

ПОДГОТОВКА ПРАВозАЩИТНЫХ КАМПАНИЙ

**Нэнси Флауэрс
Рахи Гойял**



**Women's Learning Partnership
for Rights, Development, and Peace**

Women's Learning Partnership
4343 Montgomery Avenue, Suite 201
Bethesda, MD 20814, USA
Tel: 1-301-654-2774
Fax: 1-301-654-2775
Email: wlp@learningpartnership.org
Web: www.learningpartnership.org

© 2011 Women's Learning Partnership

Содержание

Введение	1
Рекомендации по использованию данного пособия и видеofilьма	3
Правозащитные кампании: концептуальные основы	5
Упражнения по эффективному ведению кампании	
<i>Упражнение 1: Определение правозащитной деятельности</i>	7
<i>Упражнение 2: Осуществление правозащитной деятельности</i>	9
<i>Упражнение 3: Компоненты плана правозащитной деятельности</i>	11
<i>Упражнение 4: Разработка плана кампании</i>	28
Оценка пособия и видеofilьма	
<i>Упражнение 5: Оценочное упражнение</i>	33

Введение

В 2001 г. организация Women's Learning Partnership for Rights, Development, and Peace (WLP) и ее партнеры—the Association Démocratique des Femmes du Maroc из Марокко, BAOBAB for Women's Human Rights из Нигерии и the Women's Affairs Technical Committee из Палестины опубликовали учебник *«Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров.»*¹ Данное руководство содействует развитию навыков прогрессивного и принципиального лидерства как у женщин, так и у мужчин, раскрывает теоретические основы участвующего лидерства с целью содействия развитию демократических и эгалитарных обществ.

Во время апробации и оценки *«Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров»* WLP и ее партнеры осознали необходимость разработки материалов для дополнительного тренинга в трех областях: интерактивное ведение семинаров, общение и защита прав. Даже опытные тренеры понимали, что им будет полезно работать с упражнениями, построенными на теоретической базе участвующего лидерства и развивающими навыки ведения семинара, общения и защиты прав. Поэтому WLP создала серию из трех пособий и видеофильмов *«Интерактивное ведение семинаров»*, *«Общение ради перемен»*, и *«Подготовка правозащитных кампаний»*.

- Пособие *«Обучение интерактивному ведению семинаров»* помогает тренерам эффективно проводить семинары, используя стратегии вовлечения и участия. Ведущие приобретают навыки развития участвующего лидерства, распределения ответственности среди активистов, стимулирования дискуссии и

¹ *Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров.* 2001. Bethesda, Maryland: Women's Learning Partnership.

совместной работы и нахождения компромиссов в случае споров.

- Пособие «*Общение ради перемен*» содержит материал для развития личных и организационных навыков коммуникации. Оно предназначено для обучения построению лаконичных и убедительных аргументов для различных аудиторий, способам стратегического общения для распространения обращений через СМИ с учетом местной специфики. Оно также включает методы донесения обращений в массы через интервью в СМИ.

- Пособие «*Подготовка правозащитных кампаний*» построено на упражнениях по развитию принципиального лидерства и участвующего общения, предлагаемых в пособиях «*Интерактивное ведение семинаров*»² и «*Общение ради перемен*»³ соответственно. Успешные правозащитные кампании дают возможность дискриминируемым и ущемленным в правах людям начать эффективно влиять на политику, определяющую их жизнь. В пособии содержатся упражнения по развитию навыков, предлагаются варианты кампаний и анализ их компонентов.

Три пособия и видеофильм могут использоваться вместе, независимо друг от друга, а также одновременно с изучением учебника «*Выберем лидерство. Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров*» в рамках программ обучения лидерству или тренингов в гендерной сфере или по правам человека. Упражнения в данных пособиях являются модельными и могут быть изменены и оптимизированы в соответствии с нуждами обучения.

² В особенности упражнения “Власть и лидерство” (*Интерактивное ведение семинара*, стр. 7-10.

³ В особенности первые три упражнения “Навыки коммуникации” (*Интерактивное ведение семинара*, стр. 23-29).

Рекомендации по использованию данного пособия и видеofilьма

Пособие начинается с краткого изложения концептуальных основ успешных правозащитных кампаний. Далее следуют построенные на этой основе обучающие упражнения, помогающие активистам развивать навыки построения совместных стратегий и кампаний в соответствии с местной культурой. Учебник завершается упражнениями по оценке проделанной работы, изученного материала и критического осмысления учебного процесса.

Видеofilьм *«Подготовка правозащитных кампаний»* содержит примеры успешных правозащитных кампаний в Казахстане, Кыргызстане и Таджикистане. Активистки рассказывают о своих стратегиях по защите женщин от насилия, защите прав человека и гражданских прав.

Гульзи Набиева, лидер женской НПО «Жария», из Казахстана описывает кампанию о необходимости внесения изменений в законодательные документы и о включении в законодательство понятия о домашнем насилии.

Толекан Исмаилова, директор правозащитной организации «Граждане против коррупции», из Кыргызстана рассказывает о кампании по привлечению внимания общественности и международных организаций к положению беженцев-женщин из Андижана после событий 13 мая 2005 года и защите их прав.

Гульнара Каракулова, директор Шимкентского Женского Ресурсного Центра, из Казахстана описывает усилия женских НПО по привлечению внимания общественности и государственных органов к проблеме торговли людьми и оказания помощи жертвам.

София Касымова, директор Гендерного аналитического центра, из Таджикистана описывает информационную кампанию женских НПО и СМИ по изменению гендерных стереотипов и патриархальных норм, допускающих домашнее насилие в отношении женщин.

Подобные сценарии также отражены в учебнике *«Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров»*.

Мы рекомендуем следующую последовательность работы:

- До начала семинара внимательно изучите пособие, посмотрите видеофильм *«Подготовка правозащитных кампаний»* и подумайте, как можно в данном случае использовать участвующие методы .
- Снова посмотрите видеофильм одновременно с третьим упражнением *«Компоненты правозащитного плана»* - на стр. 11-29.
- После выполнения последнего упражнения - *«Разработка эффективного правозащитного плана»* - участвуйте вместе с группой в оценке видеофильма и пособия.

Основной принцип, описанный в этом пособии, остается прежним: вовлекающие, демократические и эгалитарные принципы обучающихся сообществ на основе учета мнения участников и горизонтальных процессов принятия решений. Такой подход может быть эффективным для всех: учителей, менеджеров, активистов, служащих и политических лидеров. Как и большинство навыков, проведение эффективных правозащитных кампаний требует приверженности участников и организаторов определенным взглядам, а также опыта.

Правозащитные кампании: Концептуальные основы⁴

Эффективная правозащитная деятельность обучающихся сообществ требует следования политике принятия решений, предполагающей сотрудничество, а также отличных коммуникативных навыков от людей и организаций, работающих вместе ради позитивных изменений, основанных на общем видении.

Основой успешной кампании является гибкое партнерство, при котором каждый из участников принимает участие в принятии решений и каждый сотрудничает с друг другом в их реализации. Достижение результатов и эффективность кампании зависят от твердой позиции лидеров, которые готовы делиться властью с членами команды, и которые участвуют в диалоге и укрепляют веру в победу.

Эффективная кампания начинается по инициативе обычных граждан и проводится ради них. Она нацелена на достижение перемен, она привлекает внимание к проблеме и направляет политиков к ее разрешению. Успешная правозащитная деятельность прозрачна, основана на вовлечении многих людей и предполагает ответственное принятие решений и ведет к переменам, изменяющим жизнь людей в лучшую сторону.

Каждый человек, вовлеченный в правозащитный процесс:

- осознает необходимость перемен и вдохновлен общими целями;

⁴ Данный раздел представляет собой резюме идей Махназ Афхами из книги “*Конструкция лидерства: Лидерство как коммуникативное обучение*” и из пособия *Выберем лидерство. Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров.*

- верит в достижение целей только на основе этически допустимых средств;
- уважает других людей и признает их полную человеческую автономию;
- сознательно принимает решение работать вместе, делиться информацией, учиться друг у друга и поддерживать друг друга;
- признает, что каждый член команды вносит вклад в общее дело и способен привнести что-либо ценное;
- уважает мнение и вклад других участников;
- признает многообразие и делает усилия для преодоления неправомерного использования власти, предубеждений и враждебности;
- стремится служить людям;
- доверяет членам команды, чувствует потребности людей и руководствуется в своих действиях общими ценностями, этическими нормами и принципами;
- отдает приоритет диалогу;
- упорно стремится к избранной цели.

Каждая участница такой кампании вносит свою долю в общее дело, а командная работа складывается из энергий всех: координация, единство целей и чувство взаимопонимания и сотрудничества дают больший эффект, чем просто совместная работа.

В обучающихся обществах никакая цель не оправдывает использование неэтичных средств. Результат измеряется не только собственно итогом, но и путями достижения цели, свидетельствующими о подлинных намерениях, искренности и нравственном состоянии участников кампании. Процесс демонстрирует, являются ли эта группа или этот коллектив демократичным или авторитарным, эгалитарным или элитистским.

Упражнения по эффективному ведению кампании

Упражнение 1: Определение правозащитной деятельности

Задачи:

- Исследовать цели и смысл правозащитной деятельности
- Выработать ее общее определение.

Время: 30 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй доброволец фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Волонтер пишет фразу ПРАВОЗАЩИТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ в центре листа бумаги или на доске.

2. Участницы несколько минут вспоминают известные им правозащитные кампании.

3. Участницы по очереди называют слова, фразы или концепции, которые ассоциируются у них со словом ПРАВОЗАЩИТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, в то время как волонтер их записывает.

4. После составления перечня, участницы рассматривают некоторые или все следующие вопросы:

- Какие различные типы правозащитной деятельности вы знаете? Какие цели ставят социальная, политическая, экономическая, культурная или правовая защита?
- Какими типами злоупотреблений властью занимается правозащитная деятельность?
- Всегда ли наделение граждан большими правами является целью или результатом правозащитной деятельности? Почему?
- Является ли рост гражданского самосознания целью или результатом кампании? Почему?
- Всегда ли целью или результатом такой деятельности является изменение политики? Почему?
- Какие еще общие цели правозащитной деятельности вы знаете?
- Какой аудитории обычно удается достичь при такой деятельности?
- Кто выигрывает от правозащитной деятельности?
- Кто получает полномочия благодаря этой деятельности?
- Какие этические нормы и ценности связаны у вас с термином «правозащитная деятельность»?
- Какие доступные для понимания простых людей слова вы используете для объяснения своих мотивов? Существуют ли трудности при переводе их на другие языки? (Например, «правозащитник» по-английски звучит как «адвокат»)

5. На основании дискуссии участники вырабатывают общее рабочее определение правозащитной деятельности. Волонтер записывает его на листе бумаги или мелом на доске.

Упражнение 2: Осуществление правозащитной деятельности

Задачи:

- Обсудить, кто обычно участвует в правозащитной деятельности
- Провести анализ вовлечения людей в эффективную кампанию

Время: 30 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров руководит обсуждением. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй доброволец фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Вспомните определение правозащитной деятельности, данное группой в предыдущем упражнении.

2. Обсудите, кто обычно участвует в правозащитных кампаниях и как можно этих людей наиболее эффективно в нее вовлекать. Волонтер фиксирует ответы участников.

3. Среди вопросов, которые рассматривает группа, следующие:

- Кто инициирует правозащитную деятельность?
- Кто ее осуществляет?
- Служит ли она приоритетным интересам инициаторов, участников кампании и/или тех, кто будет пользоваться ее плодами? Существует ли разница? Почему да или нет?
- Какие виды деятельности могут быть включены в правозащитную работу?

- Каковы трудности этой деятельности?
- Каким образом наличие общего видения может способствовать усилению эффективности такой работы?
- Каким образом подход, основанный на приоритете права, усиливает эффективность деятельности?
- Каковы преимущества включения в деятельность группы множества различных перспектив?
- Каковы сложности или препятствия на пути участия различных групп в кампаниях (такие как участие людей разного пола, возраста, этнического происхождения, класса, религии, профессии или возможностей)? Как эти барьеры могут быть преодолены?
- Каким образом следующие действия могут улучшить эффективность деятельности:
 - участвующие процессы принятия решений;
 - твердая позиция лидеров;
 - наличие у участников профессиональных навыков общения;
 - работа в коалиции и партнерстве.

Упражнение 3: Компоненты плана правозащитной деятельности

Задачи:

- Определить и провести анализ компонентов плана правозащитной деятельности.
- Изучить примеры стратегий и правозащитных кампаний

Время: 120 минут

Материалы: Видеофильм «Подготовка правозащитных кампаний», видеоплеер, телевизор, большой лист бумаги или доска с мелом, маркеры или мел.

Ведущая семинара из числа волонтеров группы возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй доброволец фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Волонтер пишет фразу КОМПОНЕНТЫ ПЛАНА ПРАВОЗАЩИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ в центре листа бумаги или на доске.

2. Участницы по очереди определяют компоненты плана, в то время как волонтер их записывает.

3. После дискуссии участницы смотрят видеофильм «Подготовка правозащитных кампаний», в котором четыре активистки представляют правозащитные стратегии, используемые в соответствующих кампаниях в их странах.⁵

⁵ Несмотря на то, что примеры, продемонстрированные в видеофильме «Подготовка правозащитных кампаний» включают разработку нового законодательства, реформирование существующего или стремление к

* Гульзи Набиева из Казахстана описывает кампанию о необходимости изменений в законодательных документах и включении в законодательство понятия о домашнем насилии в Казахстане

* Толекан Исмаилова из Кыргызстана рассказывает о кампании по привлечению внимания общественности и международных организаций к положению беженцев-женщин из Андижана после событий 13 мая 2005 года и защите их прав.

* Гульнара Каракулова, лидер Шимкентского ЖРЦ, описывает усилия женских НПО по привлечению внимания общественности и государственных органов к проблеме торговли людьми и оказания помощи жертвам.

* София Касымова, директор гендерного аналитического центра из Таджикистана, описывает информационную кампанию женских НПО и СМИ по изменению гендерных стереотипов и патриархальных норм, допускающих домашнее насилие в отношении женщин.

4. Затем волонтер зачитывает вслух следующую информацию, содержащуюся в видеофильме—описание основных компонентов планы правозащитной кампании:

его реализации, сами действия обращены ко многим общим проблемам, таким как патриархат, традиционная и обрядовая практика в культуре или институциональная политика.

Компоненты плана кампании

- a. Определение цели;
- b. Формирование коалиции;
- c. Разработка общего видения;
- d. Формулирование и реализация стратегий;
 - правовая стратегия;
 - исследовательская стратегия;
 - политическая стратегия;
 - стратегия переговоров;
 - стратегия работы со СМИ;
- e. Переосмысление стратегий;
- f. Измерение успешности отдельных этапов;
- g. Оценка прогресса в реализации долгосрочного видения.

5. После просмотра видеофильма группа обсуждает следующие вопросы:

- Какие еще компоненты из определенных ранее в данном упражнении могут быть использованы в четырех кампаниях, показанных в фильме?
- Все ли из перечисленных компонентов плана потребуются вам и почему? Почему вы решили отказаться от тех или иных компонентов?

6. Участницы делятся на небольшие команды. Используя четыре кампании в качестве примера, каждая команда:

- детально анализирует один или более компонентов плана, показанных в видеофильме;
- обсуждает механизмы реализации данных компонентов;
- готовит резюме своего обсуждения.

7. Представительница каждой команды представляет резюме всей группе, выделяя пункты, вызвавшие разногласия или продолжительную дискуссию.

8. Участницы обсуждают в командах некоторые или все предложенные вопросы:

А. Определение цели: В видеофильме Гульзи Набиева рассказывает как много женщин обращаются в НПО по поводу случаев избиения жен и детей мужьями, оскорблений и унижений, которым подвергаются молодые невестки, а иногда и старые люди, Вот что говорит Гульзи Набиева: «Согласно традициям главой дома и кормильцем является муж, если жена или дети не слушают его, он поднимает на них руку, особенно если он пьян. Поэтому мужчины не считают это преступлением. У нас была задача, чтобы домашнее насилие было признано преступлением. Наша кампания началась в 2001 году, неправительственные организации по всему Казахстану вели разьснительную работу, собирали интервью у женщин,

пострадавших от домашнего насилия...К этой работе мы привлекли партнеров из Южного Казахстана и других регионов страны...»

Гульнара Каракулова рассказывает о цели своей кампании: «С проблемой торговли людьми мы столкнулись уже в 1998 году, кампанию начали в 2001 году 10 НПО, позже нас стало 12. Госорганы считали, что это надуманная проблема, им не было известно о том, что люди могут оказаться рабами в другой стране, куда их вывезли, предложив им работу. Это было главным препятствием, а у нас были факты и цифры. Мы решили об этом рассказать, провести кампанию и донести эту информацию до всех для того, чтобы молодые люди не стали жертвами торговли людьми, а траффинг считался преступлением...Вот тогда они признали, что такая проблема есть»

Толекан Исмаилова рассказывает о кампании, которую провела ее организация летом 2005 года, когда после событий в Андижане в приграничной зоне Кыргызстана оказались тысячи беженцев. «Это были в основном простые женщины и дети, были и молодые люди... Власти (Кыргызстана) создали фильтрационные лагеря. Мы поехали в такой лагерь в Тешик-Таше ...Они жили в ужасных условиях, но боялись возвратиться домой, их считали мятежниками, надо было людям помочь получить статус беженцев... Азиза Абдирасулова пригласила журналистов, они сняли фильм, в котором были интервью с очевидцами событий 13 мая....»

София Касымова рассказывает об информационной кампании, которую в течении нескольких лет проводят ее организация и другие таджикские НПО, чтобы привлечь внимание к проблеме домашнего насилия: «

- Кто определяет проблему, которую призвана разрешить кампания?
- Кто является «потерпевшей стороной»?

- Кто больше всех заботится о ее решении, включая тех, кого она непосредственно не затрагивает?
- Чьи интересы отстаиваются во время кампании?
- Важно ли для достижения цели представить политическое решение? Почему?
- Почему определение общей цели помогает очертить краткосрочные задачи, стратегии и действия для их достижения?

В. Формирование коалиции: О важности коалиций. В соответствии с позицией Гульзи Набиевой, правозащитная кампания подразумевает скорее командную работу, чем усилия каких-то отдельных лиц. Обосновывая свое мнение, она говорит, что надо изменить отношение общества к домашнему насилию как к преступлению, а не считать его внутренним делом семьи, «общество должно понять, что это влияет на состояние общества, поэтому это важно. Единственным способом доказать это - создание коалиции тех организаций и людей для поддержки наших действий». Более того, считает Набиева, «Не надо думать, что только Ваша организация может одна это сделать. Важно находить себе единомышленников и партнеров...» Разнообразие мнений людей и групп, поддерживающих вашу позицию, очень важно.

В дополнение к этому Толекан Исмаилова говорит: «Мы привлекли внимание правозащитников из Украины, США, Франции и других стран, а также международные организации, и они поддержали нас. В первую очередь это были сотрудники офиса Верховного комиссара по делам беженцев ООН в Бишкеке...».

1. *О работе коалиций.* По мнению Махназ Афхами, ведущим фактором в формировании обучающего сообщества являются “люди, которые уважают друг друга и обладают полным пониманием ценности чужого мнения, вклада, сотрудничества.... При

совместной работе мы обогащаемся мудростью, опытом разных историй, культур, мифологий, трудностей и решений наших народов. Соответственно, это идет на пользу всем. ”

- ii. *О членстве в коалиции.* В Казахстане наиболее активными участниками коалиции по защите жертв преступлений по торговле людьми были юристы и представители НПО, которые имели дело непосредственно с жертвами и могли фиксировать их рассказы. Вот что рассказывает Гульнара Каракулова: “ мы приходили в госорганы и рассказывали о конкретных людях, которые пострадали от этого преступления».

О коалиции в таджикистанской кампании, рассказывает София Касимова: « В коалицию входили НПО журналистов и наш Гендерный аналитический центр. Именно журналисты были нашими главными союзниками.» . Набиева разъясняет, что была создана Рабочая группа по проблеме домашнего насилия. Она и объединила НПО из различных регионов Казахстана, чтобы убедить парламент о необходимости разработки и принятия закона о домашнем насилии. Говоря о таджикистанской кампании, Касимова говорит, что членами их коалиции были журналисты из разных средств массовой информации государственных и независимых изданий, радио и телевидения.

- Каковы преимущества работы в коалиции?
- Каковы недостатки работы в коалиции?
- Почему участие основателей коалиции и представителей целевой группы повышает ее эффективность?
- Каким образом привлечение различных голосов и групп усиливает коалицию? Каким образом это ее ослабляет?

- Каковы препятствия на пути привлечения различных групп со своими точками зрения? Как их можно преодолеть?
- Каким образом коалиция обогащается за счет умений и навыков своих членов?
- Какую роль должны играть эксперты и должны ли?
- Как организовать работу таким образом, чтобы каждый член коалиции чувствовал, что его вклад значим?
- Какие процессы принятия решений могут усилить коалицию? Должны ли члены коалиции участвовать в совместном принятии решений или только выполнять решения других? Должны ли отдельные члены коалиции иметь возможность инициировать собственные акции и мобилизовать ресурсы для их реализации? Почему?
- Каким образом члены коалиции могут распределять ответственность и в то же время решать свои задачи?
- Каким образом можно уважать и оценить вклад каждого участника коалиции в общую работу? Как еще могут члены коалиции совершенствовать взаимодействие для дальнейшего продвижения кампании?
- Какие навыки коммуникации могут минимизировать конфликты и улучшить сотрудничество внутри коалиции?
- Каким образом стереотипы и предубеждения членов коалиции в отношении друг друга могут негативно влиять на работу? Как их преодолеть?

- Содействуют ли вовлекающие и участвующие стили лидерства устойчивости коалиции? Почему?
- Как можно использовать информационные и коммуникативные технологии для укрепления коалиции?
- Существуют ли “минусы” у участвующих методов, а также у методов построения коалиции? Если да, назовите их? Стоит ли тратить время и ресурсы на развитие участия, вовлечения и построение коалиций? Почему?

С. Выработка совместного видения: “Видение цели является главным элементом в разработке стратегии»,- рассказывает Гульнара Каракулова - «Необходимо понимать, что вы собираетесь делать и иметь ясные цели”. Вот что говорит Толекан Исмаилова в видеофильме по вопросу общего видения во время кампании по защите прав беженцев: «Права человека для каждого» - необходимо принимать в качестве основного принципа прав человека”. Набиева рассказывает, что в кампании против домашнего насилия все участники действовали в рамках общего видения: хотя организации-участники и имели свои приоритеты, не связанные с домашним насилием, но все работали вместе благодаря этому общему видению”.

- Включает ли видение установление максимальных и минимальных приемлемых целей или результатов кампании? Почему?
- Должно ли видение содействовать очерчиванию конкретных измеряемых задач правозащитной кампании? Поясните.
- Может ли видение меняться по ходу кампании? Каковы преимущества и недостатки гибкого, адаптируемого видения?
- Назовите препятствия на пути формирования общего видения среди различных групп или

даже схожих групп или людей. Как их преодолеть?

- Каким образом общее видение может помочь мобилизовать различные группы или отдельных людей?

D. Формулирование и воплощение стратегии:

Использование конституционных и международных правовых рамок. Набиева говорит, что правовая стратегия в ходе кампании в Казахстане было в доказательстве, что домашнее насилие является комплексным видом преступления, поскольку Министерство юстиции считало, что «В Уголовном кодексе» есть статьи, которые преследуют за нанесение физических травм, побоев, хулиганство, сексуальное насилие и т.д. поэтому «нашей задачей было, чтобы в законодательстве было определение домашнего насилия, как комплекса физических действий, носящих систематический характер, и систематического морального и финансового давления». Поэтому важной частью стратегии кампании, которая велась в течении четырех лет, было создание и принятие специального законопроекта, признающего домашнее насилие преступлением и определяющего различные виды домашнего насилия и определение наказания за них.

Использование исследований. В Казахстане участники кампании по торговле людьми провели два исследования, чтобы получить обоснование своих аргументов. «Сначала мы выявили причины, масштабы и формы данного явления», - рассказывает Гульнара Каракулова. «Второе исследование имело юридическую направленность и было связано с изучением казахстанского законодательства в отношении вопроса торговли людьми.» Для продвижения поставленного вопроса использовались организация рабочих встреч и круглых столов для представления результатов проведенного исследования, на которые приглашались официальные лица, представители СМИ, эксперты и активисты по защите прав женщин. Она отметила, что важной частью кампании является издательская

деятельность по результатам исследований – плакаты, брошюры, листовки, которые распространяются с тем, чтобы как можно больше людей могло быть информировано. Говоря об опыте таджикостанской кампании против домашнего насилия София Касимова также отмечает значение исследований и просвещение как можно больше людей об этой проблеме через издание плакатов, брошюр, листовок с данными исследований и их распространение в школах, вузах, в махаллях и улицах.

Направление петиций. Толекан Исмаилова описывает использование в ходе их кампании письменных обращений в международные организации, членам парламента и коллегам из других правозащитных организаций в разных странах, они была написаны с тем, чтобы ознакомить их с фактами и цифрами, касающиеся людей, оказавшихся в фильтрационных лагерях.

Переговоры с лицами, принимающими решения, и правительственными структурами. В кампании в Кыргызстане Толекан Исмаилова решила вступить в переговоры с политиками – членами парламента. «Мы решили взять инициативу на себя», объясняет она, «поскольку стремились к принятию решения по беженцам. Мы разъясняли, что эти люди не могут вернуться в Узбекистан, они там могут быть подвергнуты аресту, и в соответствии с международными конвенциями им надо дать статус беженцев». Поэтому юристы этой и других правозащитных организаций готовили документы по каждому, кто оказался в фильтрационных лагерях, с тем чтобы они были признаны беженцами, которые легли в основу переговоров с правительством и с офисом ООН Верховного комиссара по беженцам в Бишкеке. В Казахстане, рассказывает Гульзи Набиева, «мы разработали проект закона о домашнем насилии, подготовленный несколькими женскими неправительственными организациями, который был направлен в адрес Совета по делам женщин при Президенте р.Казахстан. Далее стал шаг работы уже с членами парламента.

Об информационной кампании в Таджикистане София Касимова рассказывает, что их обращение в адрес правительства имело главной мыслью то, что республика Таджикистан должен соблюдать права женщин и права человека как в соответствии с Конституцией страны, так и с международными конвенциями. Организаторы кампании подчеркивали, что правительство обязано внести в законодательство поправки, соответствующие принципам соблюдения прав женщин и прав человека и взять на себя обязательства по их выполнению. политическая стратегия

Привлечение внимания общественности через СМИ.

Гульнара Каракулова рассказывает о предпринятых в кампании по борьбе с торговлей людьми усилиях по привлечению общественного внимания к проблеме торговли людьми благодаря привлечению студентов вузов, колледжей и лицеев, а также старших школьников. которым были розданы фотографии, листовки и другие материалы по торговле людьми. Гульзи Набиева рассказывает как в праздновании ежегодного женского дня 8 марта акцент делался на теме домашнего насилия; соответствующие материалы размещались в СМИ. София Касимова говорит: «Пресса исследовала случаи из реальной жизни, и они свидетельствовали, что женщины преодолели страх и стали рассказывать о том, чему были свидетелями.» Толекан Исмаилова рассказывает об усилиях правозащитников по привлечению внимания к беженцам через СМИ о газетных статьях, телеинтервью и телефильм. Участники кампании также использовали выступления в прямом эфире, куда можно было звонить и задавать вопросы”.

- Подумайте о других возможных стратегиях, помимо рассмотренных: правовой, исследовательской, политической, а также стратегий ведения переговоров и отношений со СМИ.
- Каким образом использование комбинированной стратегии может улучшить эффективность кампании?

- Должно ли использование коммуникационных технологий—таких как радио, телевидение, электронная почта и вебсайты—быть стратегией любой кампаний? Почему?
- Каким образом текущие события, такие как выборы, митинги или свежие новости предлагают возможности проведения кампаний? Существуют ли специальные стратегии, помогающие максимально использовать имеющиеся возможности? Если да, опишите их.
- Существуют ли стратегии, позволяющие минимизировать потенциальные угрозы и риски в отношении кампаний? Если да, опишите их.
- Должны ли используемые стратегии соответствовать принятым в коалиции ценностям? Почему?

Е. Стратегии переосмысления: Во время кампании против домашнего насилия в Казахстане возникло препятствие после начала переговоров между представителями неправительственных организаций и некоторыми парламентариями. Среди них были люди, которые считали, что в Казахстане нет речи об ущемлении прав женщин, так как казашки никогда в истории не носили паранджу, их не отделяли от мужской половины, как в соседнем Узбекистане, но главой семьи был муж, а жена должна его слушать. В парламенте были и сторонники многоженства. «Нам пришлось переосмыслить стратегию при столкновении с данным барьером» - говорит Гульзи Набиева. «Тут мы использовали наши пословицы, эпос и строки из Корана, мы показывали на те традиции нашего народа, которые показывают уважение к женщине, для того, чтобы продемонстрировать, что наша культура не противоречит равенству, в нашей истории есть примеры уважительного отношения к женщине, сотрудничества, справедливости и равенства между мужчиной и женщиной».

В ходе кампании в Таджикистане было ясно, что никто из традиционных кругов страны не хочет перемен. Всех устраивает существовавшее положение фактического неравенства. Активисты и журналисты противостояли этому. В своих выступлениях, интервью и программах они показывали, что домашнее насилие во всех его формах противоречит религии, противоречит Исламу, который исповедует большинство населения. «Мы попытались показать несправедливость постулата о том, что мужчина имеет право на насилие в отношении жены. Мы также хотели показать, что это противоречит Конституции и юридическим нормам, а также Исламу. И все общество не должно принимать сложившуюся практику домашнего насилия, как норму.»

- Какие события или обстоятельства ведут к необходимости переосмысления стратегий?
- В чем выгоды от переосмысления стратегий?
- Означает ли необходимость переосмысления стратегии некачественное планирование кампании? Если нет, почему?

Ф. Измерение успеха: Как рассказывает Гульзи Набиева, успех кампании против домашнего насилия измерялся по нескольким направлениям. Первым результатом стало придание дискуссиям общественного характера и отмена табу на эту тему. Вторым результатом стало то, что женщины стали обращаться за помощью. Они знали, что существуют группы, способные оказать им поддержку. Третьим результатом стало то, что через четыре года после начала кампании был принят закон, что свидетельствуют о том, что проблема признана. Четвертым результатом стало то, что казахстанские НПО научились объединяться, а не конкурировать. Что касается кампании по предотвращению торговли людьми, рассказывает Гульнара Каракулова, тема была признана, как проблема, государственными органами. Благодаря этому были выделены бюджетные средства для

принятия мер для помощи жертвам преступления и наказания организаторов этого преступления, были внесены поправки в законодательство – организация торговли людьми признана и названы меры наказания за это преступлением, созданы условия для помощи жертвам: организованы убежища для жертв этого преступления и их обучение профессиям. В результате кампании госорганы стали с доверием относиться к неправительственным организациям, было принято решение о государственных грантах для НПО. НПО, вошедшие в коалицию, продолжают сотрудничество и по другим вопросам, в частности, по обучению лидерству. Толекан Исмаилова считает кампанию по признанию пострадавших людей в результате событий в Андижане в 2005 году беженцами неоконченной, так как хотя фильтрационные лагеря получили статус лагерей беженцев, а люди получили гуманитарную помощь, пока статус беженцев получили 16 человек, и некоторые из них смогли найти постоянное прибежище в различных странах. София Касимова считает, что проведение кампании, которая ведется третий год, способствовало к укреплению НПО, участвующих в ней, они нашли партнеров, расширили круг своих целевых групп, поверили в свои силы, получили общественное признание. «Домашнее насилие признано обществом проблемой, - говорит София, - « важно выразить благодарность людям, оказавшим любую поддержку кампании . В связях с общественностью и лоббировании всегда важно не забывать поблагодарить людей, поскольку вам с ними еще предстоит встречаться. Всегда нужно находить новых друзей и давать понять, что от этого выигрывают все.»

- Какие преимущества дает установление количественных и качественных критериев успешности промежуточных и общих результатов?
- Каковы недостатки количественных и качественных измерителей и критериев успеха?

- Каким образом измерение влияния плана кампании может помочь в планирование будущих кампаний?
- Почему во время кампании важно отмечать личные и организационные достижения?
- Каким образом дипломатичность и благородство способствуют решению проблем, которые могут возникнуть во время проведения кампании; как они помогают выстраивать базу для более эффективных кампаний в будущем?

Г. Оценка прогресса: Говоря о будущем кампании по беженцам, Толекан Исмаилова отмечает в ходе видеофильма, «Прежде всего мы надеемся, что нам удастся, что в ближайшее время еще 12 человек подготовлены документы для получения статуса беженцев. Во-вторых, мы надеемся, что у нас будет возможность получить дополнительно гуманитарную помощь для поддержки тех, кто еще в лагерях.» София Касимова говорит, что «кампания по искоренению домашнего насилия будет продолжаться. Очень важно, чтобы происходили изменения взглядов в обществе на эту проблему. Только в этом случае будет прогресс. Необходимость вовлекать новых партнеров в коалицию, в первую очередь, юристов – наша задача сегодня.» Говоря о развитии кампании по домашнему насилию в Казахстане, Гульзи Набиева отметила, что после четырех лет «работа еще не закончена. Хотя закон принят надо работать над тем, чтобы закон работал» Для этого, считает она, надо вести просветительскую работу, сами женщины и общество в целом должны желать перемен. Ничто не происходит в мгновение ока. В этом вопросе и нельзя считать домашнее насилие семейным делом, не закрывать глаза, когда оно имеет место у соседа, у сотрудника, у родственника.» Гульнара Каракулова разделяет это мнение: «Нам необходимо быть очень, очень терпеливыми и видеть каждое событие как звено в цепи большого процесса,» считает она. «Первые несколько лет мы

думали, что сможем помочь жертвам торговли людьми, обучая их какой-то профессии, но когда есть безработица и бедность, людей легко обманывать, обещая золотые горы где-то. Наказание не пугает преступников, когда в наших странах существует коррупция. Замечательной чертой нашей кампании стало общее чувство принадлежности одной цели. Все участники кампании осознали, что в успехе есть частица и их труда, что кампания была достигла своей цели.»

- Является ли процесс кампании линейным? Является ли быстрое решение задач кампании сигналом о ее завершении?
- В чем преимущества планирования кампании, развивающегося по спирали и включающего переосмысление и переоценку задач и стратегий в соответствии с долгосрочным видением?
- Должна ли оценка кампании включать анализ процессов и способов, используемых для достижения промежуточных целей? Почему?
- Почему для всех участников кампании важно ощущение полноправного участия в процессе и причастности к ее результатам? Важно ли это при оценке прогресса кампании?

Н. Оценка группой видеофильма «Подготовка правозащитных кампаний». Среди вопросов, рассматриваемых участниками, следующие:

- Помог ли вам видеофильм лучше понять шаги, необходимые при планировании и реализации кампании?
- Помог ли вам видеофильм лучше понять и стратегии ведения кампании?
- Какие разделы видеофильма показались вам наиболее и наименее ценными?
- Какие дополнительные визуальные материалы были бы вам полезны?

Упражнение 4: Разработка плана кампании

Задача:

- Создание эффективного плана и стратегии кампании

Время: 90 минут

Материалы: Нет

Ведущая семинара из числа волонтеров группы возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим.

1. Участницы делятся на команды по три-четыре человека и продумывают планы кампании в соответствии со своим общим видением⁶ и ценностям в отношении конкретных вопросов внутри своего сообщества, в своей стране и на международном уровне.

2. Команды рассматривают некоторые или все приведенные вопросы по разработке плана кампании:

а. Определение цели

- Какие долгосрочные социальные изменения вы хотели бы видеть?
- Кого и как касаются эти изменения?
- К каким изменениям в отношении политики принятия решений или властных структур вы стремитесь (если стремитесь к таковому)?
- Каких промежуточных целей вы бы хотели достичь?

⁶ О работе группы см. разработку общего видения, Сессия 7: “Как выработать общую перспективу?” в учебнике «Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров».

- Назовите 3-5 конкретных задач, которые могли бы помочь достичь ваших промежуточных целей ?
- Каков ожидаемое воздействие вашего плана?

в. Построение коалиции

- Какие конкретные задания надо выполнить для решения ваших задач? Кто будет выполнять каждое задание?
- Кто ваши сети поддержки и союзники на местном, национальном, региональном или глобальном уровнях? Кто может оказать вам глобальную поддержку в достижении ваших правозащитных целей?
- Кто ваши потенциальные оппоненты? Каким образом вы можете убедить их поддержать вас, или как вы можете преодолеть созданные ими препятствия?
- Кто те “эксперты”, что могли бы способствовать усилению эффективности кампании?
- Как сделать так, чтобы каждый участник чувствовал себя вовлеченным в общее дело и ощущал важность своего вклада в общий результат?
- Какова роль членов коалиции? Будет ли она консультационной или активно участвующей? Будут ли они получателями информации или участниками принятия решений?
- Какие методы принятия решений и стили общения будут способствовать минимизации конфликтов и максимальной эффективности сотрудничества?
- Являются ли процессы принятия решений прозрачными и ответственными?

с. Формирование общего видения

- Можете ли вы изложить свое видение в не более чем 3-минутном выступлении для любой аудитории?
- Какие конкретные задачи помогут достижению этой цели?
- Можно ли измерить ваши задачи?
- Насколько, учитывая имеющиеся ресурсы, реалистичны ваши задачи?
- Какие ваши задачи не являются предметом торга на переговорах?
- Помогают ли задачи в определении стратегии?
- Есть ли у вас временной график?
- Будут ли члены коалиции и в дальнейшем помогать в формировании видения? Если да, каким образом?

д. Формулирование и реализация стратегий

- К кому вам требуется обратиться на правительственном, корпоративном, гражданском, общинном, семейном, и/или индивидуальном уровне для реализации своего плана?
- Какие стратегии вы планируете использовать при обращении к этим группам и их отдельным представителям?
- Отражает ли эта стратегия потенциал вашей коалиции наилучшим образом?
- Помогают ли принятые вами стратегии уложиться в график?
- Требуют ли ваша стратегия дополнительных человеческих, финансовых и прочих ресурсов, а также материалов? Если да, как вы сможете их получить?

- Каким образом средства коммуникации—радио, телевидение, электронная почта и вебсайты—могут увеличить аудиторию вашей кампании?
- Могут ли некоторые другие мероприятия, такие как выборы, митинги или новости дать дополнительные возможности для вашей кампании? Как полностью реализовать эти возможности?
- Может ли ваша кампания иметь обратный результат? Если да, то какие стратегии вы можете использовать для их минимизации?
- Назовите потенциальные угрозы или риски вашей кампании. Что вы можете включить в стратегию их уменьшения?

e. Переосмысление стратегии

- Учитывает ли ваш временной график незапланированные препятствия?
- Является ли ваш график гибким и адаптируемым к изменениям?
- Какие ресурсы вы можете использовать для изменения стратегии в случае необходимости?

f. Измерители успеха

- На какой стадии кампания может считаться успешной? Назовите 3-5 *количественных* и 3-5 *качественных* показателей, критериев или оценок, используемых для измерения краткосрочного и долгосрочного эффекта вашей кампании?
- Как вы отмечаете (празднуете) свои достижения?

g. Оценка прогресса

- На каких стадиях следует измерять достигнутое, чтобы убедиться в его соответствии задачам и целям?
- Какие критерии вы используете для оценки прогресса в достижении задач вашей кампании?
- Какие критерии вы используете для оценки проделанного и приближения к достижению задач?

3. Вся группа собирается для обсуждения плана кампании. Среди рассматриваемых вопросов следующие:

- Что было самым сложным в выработке плана кампании?
- Имели ли место неожиданности?
- Каким был коллективный процесс принятия решений?
- Были ли случаи обучения членов группы друг у друга, адаптации или использования идей других?
- Довольны ли вы окончательным планом? Какие пути его применения вы видите?

4. Представительницы каждой команды по очереди представляют группе свои планы. Участницы анализируют и проводят критический анализ их эффективности. Группа обсуждает все или некоторые следующие вопросы:

- Отражает ли план стиль лидерства с твердой позицией лидера?
- Отражает ли план стиль участвующего общения?
- Соответствует ли план принципам обучающего сообщества?
 - Предполагает ли план участие различных групп в подготовке и реализации его этапов?
 - Использует ли план нравственные средства для достижения целей?
- Какие рекомендации вы можете дать для улучшения плана?

Оценка пособия и видеофильма

Оценка является важным элементом любого обучения, т.к. позволяет участникам осмыслить полученные знания, а также эффективность собственно обучающего процесса. Более того, ведущие семинара могут использовать мнения участников для дальнейшего совершенствования сессий.

Упражнение 5: Оценочное упражнение

Задачи:

- Оценить знания, полученные из пособия и видеофильма
- Оценить учебные процессы из данного учебника и видеофильма

Время: 30 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй волонтер фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Участницы по очереди называют части пособия и видеофильма «Подготовка правозащитных кампаний», которые им понравились более всего и приводят доводы и поддержку своего мнения. Волонтер фиксирует комментарии участников на листе бумаги или мелом на доске.

2. Таким же образом участницы определяют аспекты данного пособия и видеофильма, которые им *наименее* понравились и объясняют причины. Волонтер также фиксирует и данные комментарии.

3. Далее участницы рассматривают следующие вопросы:

- Оправдали ли ваши ожидания семинар и упражнения, представленные в учебнике и видеофильме «Подготовка правозащитных кампаний»?
- Какие аспекты ведения кампании показались самыми легкими, а какие – самыми трудными?
- Чувствуете ли вы себя более готовыми к планированию и участию в правозащитной кампании?
- Существуют ли аспекты деятельности, о которых вы бы хотели узнать подробнее? Назовите их.
- Чувствуете ли вы необходимость получения большего объема практических знаний по какому-либо аспекту?
- Каким образом, по вашему мнению, вы сможете применить полученные знания о кампании в повседневной жизни?
- Собираетесь ли вы участвовать в правозащитных кампаниях?

