа компании можно подчеркивать, что эти места и их лесные ресурсы охраняются компанией.

Заключение

Предложенные рекомендации направлены на выполнение лесозаготовительными компаниями принципов и критериев системы сертификации лесопользования FSC, которые предполагают тесную работу с населением. Мы выделили четыре основных направления работы: информирование, работа с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами), поддержка населения и выделение мест особой значимости.

По каждому направлению предложен ряд мероприятий, способствующих формированию доверительных неконфликтных отношений между держателями сертификатов FSC и местным населением. Все эти меры требуют скорее организационных усилий, чем крупных финансовых вложений. Они апробированы на практике конкретными предприятиями и продолжают успешно работать.

Следует отметить, что мы предлагаем строить такую систему отношений между лесозаготовителями и населением, которая основана на восприятии друг друга как соседей и партнеров в общем деле построения системы устойчивого лесопользования — экономически целесообразного, экологически обоснованного и социально ответственного. В долгосрочной перспективе в этом заинтересованы все.

К сожалению, слишком часто приходится сталкиваться с непониманием общности интересов всех сторон. Мы призываем лесозаготовителей не подходить к работе с населением формально, а аудиторов сертифицирующих органов внимательнее относиться к тому, как компании работают с населением. Слишком часто сотрудники лесозаготовительных предприятий и аудиторы считают, что жителям лесных поселков и деревень безразлична их судьба, а сами местные жители не верят в собственные силы и в новые возможности реализовать свои права. Так возникает соблазн отделаться формальными консультациями или статьями в газетах.

Из опыта многолетней работы с населением мы знаем, что в каждом поселке есть неравнодушные люди с активной жизненной позицией, хранящие культурное достояние прошлого, заинтересованные в своем настоящем и будущем. Процесс сертификации предполагает не столько сухое и минимальное выполнение принципов и критериев, сколько осознанное желание и готовность творчески подходить к построению системы устойчивого лесопользования, одной из важнейших составляющих которой является социальное благосостояние и культурное развитие местных сообществ.

Мы не призываем компании к тому, чтобы они выполняли функции государства по социальному обеспечению населения. Более того, наши исследования показывают, что лесозаготовительные компании достаточно много делают для местных жителей. Прежде всего мы подчеркиваем, что продуманная работа с населением может быть взаимовыгодной.

