



ПОСІБНИК З ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ

**AMNESTY
INTERNATIONAL**





Переклад та видання "Посібника з проведення кампаній" здійснено за фінансової підтримки програми "Верховенство права" Міжнародного Фонду "Відродження" згідно угоди з Міжнародною Амністією в Україні

Переклад з англійської: **Дмитро Копилов**

Редагування: **Ольга Веснянка**

© Copyright Amnesty International 1997

Вперше опубліковано у 1997 році
Видавництво Amnesty International Publications
1 Easton Street, London WC1X 8DJ, United Kingdom

ISBN: 0 86210 271 5
AI Index: ACT 10/02/97

Мова оригіналу: англійська

Всі права захищені.
Заборонено відтворення, зберігання та передачу будь-якої частини цього твору у будь-якій формі та на будь-яких носіях (електронних, паперових, фотокопіювальних чи записуючих), без попередньої згоди видавців.

Посібник з проведення кампаній

Міжнародної
Амністії

AMNESTY
INTERNATIONAL



Міжнародна Амністія

МІЖНАРОДНА АМНІСТІЯ (Amnesty International – далі AI) – організація, яка шляхом проведення кампаній керує правозахисним рухом по всьому світу, щоби забезпечити захист всіх прав людини, закріплених у Загальній декларації прав людини та інших міжнародних стандартах. Зокрема, AI проводить кампанії, спрямовані на звільнення в'язнів сумління; забезпечення справедливого та швидкого судового слухання для політичних в'язнів; скасування смертної кари, катування та інших актів жорстокого поводження з ув'язненими; зупинення політичних вбивств та «зникнень»; та опір порушенням прав людини з боку опозиційних груп.

AI налічує близько одного мільйона членів та учасників своїх кампаній із 162 країн та територій. Активісти що тільки не роблять – від вуличних демонстрацій громадськості до написання листів, від правозахисної просвітницької роботи до проведення концертів для отримання пожертв, від подання індивідуальних запитів щодо конкретних справ до проведення глобальних кампаній з обраної тематики.

AI налічує близько 8000 груп у 80 країнах, зокрема й місцеві групи, молодіжні або ж студентські групи, та професійні групи. Чимало з цих груп опікуються довгостроковими завданнями - звільнення понад 7000 в'язнів сумління та інших жертв порушення прав людини. Близько 80000 людей працюють в рамках мережі AI з проведення акцій термінової допомоги, коли збирають звернення на підтримку людей, які опиняються в небезпеці.

AI здійснює свою діяльність неупереджено та не залежить від жодного уряду, політичного руху чи релігійної течії. Фінансування діяльності AI відбувається переважно за рахунок членських внесків та добровільних пожертв від людей та організацій з різних куточків світу.

Зміст

Передмова / 1

Глосарій / 2

Вступ / 4

ЧАСТИНА 1. ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ У СВІТІ, ЩО ПОСТІЙНО ЗМІНЮЄТЬСЯ

Глава 1. Стратегічне планування кампанії / 9

Що таке стратегічне планування? / 10

Як робити вибір / 12

Принципи гарного проведення кампаній / 13

Застосування принципів на практиці / 14

Інструменти для розробки стратегії / 22

Можливі цілі для проведення кампанії / 24

Глава 2. Проведення кампаній у сучасному світі / 27

Взаємовідносини між країнами / 28

Зв'язки та співпраця зі збройними силами, відомствами безпеки та правоохоронними органами / 35

Інформаційні технології / 46

Глава 3. Як організувати акції / 52

Планування міжнародних акцій / 53

Проведення національних кампаній / 54

Тематичні кампанії / 60

Проведення кампаній та вплив на соціально-психологічний клімат в організації / 62

Глава 4. Реагування на кризи / 67

Критерії започаткування акцій реагування на кризи / 68

Початок довгострокової роботи / 68

Цілі акцій реагування на кризи / 69

Політика AI та реагування на кризи / 69

Завдання секції / 70

Мобілізація для проведення акцій / 70

Мобілізація для масштабного реагування / 74

Методи проведення кампаній / 75

Глава 5. Збір добровільних пожертв та проведення кампаній / 78

Що таке поєднання збору пожертв та проведення кампаній? / 79

Навіщо поєднувати? / 80

Засади діяльності зі збору пожертв / 80

Методи залучення підтримки / 81

Методи об'єднання підтримки / 85

Стала стратегія / 87

Наскільки у вас поєднані збір пожертв та проведення кампаній? / 88

Допомога у зборі пожертв / 89

Глава 6. Міжнародні правозахисні стандарти та організації / 90

Міжнародне законодавство з питань прав людини / 91

Глобальні та регіональні стандарти з питань прав людини / 91

Стандарти з конкретних тем у сфері захисту прав людини / 92

Важливість міжурядових організацій / 98

Важливість міжнародних стандартів з прав людини / 98

Зміцнення міжнародної правозахисної мережі / 99

Використання міжнародної правозахисної мережі / 99

ЧАСТИНА 2. ЯК МИ ДОСЯГАЄМО ВИКОНАННЯ НАШИХ ЦІЛЕЙ ТА ЗАВДАНЬ

Глава 7. Технології проведення кампаній / 102

Написання листів та петицій / 103

Спікер-тури / 111

Громадські заходи та протести / 118

Контакти з посольствами / 124

Підтримка знаменитих людей/ 131

Глава 8. Підготовка матеріалів кампанії / 134

Вибір матеріалів / 135

Зміст / 135

Написання та редагування / 136

Дизайн / 136

Друк / 137

Проспекти/ 139

Інформаційні матеріали / 140

Доповіді/ 140

Постери / 141

Плакати / 142

Транспаранти / 142

Бюлетені новин/ 142

Фотовиставки / 143

Листівки / 143

Наліпки / 144

Відео- та аудіоматеріали / 144

Матеріали від МС / 145

Ведення кампаній у інтернеті / 145

Глава 9. ЗМІ та робота з громадськістю/ 146

Роль ЗМІ / 147

Як побудувати стратегію роботи зі ЗМІ / 147

Робота зі ЗМІ / 150

Як завоювати висвітлення у ЗМІ / 152

Повідомлення про проблеми / 162

Допомога МС у роботі зі ЗМІ / 164

Координація роботи зі ЗМІ інших / 166

Моніторинг та оцінювання / 166

Глава 10. Залучення громадськості / 168

Залучення громадськості / 169

Ділові кола / 175

Офіцери військових та правоохоронних органів / 186

Міжнародна правнича мережа / 192

Профспілки / 198
Молодіжні активісти / 202
Релігійні групи / 207
Галузь охорони здоров'я / 212
Захист прав жінок / 218
Захист прав дітей / 224
Співпраця з правозахисним рухом / 229

Глава 11. Лобіювання місцевого уряду / 235

Чому підхід до місцевого уряду важливий / 236
Розробка стратегії / 236
Методи проведення кампаній / 239
Контролюємо підзвітність уряду / 241
Практики лобіювання / 242
Двосторонні дії урядів із прав людини / 246

Глава 12. Освіта з прав людини / 249

AI та освіта з прав людини / 250
Пильніший погляд на освітні курси з прав людини / 250
Включення освіти з прав людини у проведення кампаній / 252

Глава 13. Оцінювання / 253

Важливість оцінювання / 254
Чому ви хочете провести оцінювання? / 254
Що ви хочете оцінити? / 255
Розрахунок часу / 255
Ресурси / 256
Яка інформація потрібна? / 256
Оцінка / 257
Оприлюднення результатів / 258

Передмова

Про цей посібник

Вже понад 35 років члени АІ проводять кампанії протесту з метою пропагування прав людини. У цьому посібнику ми зібрали приклади з практичного досвіду активістів і навели їх у доступній формі. Ми сподіваємося, що він стане довідником, до якого будуть звертатися ті, хто проводить кампанії на захист прав людини.

І хоча в посібнику підкреслюються особливості всіх складових роботи АІ (збір пожертв, організація та проведення кампаній, тощо), ми розбили цю книгу на самостійні тематичні розділи. Ми сподіваємося, це дозволить активістам легше його використовувати та, за необхідності, робити фотокопії або посилання на окремі розділи.

Цей посібник було написано переважно для активістів кампаній АІ, проте він буде корисним і для всіх тих, хто бере участь у правозахисному русі та в кампаніях інших організацій. Це документ для зовнішнього користування, отже його можна давати почитати людям, які не є членами АІ.

Цю книгу було розроблено як для маленьких, так і для великих секцій АІ, як для тих, хто лише починає проводити кампанії, так і для ветеранів. Проте її не слід вважати незмінним шаблоном, скоріше дороговказом. Деякі з наведених методів будуть актуальні для одних кампаній та секцій, але неприйнятними для інших. Проте, низка основних принципів

(таких, як потреба заздалегідь розробити стратегію та оцінювати будь-які дії та акції) будуть прийнятними та актуальними для всіх.

«Посібник з проведення кампаній Міжнародної Амністії» - це продукт спеціального проекту Міжнародного Секретаріату (МС), який виконав пан Патрік Ірл. Ми хотіли б подякувати йому за підготовку,

організацію та написання цього посібника. Окрема подяка авторам «Посібника американської секції з проведення кампаній для груп», членам голандської та британської секцій за надані матеріали, а також членам австралійської, польської, південнокорейської та багатьох інших структур АІ за їх поради та приклади з діяльності. Проект очолювали Програма проведення кампаній та реагування на кризи та МС.

За додатковою інформацією







Підходи АІ до проведення кампаній постійно розвиваються та змінюються. Їх різноманітність та гнучкість допомагають зробити ці кампанії успішними. Тому цей посібник не може вважатися вичерпним. Отже, якщо ви бажаєте дізнатися більше про методи проведення кампаній або про конкретні акції, звертайтеся до відповідного підрозділу АІ.

Якщо у вашій країні відкрито секцію АІ або її координаційний підрозділ, звертайтеся до офісу цієї секції або до відповідного координатора. Якщо вони не зможуть самі відповісти на ваше запитання, то його переадресують до МС в Лондоні.

Якщо вам немає до кого звернутися в своїй країні, ви можете звернутися відразу до МС за адресою:

**Міжнародна Амністія,
Програма з проведення кампаній та реагування на кризи,
Міжнародний Секретаріат,
1 вул. Істон,
Лондон WC1X 8DJ,
Велика Британія
Тел: 171 413 5500
Факс: 171 956 1157
Електронна пошта:
amnestyis@amnesty.org**

Глосарій

-  Питання (відповідь на нього допоможе розробити стратегію, або його можна поставити іншим)
-  Виділений пункт
-  Виділений підпункт
-  Увага або особливо важливий пункт
-  Пункт з переліку дій, які ви можете виконати
-  Підказка

- AGM** Annual General Meeting – Щорічні загальні збори
- AI** Amnesty International – Міжнародна Амністія
- AICS (ES)** Amnesty International Canadian Section (English-speaking) – Канадська англійськомовна секція Amnesty International
- AINZ** Amnesty International New Zealand - Amnesty International Нова Зеландія
- AIUK** Amnesty International United Kingdom - Amnesty International Велика Британія
- AIUSA** Amnesty International of the USA - Amnesty International США
- ANAT** Audio News Access Tape - Аудіозапис новин
- ANR** Audio News Release - Аудіо прес-реліз (АПР)
- APC** Association for Progressive Communications - Асоціація прогресивних комунікацій
- АРЕС** Asia-Pacific Economic Co-operation - Азійсько-тихоокеанська економічна співдружність (АТЕС)
- ARABAI** Amnesty International Arabic Publishing - Арабське видавництво Міжнародної Амністії
- co-group** An AI Section's coordination group – координаційна група секції Amnesty International
- CCR** Campaigns and Crisis Response program - Програма проведення кампаній та реагування на кризові ситуації
- CRC** Committee on the Rights of the Child – Комітет Конвенції з прав дитини
- ECOSOC** Economic and Social Council - Рада з економічних та соціальних питань
- EDAI** *Editorial Amnistía Internacional* - Іспанське видавництво Amnesty International
- EFAI** *Editions francophones d'Amnesty International* - Франкофонне видавництво Міжнародної Амністії
- EJE** Extrajudicial execution - ПСС (позасудові страти)
- EU** European Union - Європейський Союз
- FGM** Female genital mutilation – Каліцтва жіночих геніталій
- FWG** Fundraising Working Group – Робоча група зі збору коштів
- HRA** Human rights awareness – Обізнаність з прав людини
- HRE** Human rights education – Освіта з прав людини
- IBA** International Bar Association - Міжнародна асоціація юристів

ICCPR	International Covenant on Civil and Political Rights - Міжнародний пакт про громадянські та політичні права (МПГПП)
ICESCR	International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights - Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права (МПЕСКП)
ICJ	International Commission of Jurists – Міжнародна комісія юристів
ICM	International Council Meeting - Збори Міжнародної ради
ICRC	International Committee of the Red Cross - Міжнародний комітет Червоного Хреста
IEC	International Executive Committee - Міжнародний виконавчий комітет
IFRG	International Fund-Raising Group - Міжнародна група зі збору коштів
IGO	Intergovernmental organization - Міжурядові організації (МУО)
ILC	International Labour Conference - Міжнародна конференція праці
ILO	International Labour Organisation – (МОП) Міжнародна організація праці
IMET	International Military Education and Training - Міжнародна військова освіта та навчання
IS	International Secretariat – (МС) Міжнародний секретаріат
IWGC	International Working Group for Children - Міжнародна робоча група задля дітей
LIOP	Legal and International Organizations Program - Програма МС для юридичних та міжнародних організацій
MEC	Military, economic and cultural (relations) - військові, економічні та культурні відносини
MSP	Military, security and police (transfers) - Переміщення військ, зброї, обладнання, сил безпеки і поліції, надання військових і безпекових тренінгів і технологій
NAT	News Access Tape - Касета доступу до новин (КДН)
NATO	North Atlantic Treaty Organization - НАТО, Організація Північноатлантичного договору
NGO	Non-governmental organization - Неурядова організація (НУО)
OAS	Organization of American States - Організація американських держав (ОАД)
OAU	Organization of African Unity - Організація африканської єдності (ОАЄ)
OSCE	Organization for Security and Co-operation in Europe - ОБСЄ, Організація з безпеки і співробітництва в Європі
Q&A	Questions and answers – Питання і відповіді
RAN	Regional Action Network - Регіональна мережа дій
RMP	Research and Mandate Program - Програма досліджень та виконання мандату
SWOT	SWOT-аналіз
SYSTEC	Систематичне оцінювання методів, технологій
UA	Urgent Action - Акції термінової допомоги
UDHR	Universal Declaration of Human Rights - Всесвітня декларація з прав людини (ВДПЛ)
UK	United Kingdom – Об'єднане Королівство Великої Британії
UN	United Nations - ООН
UNDP	UN Development Programme - ПРООН Програма розвитку ООН
UNESCO	UN Educational, Scientific and Cultural Organization - Організація ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО)
UNHCR	UN High Commissioner for Refugees - УВКБ ООН Верховний комісар ООН у справах біженців
UNICEF	UN Children's Fund - ЮНІСЕФ Дитячий фонд ООН
USA	United States of America - США
VNR	Video News Release – Відео прес-реліз

ВСТУП

Рух Amnesty International (далі – AI) розпочався як кампанія у 1961 році. Стаття, що вийшла тоді в газеті «Брітіш Обзервер» (British Observer) та яка надала поштовх руху, який зараз охопив увесь світ, ніколи не сприймалась, як просте журналістське розслідування. Публікація мала заохотити людей до дій, які б призвели до конкретних змін. І з тих часів головним завданням AI стало досягнення змін шляхом проведення кампаній.

Щоби скористатися успіхом, якого змогла досягти організація AI, рух має пристосовуватися до змін в середовищі, де працює. Більше немає тієї очевидності, яка нібито існувала за часів холодної війни. Самі засади міжнародних відносин постійно змінюються, і з ними змінюються форми протесту та заходів соціального розвитку суспільства.

Рухи протесту та опору виходять з підпілля та працюють відкрито з новими формами урядування. Журналісти, які раніше лише випробовували межі терпимості офіційних структур, нині влаштовують експерименти що до того, як можна формувати суспільну думку заради поштовху до змін. Заходи з лобіювання, юридичного захисту та маркетингу тепер підсилюють вплив акцій масового протесту та страйків. У деяких країнах суспільні акції протесту втратили свою корисність, хоча лише набирають силу в інших. Новітні технології відкривають нові можливості для тих, хто має до них доступ та зрозумів їхній потенціал. Для AI цілком зрозуміло, що слід постійно розробляти нові шляхи для мобілізації зусиль наших спільнот, інших організацій та урядів.

Комплексний підхід

Діяльність AI з часом помітно розширилася, отже стало цілком можливим не бачити головною метою проведення кампаній для припинення та запобігання порушення вибраних прав, а сприяти дотриманню усіх прав людини.

Члени керівних органів можуть занадто опікуватись різноманітними деталями й складнощами, як належно облаштувати управління.

Дослідники можуть побачити результат, тільки якщо зібрана інформація – якісна.

Для тих, хто збирає пожертви, цифра біля позначки долара є справжнім мірилом успіху.

Медіа-співробітники чи прес-аташе вимірюють успіх обсягами надрукованого, а лобісти оцінюють ефективність своїх зусиль, коли відомо про остаточну редакцію урядових рішень.

Всі ці заходи, безумовно, дуже важливі, проте вони є лише складовими загальної місії AI з проведення кампаній. Отже, для відповідальних за проведення кампаній надзвичайно важливо завжди пам'ятати про цю просту мету – всеосяжність й розмаїтість прав людини.

Дослідження не лише дозволяють AI краще розумітися на тому, що і як слід змінити на краще, але й допомагають зрозуміти, як. Тим часом достовірність досліджень – один з наріжних каменів довіри суспільства до заходів руху та підвищує успішність кампаній.

Фандрейзінг залучає кошти для проведення кампаній та дозволяє багатьом людям надати конкретну допомогу нашій роботі. А сам процес збору пожертв на благодійні потреби дозволяє учасникам кампаній спілкуватися з більшою кількістю людей.

“

«Будь-який вчинок у вашому житті може здаватись незначним, проте вкрай важливо, щоб ви все ж таки його робили»

Махатма Ганді



Кардинал Беран, один із перших звільнених AI в'язнів сумління, висловлює свою вдячність та повагу роботі, яку проводить AI, запаливши свічку AI на церемонії у Римі в 1967 році

Крім того, незалежне фінансування тільки підкреслює незалежність самої AI та посилює довіру до її діяльності.

Організаційні навички дозволяють краще проводити кампанії. Розбудова організаційних структур збільшує наші можливості проводити успішні кампанії.

Заходи з лобіювання можуть переконати уряд застосувати стандарти прав людини та дотримуватися їх.

Робота із ЗМІ є ще одним важелем для того, щоб присоромити винних та мобілізувати небайдужих.

Довгострокова кампанія

Перед AI стоїть довгострокова мета. Вже протягом 35 років ми проводимо наші кампанії, та скоріше за все, і через 35 років ми ще будемо їх проводити. Наша діяльність складається не лише з низки кампаній та акцій. Це процес розбудови руху, який спроможний гідно відреагувати на виклики сьогодення.

Всі ми, хто бере участь у проведенні кампаній, маємо всіляко допомагати у тому, щоби розбудовувати належні організаційні структури на тривалий час, наро-

щувати зусилля зі збору коштів, але при цьому не втрачати відчуття негайності, аби зупинити порушення прав, які відбуваються поруч, саме цієї миті. Заради цього ми певною мірою висвітлюємо всі такі напрями нашої діяльності у цьому посібнику з проведення кампаній. Саме бажання досягти справжніх змін у житті конкретних людей і наповнює нашу діяльність значенням та метою. Ось чому одне із завдань для відповідальних за кампанії – нагадувати іншим в AI про цю головну мету, що дозволить розбудувати належну культуру проведення кампаній на всіх ланках руху.

Реагування на зміни

AI потребує такої культури проведення кампаній, яка може допомогти ефективно реагувати на зміни в обставинах. Світ, що постійно змінюється, вимагає від нас творчого підходу та винахідливості.

AI народилася за часів, коли світ було розподілено між наддержавами, що без упину боролися за світове панування, а численні народи намагалися здобути власну незалежність. Тоді ще були свіжими в пам'яті людей спогади про світову війну та акти геноциду. Тоді ж заснували Організацію об'єднаних націй (ООН), яка втілювала бажання багатьох людей жити у новому світі, де панують законність, мир та повага до прав людини.

І донині люди по всій планеті стають жертвами порушення прав людини, з якими AI веде боротьбу протягом кількох десятиріч. Деякі суспільства відчинили ґрати і випустили з тюрем на волю в'язнів сумління. Як мінімум 11 з колишніх таких в'язнів стали главами держав або урядів. Хоча існують приклади інших суспільств, де з'явилися нові форми репресій, такі як позасудові страти та «зникнення».

AI повинна реагувати на зміни довкола, винаходжуючи нові способи надихати людей виступати на захист прав людини та пропонуючи нові форми співпраці з урядами, нашими спільнотами та іншими організаціями.

Міжнародна солідарність

Принцип міжнародної солідарності, закладений у підґрунтя діяльності AI, вирізняє її з поміж тих організацій, що проводять свої кампанії лише на місцевому рівні. Та якщо ми ставимо на меті зміну ставлення в інших країнах до питань захисту прав людини, отже й починати нам слід із кращого розуміння, як саме така міжнародна робота як членів AI, так і всього нашого суспільства зможе найкращим чином допомогти покласти край конкретним прикладам порушення прав людини у тих країнах.

Ніколи ще стільки країн світу не мали так багато зв'язків одна з іншою. Деякі зв'язки появились завдяки величезному зростанню та змінам у світовій торгівлі, інші з'явилися після подолання бар'єрів холодної війни. Є й такі, що стали можливими завдяки швидкому розвитку комунікаційних технологій та утворення глобальних медіа імперій, або ж змінам у військових альянсах та відносинах. Тому перед AI повсякчасно стоїть завдання пошуку, як скористатись перевагами таких зростаючих міжрегіональних зв'язків.

Реагування на кризи у галузі дотримання прав людини

Коли в деяких країнах руйнуються чинні структури влади, до яких традиційно зверталася AI, часто це призводить до значного збільшення вбивств та «зникнень». Такі кризові явища одразу стають предметом політичних та громадських дискусій по всьому світові, в цьому допомагають новітні технології та глобальні медіа мережі. Ця увага, проте, може виявитися вибірковою. Про інші кризові ситуації, що також призвели до людських трагедій, можуть просто забувати, або навіть ігнорувати.

AI постійно розробляє різноманітні форми міжнародної допомоги та нові способи швидкого та ефективного реагування на такі кризові ситуації.

Міжнародна правозахисна мережа

Частково таке реагування передбачає перегляд міжнародних мережевих механізмів протидії масовим порушенням прав людини. AI проводить численні кампанії, мета яких полягає в тому, аби уряди мали звітуватись щодо дотримання стандартів, на виконання яких самі погодилися в рамках роботи ООН та регіональних міжурядових структур. Отже використання рамкових положень міжнародного права та стандартів захисту прав людини – надзвичайно важливе має для проведення кампаній AI. Саме тому AI разом із іншими організаціями та особами зробили значний внесок у розбудову такої системи.

Механізми підзвітності з правозахисних питань відкрили нові корисні шляхи залучення урядів до співпраці та мобілізації дій загалом. Одним із головних завдань для AI є необхідність захистити та належним чином використати ці здобутки, зробити питання захисту прав людини та підтримки правозахисного руху ще більш пріоритетними для відповідних програм ООН, регіональних органів та окремих урядів.

Розширення руху

Постійне зростання правозахисного руху – це та значна зміна, яка останні 35 років відбувалася за допомогою AI. Ніколи ще так багато неурядових організацій не працювали разом над тим, щоб зупинити порушення прав людини – а саме в цьому і полягає головна мета діяльності AI. Крім того, чисельні організації захищають спорідненні громадські, політичні, економічні, соціальні та культурні права людей. Саме тому AI приділяє все більше і більше уваги розробці таких стратегій проведення кампаній, які б дозволили AI допомогати та співпрацювати з місцевими правозахисними рухами.

Тепер AI долає виклики 21 сторіччя в рамках потужного руху за права людини, який не лише динамічно розвивається, але й вже встиг винести питання захисту прав людини на перший план. І цього вдалося досягнути не абстрактними промовами, а влаштувавши конкретні й, у багатьох випадках, успішні кампанії з захисту незліченних тисяч людей, постраждалих від репресій та утисків по всьому світу.

Інструменти проведення кампаній

З поміж усіх інших технік проведення кампаній саме написання листів та звернень асоціюється з діяльністю AI, хоча ніколи не було і не залишається єдиним методом проведення кампаній Amnesty. Водночас AI як самостійно розробляє техніки протидії порушенням прав людини, так і за необхідності охоче запозичує «інструменти» інших. Отже, щоб знати, як проводити кампанії, слід вміти використовувати певні інструменти, щоб досягти цілей, а також слід розробляти й нові інструменти для вирішення нових проблем.

Принципи проведення кампаній

Протягом багатьох років роботи AI та інших організацій визначили декілька основних принципів проведення кампаній. Один із них передбачає концентрацію енергії та ресурсів, щоб досягти найкращого результату. Інший вимагає чіткого розуміння тих змін, яких ми бажаємо досягти, та конкретних шляхів їх досягнення. А це, своєю чергою, потребує нашого усвідомлення того, чому та як саме ми можемо плідно працювати серед мінливих обставин.

Отже ми маємо розуміти що саме спрацювало, та чому; а також що не спрацювало, та чому. Зрозуміти це можна, й оцінюючи власну діяльність досить формально, й

міркуючи на цими питаннями – разом, чи окремо, як відповідальні за кампанії. Так, скажімо, дослідження 1989 року щодо діяльності АІ з проведення кампаній довело - розробка чіткої стратегії підвищує шанси на успіх.

Проведення кампаній АІ, безумовно, висвітлює ту напругу, яка притаманна темі захисту прав людини. Ми свідомо намагаємося мобілізувати почуття обурення й незгоди щодо жаху порушення прав конкретних людей з тим, щоб перетворити це почуття в процес дієвого тиску, також відомий як процес «чемних та ввічливих» закликів! Ми бажаємо продемонструвати глибину нашого гніву та силу нашої готовності боротися та протестувати аж доки порушення не буде зупинено. Іноді це вимагає сердитих слів, публічних демонстрацій та актів прямого протистояння. Іноді це передбачає пошук діалогу та тихі

слова за зачиненими дверима. Часто потрібні водночас обидва підходи.

Учасники кампаній АІ готові вживати всі ці заходи, проте ми не обмежуємося лише якимось одним із них. Чим би ми не займалися, головне – вибрати вірний спосіб допомогти жертвам та потенційним жертвам порушень прав людини, а не лише сліпо застосовувати лише якийсь один метод боротьби. А для того, щоб вірно обирати належні інструменти протидії ми повинні досліджувати приклади успішних і провальних кампаній, що проводилися як нами, так і іншими правозахисниками.

Ми сподіваємося, що цей посібник допоможе правозахисникам краще проводити кампанії і нарешті покласти край порушенням прав людини по всій земній кулі.

ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ

У СВІТІ, ЩО ПОСТІЙНО ЗМІНЮЄТЬСЯ

- Стратегічне планування кампанії
- Проведення кампаній у сучасному світі
- Як організувати акції
- Реагування на кризи
- Збір добровільних пожертв та проведення кампаній
- Міжнародні правозахисні стандарти та організації

Стратегічне планування кампанії

“

Дуже важко вміти звузити широку гуманітарну тематику до низки чітких питань та пріоритетів. Неурядові організації, що опікуються допомогою й розвитком на рівні громад, працюють за дуже складних обставин на міжнародній арені, за різних умов на національному та місцевому рівнях. Отже вони змушені постійно жонґлювати багатьма пріоритетами у своїй роботі, що навіть можуть конкурувати. Процес стратегічного планування допоможе уникнути небажаного конфлікту, якщо об'єднувати зусилля усіх зацікавлених сторін заради досягнення спільної мети, маючи єдине бачення.»

**Посібник Оксфам,
1995**

Як одна з найбільших й наамбітніших правозахисних організацій, AI щодня стикається з потребою ухвалювати рішення. Практика проведення стратегічних кампаній дозволяє свідомо та своєчасно робити вірний вибір, щоб досягати результатів. У цьому розділі розглядаються головні принципи, якими ми керуємося, ухвалюючи рішення.

Зміст

- **Що таке стратегічне планування кампанії? / 10**
 - Оцінка / 12
- **Як робити вибір / 12**
- **Принципи гарного проведення кампаній / 13**
- **Застосування принципів на практиці / 14**
 - На чому зосередитись / 14
 - Ясність / 15
 - Довіра / 17
 - Відповідність / 18
- Часові терміни / 19
- Наполегливість / 20
- **Інструменти для розробки стратегії / 22**
 - Цикл стратегічного планування кампанії / 22
 - Розробка національної стратегії / 22
 - Потреба у специфічних національних стратегіях / 24
- **Можливі цілі для проведення кампанії / 24**

Що таке стратегічне планування кампанії?

Стратегічне планування кампанії передбачає вибір конкретного напрямку дії, на підставі наявних ресурсів та інформації, щоб якомога ефективніше досягти поставлених цілей.

Стратегічне планування кампанії передбачає вибір конкретного напрямку дії, на підставі наявних ресурсів та інформації, щоб якомога ефективніше досягти поставлених цілей.

Проведення кампанії це напрям діяльності, де об'єднуються зусилля, щоб домогтися змін. Написання листів, лобіювання, демонстрації, пікетування та рекламні акції – ось лише деякі методи проведення кампаній, які ми використовуємо. Проте жодному активісту, навіть такій організації як AI, самотужки добре й одразу все виконати неможливо. Отже, нам постійно треба обирати: що саме будемо робити, як саме, та коли.

Мистецтво стратегічного планування кампаній полягає в умінні своєчасно зробити вірний вибір. Ніхто з нас не може завжди безпомилково обирати, проте ми можемо ухвалювати рішення на підставі кількох основних принципів ефективного проведення кампаній.

Стратегічне планування – це процес погодження того, де ви перебуваєте зараз (точка А), ухвалення рішення щодо пункту призначення, куди б ви хотіли потрапити (точка Б), та щодо найкращого способу туди потрапити (дивись діаграму нижче).

На підтримку процесу стратегічного планування розроблено чимало підходів

та методик. Найбільш відомим методом, який використовують частіше за інші, є так званий SWOT-аналіз. Цей процес передбачає оцінку сильних і слабких сторін організації, можливостей та небезпек щодо обраної тематики. Такий підхід дозволяє визначити теперішню ситуацію та існуючі проблеми, щоби краще узгодити цілі й обрати стратегію з подолання проблем (дивись таблицю на протилежній сторінці).

Стратегічні плани мають допомагати, їх слід розглядати як корисні інструменти, а не як жорсткі формули, яких треба беззастережно дотримуватися. Можна розробити та впроваджувати ретельно створені стратегічні плани, які при цьому так і не досягнуть мети!

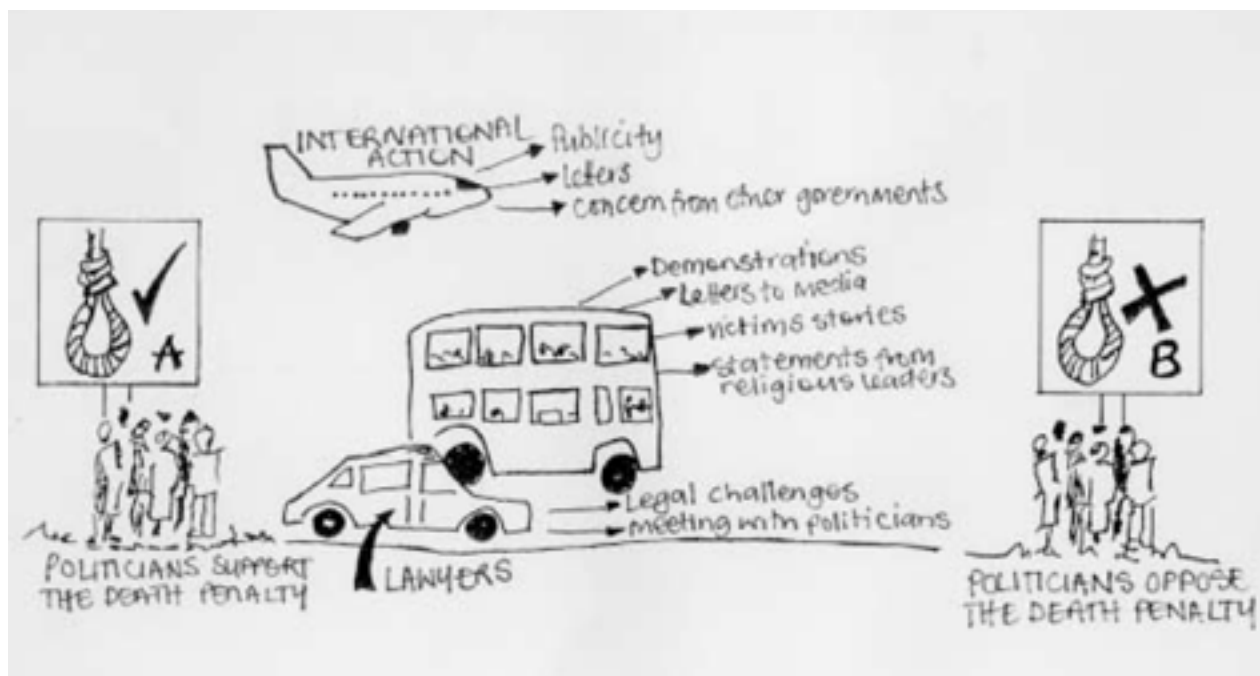
Стратегічно мислити зовсім не важко. Зокрема, кожен із нас може пригадати численні приклади з нашого буденного життя, коли перед нами постає вибір – скажімо, як сьогодні дістатись роботи, чи як налаштуватись на спортивне змагання.

Метою всіх кампаній AI є захист прав людей. Отже для того, щоб переконатися, що ви розробляєте плани у вірному напрямку, можна поставити кілька простих запитань перед тим, як починати діяти.



Ви перебуваєте в пункті А. Вам треба потрапити до пункту Б. Вам треба обрати найкращий шлях добратися туди. Для цього можна скористатися громадською думкою, правовою підтримкою з боку юристів, чи міжнародними заходами.

© Бім Кубіц



SWOT-аналіз (переваги, недоліки, можливості та загрози)

ПЕРЕВАГИ – це позитивні фактори діяльності секції AI, які можуть стати у нагоді під час проведення різноманітних кампаній чи заходів. До цих факторів належать фінансові та матеріальні ресурси, добрі стосунки з національним урядом, гарний імідж в очах громадськості, ефективна організаційна структура, контакти (скажімо, в ЗМІ чи з іншими організаціями), групи підтримки, знання з вузької тематики чи наявність багатьох груп.

Коли ви плануєте свою роботу, слід поміркувати, яким чином корисно використати переваги вашої секції для цілей проведення конкретної кампанії. Наприклад, якщо одна з міжнародних цілей кампанії полягає в залученні до ваших дій Римської католицької церкви, та якщо ви проводите потужну релігійну громадську програму в цій церкві, то цей напрямок роботи може стати найбільш успішним для вашої секції.

НЕДОЛІКИ – це фактори, що заважають в цілому діяльності секції чи її можливості залучатися до конкретних кампаній. До недоліків відносять нестачу досвідчених членів, обмеженість (чи відсутність) кошти, нестачу приміщень, слабку організаційну спроможність, або погане ставлення до себе з боку громадськості.

Дуже важливо визнати свої недоліки з тим, щоб або зробити кроки до їх подолання, або уникати діяльності, з якою ви не впораєтеся.

МОЖЛИВОСТІ – це фактори, що обумовлюють вплив вашого суспільства на хід проведення вашої кампанії. До таких факторів можна віднести ЗМІ, що зацікавлені вашою тематикою або їй симпатизують, тісні зв'язки між вашим суспільством та «цільовою» країною, проведення зустрічі тих осіб та організацій, що зацікавлені надавати вам допомогу, візит голови держави тієї країни до вашої організації, що можуть чинити тиск на цільову аудиторію вашої кампанії, такі як профспілки, жіночі організації, галузеві асоціації чи етнічні групи, та важливі дати календаря.

Під час планування кампанії чи інших заходів слід подумати, яким чином можна скористатися такими можливостями.

ЗАГРОЗИ – це фактори в вашому суспільстві, що можуть негативно вплинути на вашу спроможність брати участь у проведенні кампаній чи інших заходів. Зазвичай, ви не можете вплинути на такі фактори, але всі, хто проводять кампанії, сподіваються, що з часом вони зможуть змінити хоча б частину тих факторів, що становлять загрозу.

До загроз відносять політичну чи економічну кризу, уряд, який вороже ставиться до правозахисного руху, нетерпляче ставлення до проведення кампаній чи роботи організацій волонтерів, ділові кола та представники галузей економіки, які вважають, що права людини загрожують національним інтересам держави, поганий імідж, який склався завдяки факторам, на які група вплинути не може, порушення прав людини, питання безпеки, місцеві обмеження діяльності AI, тощо.

Загрози також слід ретельно аналізувати під час планування участі в кампанії чи акції.

Примітка: Переваги та Недоліки – це внутрішні питання діяльності AI, Можливості та Загрози – це зовнішні чинники, які відтворюють стан готовності певного суспільства до проведення кампаній.

7 ЗАПИТАННЯ

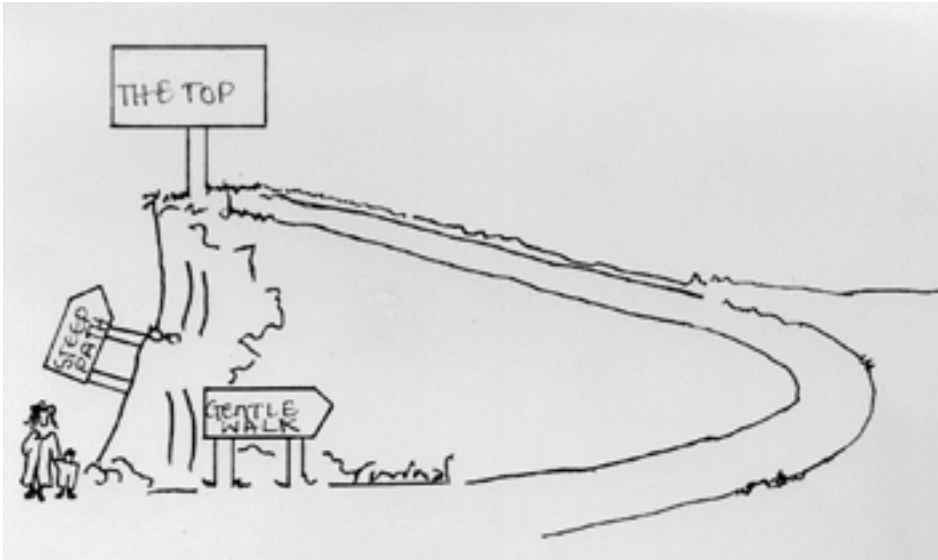
- 7 Чи можете ви пояснити у який саме спосіб ваша кампанія допоможе змінити ситуацію у сфері прав людини?
- 7 Чи можете ви вказати чому ви обрали саме цей напрямок дій, а не якийсь інший?
- 7 Якщо ваша кампанія виявиться успішною, то які саме зміни завдяки цьому відбудуться, якщо порівняти з ситуацією на початку кампанії?

Такі запитання повинні ставити перед собою активісти та керівники, так, як це робили би і журналісти. У вас мають бути відповіді.

Для AI, як організації, яку засновано на засадах членства, дуже важливо формулювати чіткі плани та стратегії. Й забезпечити звітування перед членами AI. Аби ті могли вірно обирати, як їх навички, творчі підходи та знання можуть якнайкраще допомогти стратегії спрацювати.

Дитина може заснути одразу, проте бабусі для цього треба більше часу. Ми робимо свій вибір на підставі теперішньої ситуації.

© Біт Кубіц



Оцінка

Немає гарантій, що кожен «стратегічний план» не лишень добре описує стратегію, а ще й підходить якнайкраще. Проте можна використовувати свій досвід та уроки, які отримали інші, щоб поліпшити у майбутньому власну роботу.

Таким є проведення формального процесу моніторингу та оцінки, що описаний окремо у главі 13. До того ж проведення оцінки може просто передбачати міркування про минулі кампанії, або обговорення з іншими результатів їх кампаній та причин їх успіхів чи поразок.

Як робити вибір

Як щойно ви вирішите готувати та проводити кампанію, негайно зіткнетеся з необхідністю обирати. До яких саме представників уряду звернутися та стосовно чого? Чи треба написати 50 листів, а може й 5 петицій буде досить? До кого звернутися у своєму уряді? Тематикою кампанії обрати скасування смертної кари чи тортури?

AI поталанило напевне більше ніж багатьом іншим організаціям у тому, що цілі її діяльності (її мандат) чіткі та конкретні. Але при цьому координатори кампаній у кожній секції повсякчасно стикаються з необхідністю обирати напрямки та пріоритети.

Як і в повсякденному житті, існують певні параметри, в рамках яких ми робимо

вибір, і деякі з них чітко зрозумілі відповідальним за кампанії AI, зокрема:

- Мандат AI та політика діяльності AI, включаючи збалансовану роботу з мандатних питань;
- Представлені рухом пріоритети проведення міжнародних кампаній та конкретні запити від МС (Міжнародного Секретаріату), які пов'язані з календарем міжнародних кампаній.

Інші параметри залежатимуть від конкретних умов проведення кампанії та наявних ресурсів, отже ці параметри можна визначити, відповідаючи на такі питання:

“

Ніхто не розпочинає кампанію... без того, щоб спочатку чітко собі уявити ЧОГО ви хочете досягти в результаті, та ЯК ви плануєте її проводити. Цей принцип керування [кампанією] закладає її курс, вказує на масштаб зусиль та арсенал засобів, які для цього стануть у нагоді, та проявляє себе навіть у найменших деталях операції.”

**Карл фон Клаузевіц,
видатний
військовий стратег**

7 ЗАПИТАННЯ

- 7 Чи достатньо для роботи членів вашої організації?
- 7 Скільки коштів можете виділити на проведення кампанії?
- 7 Якою бачать AI у вашій країні?
- 7 Як ставиться ваш уряд до AI – вороже чи відкрито?
- 7 Чи піднімає ваш уряд питання захисту прав людини під час переговорів із урядами інших країн?
- 7 Чи впливають ЗМІ у вашій країні на формування урядової політики?
- 7 Хто у вашій країні здатен вплинути на ситуацію з правами людини в іншій країні?
- 7 Які верстви суспільства у вашій країні ви можете обрати, щоб розвивати підтримку AI?
- 7 Використання яких матеріалів дозволяє якомога краще збільшити членство в AI та мобілізувати громадськість?

“

AI часто описують як організацію ідеалістичних прагматиків, або реалістичних ідеалістів. Її мандат виглядає до неможливого ідеалістичним, водночас AI досягає своїх цілей, застосовуючи реалістичні і практичні заходи, які призводять до справжніх змін.



Якщо спланувати та провести свою акцію вчасно, це лише зміцнить вплив кампанії в цілому. Коли в 1995 році в Пекіні проходила світова конференція ООН з питань прав жінок, британська секція орендувала танк в Лондоні та пригнала його до китайського посольства на знак протесту проти порушень прав людини в Китаї. Танк обрали символом, який у всіх асоціюється зі студентськими демонстраціями на площі Тянь-Ань-Мень у Пекіні.



Неможливо, на жаль, контролювати всі фактори, що впливають на успіх чи поразку кампанії. Інакше успіх був би гарантований щоразу!

Завжди виникатимуть обставини та з'являтимуться люди, які ви не зможете контролювати. Деякими з мінливих обставин можна скористатись, такими як зміна уряду чи проведення переговорів про примирення. В інших випадках, коли ділові, військові чи політичні кола відкрито виступають проти прав людини, це означає загрозу, яку обов'язково слід

розглянути в рамках будь-якої стратегії.

Проте сам факт проведення кампанії змінює ці параметри. Зокрема, чим більше членів AI, чим сильніша підтримка діяльності з боку громадськості, тим більше виникатиме нових можливостей для проведення успішних кампаній.

Наведені нижче принципи проведення кампаній можуть допомогти зробити вірний вибір, розробити стратегію та спланувати свою роботу.

Принципи гарного проведення кампаній

Терміни «проведення кампанії» та «стратегія» спочатку використовували військові. Проте, питання належного проведення кампаній та розробки належної стратегії важливі не лише для тих, хто розпочинає війни, але й для тих, хто прагне їм запобігти.

Якщо ви розумієте, чому одні кампанії пройшли успішно, а інші ні, ви можете зробити вірний вибір під час проведення кампаній у майбутньому. Нижче наведений перелік деяких із цих принципів.

■ Зосередженість

- Цілі мають бути чіткими
- Слід поєднувати ресурси та зусилля
- Щоб зосередитися на вірних цілях, слід попередньо вивчити й проаналізувати ситуацію

■ Ясність

- Слід ясно формулювати цілі та стратегію

- Всі заходи мають напряду стосуватись виконання чітких завдань

- Слід чітко інформувати про ці завдання як своїх членів, так і громадськість

■ Довіра

- Під час спілкування співрозмовник так само важливий, як і тема спілкування

- Мотиваціям AI мають довіряти, а інформація повинна бути достовірною

■ Відповідність

- Кампанії AI повинні залучати до заходів небайдужих щодо обраної тематики людей

- Кампанія AI повинна пропонувати заходи, спрямовані на вирішення обраної проблеми

■ Часові терміни

- Одне й те саме зусилля призведе до різних результатів залежно від своєчасності виконання

■ Наполегливість

- Ми не зупинимо проведення кампаній, доки не зупинимо всі порушення

- Ми будемо постійно пробувати нові стратегії та методи, доки не оберемо найбільш дієві

Всі ці принципи належного проведення кампаній взаємопов'язані, тому їх слід поєднувати. Нижче пояснюється, чому це важить, та наведені приклади застосування названих принципів на практиці.

Застосування принципів на практиці

Зосередженість

Чіткі та конкретні цілі:

Ви маєте вміти одним простим реченням окреслити будь-яку мету. Якщо ж це не вдається, то напевно ви намагаєтеся переслідувати одразу декілька цілей. Кожну мету слід викласти окремо з тим, щоб досягти наступних цілей:

- визначити, чи вони доповнюють одна одну, чи, навпаки, конфлікують;
- сприяти ухваленню рішень щодо найважливіших речей;
- визначити ступень досягнення своєї мети.

Зазвичай виникає багато проблем, які потребують вирішення, отже треба обрати одну, що потребує негайної уваги, а для інших визначити природну чи логічну послідовність їх виконання.

Оскільки всі кампанії AI об'єднує єдина мета - завжди захищати права людей, слід уточнити які саме для цього необхідні зміни.

Досягнення всіх цілей мандату AI, звісно, завдання, що вимагає багато часу. Отже не зовсім реалістично розраховувати, що AI покладе край застосуванню тортур у певній країні, навіть після проведення кампанії, яка тривала, скажімо, від півроку до року, а на підготовку стратегії до якої знадобилося від двох до п'яти років роботи. І якщо в цьому прикладі ми ставили за мету покласти край застосуванню тортур, то цього може не ви-

стачити для того, щоб чітко зрозуміти які конкретні заходи з боку AI та інших правозахисників принесуть найбільшу користь.

У наведеному вище випадку AI має провести дослідження і разом із учасниками майбутньої кампанії колегіально визначити конкретні кроки чи зміни, що потрібні для того, щоб заборонити тортури. Але цей саме підхід можна так само застосувати для того, щоб покласти край і іншим порушенням, щодо яких працює AI. Ось лише декілька прикладів тих заходів, що можуть призвести до змін:

- ухвалення законодавства про заборону тортур;
- проведення навчання для працівників тюрем та правоохоронних органів;
- негайне звільнення з посад та притягнення до судової відповідальності всіх посадових осіб, які вважаються причетними до випадків застосування тортур;
- забезпечення вільного та негайного доступу до ув'язнених;
- проведення незалежного розслідування щодо звинувачень у застосуванні тортур.

Нижче наводяться деякі приклади практичних кроків, які можна зробити:

- поліпшення інформування населення;

“

“Існує єдине ключове правило будь-якої форми комунікації... - слід починати звідти, де є ваша аудиторія, а не де перебуваєте ви самі.”

**Сью Уорд, «Як донести ідею»,
Джорнімен Прес,
1992**



Група координаторів кампаній AI біля Міжнародного секретаріату

©AI

- листування з представниками уряду та працівниками тюрем;
- лобювання участі національного уряду у правозахисних заходах.

Потім слід чітко визначити, які кроки призводять до виконання якої саме конкретної мети.

Отже, під час проведення кампанії можна зосередитися на виконанні конкретних короткострокових завдань. І лише з часом стане зрозуміло наскільки успіх цих кампаній сприяв тому, щоб врешті решт заборонити тортури чи покласти край іншим порушенням.

Зосередження ресурсів та зусиль:

Якщо ви про них пам'ятаєте під час розробки цілей та стратегії кампанії, то це:

- забезпечує спрямування коштів та використання часу на виконання таких завдань, що скоріше за все, дадуть результат;
- мотивує людей, оскільки підвищують шанси на успіх, що дозволяє виконувати більші обсяги роботи у довгостроковій перспективі.



“Якщо ти пізнав ворога та пізнав себе, навіть у сотні [кампаній] ти не знатимеш поразки. Коли ти пізнав лише себе, проте нічого не знаєш про ворога, твої шанси виграти дорівнюють твоїм шансам програти. Якщо ж ти не знаєш нічого ані про себе, ані про свого ворога, то в кожній [кампанії] ти ставитимеш себе під загрозу поразки.”

Сун Цзу, приблизно 500 рік до нашої ери

Навіщо витратити час та кошти на кампанії, що ставлять перед собою нереалістичні цілі, коли їх краще спрямувати туди, де це матиме вплив? Тому організаторам кампаній, перед якими стоять нереалістичні або недосяжні завдання, виявляється, так важко знайти підтримку. Їм просто не довіряють.

Якщо ви намагаєтеся виконати якомога більше завдань відразу, це лише розпошує та виснажує ваші ресурси. Для досягнення найкращих результатів ресурси слід зосереджувати на пріоритетах.

Проведення досліджень та збір аналітики:

Проблематику діяльності АІ визначити неважко, проте дуже важко розібратися в хитросплетіннях економічних, соціальних, політичних та культурних факторів, що впливають на розвиток ситуації. Чим краще АІ розумітиметься на цих факторах, тим легше їй буде позитивно впливати на перебіг подій.

Мета проведення кампаній АІ полягає в тому, аби змінити ставлення людей до правозахисної проблематики. Важливо переконати працівників органів міліції поважати права затриманих осіб, важливо спонукати громадян ставити свій підпис під петицією.

Щоб змінити ставлення людей, треба зрозуміти чому люди чи організації поводяться так, як вони себе поводять, або

що може спонукнути їх діяти. Іноді, на підставі наявної інформації, ви можете лише здогадуватися про справжні мотиви, але хіба це не є ще одним доказом того, як наші зусилля допомагають змінити ставлення людей до правозахисних питань.

Всі кампанії починаються зі збору та аналізу інформації. Це дозволяє нам чітко визначити ту проблему, яку ми будемо вирішувати, або вкаже на ті можливості, якими можна скористатися. На підставі аналізу наявної інформації ухвалюватимуть рішення протягом всього строку проведення кампанії, від постановки завдань до розробки та впровадження стратегії. Звісно, МС відповідає за ведення досьє щодо кожної країни. Проте, якщо група АІ з вашої країни бере участь у проведенні кампанії в якійсь країні, то важливо провести самостійне вивчення ситуації в тій країні, зокрема з огляду на порівняння обраної стратегії з іншими національними стратегіями.

Необхідно зібрати належну аналітичну інформацію для того, щоб успішно провести кампанію. Для цього ми пропонуємо відповіді на наступні питання.



ЗАПИТАННЯ

- ❑ **Хто несе відповідальність за порушення прав людини?**
- ❑ **Чому порушення трапляються та на які з причин може вплинути АІ?**
- ❑ **Чи виникають обставини, коли наш вплив може бути більшим?**
- ❑ **Яким чином члени АІ, громадськість та органи влади можуть вплинути на тих, хто винен у порушеннях прав людини?**
- ❑ **Як ми можемо переконати їх вплинути?**

Ясність

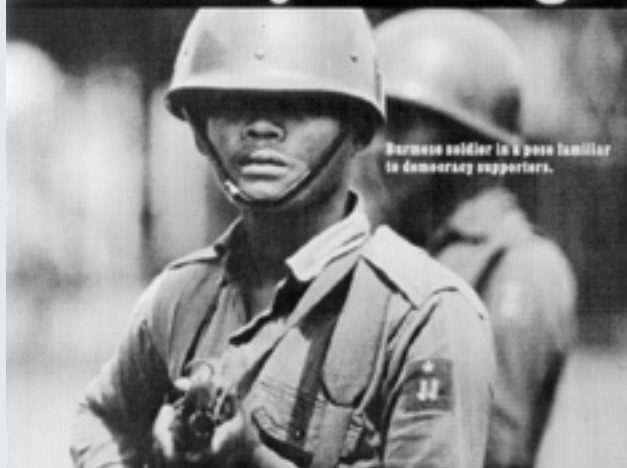
Необхідно ясно визначити цілі та чітко сформулювати стратегію. Це особливо важливо для організацій, які засновані на засадах членства, оскільки сприяє особистій ініціативі.

Всі, хто долучений до проведення кампанії, можуть краще використовувати свої знання, навички та творчі здібності, якщо вони все ясно та чітко розуміють. Коли відомо - чого та яким шляхом треба досягти, вони можуть ухвалювати раціональні рішення щодо найбільш дієвої форми своєї участі та кращих шляхів залучення інших до кампанії. Це також мінімізує ризик, що члени АІ можуть вдатися до якогось заходу, який стане на заваді успішному втіленню в життя обраної стратегії.

Протягом багатьох років британська секція АІ публікувала в національних газетах та журналах достатньо успішні рекламні оголошення про збір пожертв та приїом нових членів. На відміну від традиційних рекламних оголошень, ця реклама складалася з дуже довгого тексту. Вони використовували тактику шоку для того, щоб привернути увагу читачів до своєї тематики. Потім вони розповідали цікаву історію, яка підтримувала інтерес читачів до жахливої ситуації з правами людини. Нарешті, вони пропонували читачеві можливість зробити щось для покращання такої ситуації. Їх цільовою аудиторією були люди з вищою освітою, достатньою кількістю грошей після сплати податків, та які цікавилися ситуацією в світі. В результаті секція отримала багато жертв та нових членів.

Тактика шоку для підвищення інтересу

You always meant to join us. How many deaths ago was that?



Last month John Pilger's shocking documentary showed a Burma where thousands have been killed for daring to call for democracy, where the woman who won an election was held under house arrest for years. If this made you think of joining us, please hurry, for even in the few weeks since the programme was shown, nearly three hundred pro-democracy supporters were arrested.



Amnesty International working worldwide for the release of prisoners of conscience, for ends of political prisoners and an end to torture, extra-judicial execution, "disappearances" and the death penalty.

Last month, millions of TV viewers saw John Pilger's shocking film about Burma, which for 54 years has been ruled by generals who renamed the country Myanmar, closed it off to the outside world and imprisoned, tortured or killed anyone who disagreed with them.

With our own eyes we saw young Burmese students calling for a 'democracy' which most of us take for granted, being shot down, running away through the streets and falling, drenched in blood.

"Keep filming till they shoot us."

We heard the voices of Burmese cameramen who were warned they'd be shot if they kept on filming. As the soldiers raise their guns one cameraman asks the other:

"What shall we do?"

"Keep on filming till they shoot us."
We saw Aung San San Kye, who won a democratic election with 82% of the vote, confined under arrest in her house by the generals who lost. We saw how the generals imprison any who dare to express a desire for freedom - by singing a song, or writing a poem. We saw these "criminals" bound in chains and manacles and forced to labour. We watched a small boy, forced to work

long hours each day, crying as a barrelful of cement collapsed on top of him.

The horrors you didn't see.

Amnesty International has been keeping watch on Burma for years. We can tell you that John Pilger's film, harrowing as it was, was just a snapshot of the fear that rules the country. It couldn't show the horrific human processions that wind through Burma's mountains; thousands of Burmese villagers who have been found at gunpoint by the army to work as porters, carrying heavy loads over mountains with little food.

The sick, old, mentally ill - none are spared. If they fall they are left to die by the wayside. One man was hacked to death with a hoe. Many are shot and kicked over mountainsides to fall to their deaths.

New arrests since the film was shown.

Since the programme went out, Amnesty has reported the arrests of pro-democracy supporters. In two cases, when the men they were after were not at home, the soldiers

took their wives. Almost 300 were arrested in the last few weeks, but many have been released.

These people should never have been arrested in the first place. We want those still in jail released and are campaigning for them, for an end to forced portering and for the freeing of those who were already in prison for daring to call for democracy.

To date the Burmese generals refuse to allow us into the country. We need to pile the support of someone who gives a damn.

Please don't turn away again.

This advertisement was going to open with the words: "We don't mean we make you feel guilty." But it's not true. We do.

Feeling guilty proves that you care. That you value justice and freedom and basic human rights. That you're not one of those who can watch people's agony on TV while wondering what's on the other channel.

You care. That makes you very special. We need you. Please act on your best instincts. Do something to help.

Joining us isn't the only way you can help, but it's one of the most effective.

For thirty five years we have campaigned tirelessly against human rights abuse all over the world. There are many examples of how the intervention of Amnesty International has helped free people from jail, save them from torture or from being killed.

What is Amnesty International but people just like you? People who on their own can do little, but by joining together can help thousands.

We need you because despite everything we're doing, it will isn't enough.

We know it's not enough because the killings, torture and imprisonment haven't stopped. Until they do, neither can we.

Please take this opportunity to join us or make a donation to help our work. Make today the day. Make this the moment. Do it now. Do it for the sake of the suffering people in Burma whose acts of principle and courage deserve more than our complex silence. Most of all, do it for yourself.

I want to be a member of Amnesty International. (I'll pay annual subscription by: MAINTENANCE/US/121 Individual 127 Family 17.80 Students Under 22 Clergy Senior Citizens

I wish to donate: £100 £50 £20 £10 £5 £1 Other

How (tag my name/Vis/Mastercard/Number)

Name

Address

City

Postcode

Country

Phone

AMNESTY INTERNATIONAL



Реклама, що шокує читача, добре себе зарекомендувала лише в Ірландії та Великій Британії, але не в інших країнах.



Не пропустіть важливих дат та ювілеїв, якими можна скористатися задля успіху кампанії. Проте існують певні дати, під час яких слід уникати проводити планові заходи, оскільки ці дати можуть бути занадто чутливими з огляду на культуру та історію певної країни.

“

Я вважаю, що саме це було найбільш болючим. Поки ці люди не почали ставити під сумнів правомірність вироку, правда нікого не цікавила. Проте ніщо не змінилося за останні 10-12 років... Все, що змінилося, що люди почали казати правду... Несправедливо – ось слово, яке навіть не починає описувати ті почуття гніву, що охоплюють мене, але кращого я не знайшла.”

**Керол Річардсон,
у листі з тюрми,
яку помилково
засудили у Великій
Британії після
несправедливого
суду в 1974 році. Її
звільнили у 1986
році.**

Всі заходи слід чітко прив'язати до конкретних завдань. Це дозволить оцінювати всі запропоновані заходи з огляду на те, наскільки вони можуть допомогти у виконанні стратегії та досягненні цілей за рахунок ефективнішого використання ресурсів.

Слід налагодити чіткий процес інформування як членів АІ, так і громадськості, про стан справ у правозахисному русі. Люди мають чітко розуміти, що ви їм кажете та про що ви їх просите. І, можливо, для цього вам буде потрібно по різному формулювати свої звернення до різних цільових аудиторій.

Працівники уряду чи члени неурядової ор-

ганізації наймовірніше зможуть пояснити принципи невідимості та універсальності прав людини, проте 98 відсотків пересічних громадян (які слухають радіо та дивляться телебачення) - не зможуть. Але якщо ви поясните, що люди ніколи не повинні відчувати ані страху голоду, ані страху тортур, то ви зможете ясно і чітко викласти ту ж саму концепцію, але так, що це стане зрозумілим більшій кількості людей.

Отже, формат подання інформації залежить від конкретної мети спілкування. Скажімо, подання детального звіту буде найкращим способом вплинути на уряд, але не допоможе переконати людей приєднатися до правозахисного руху.

Довіра

Той, хто приносить новину, може бути настільки ж важливим, як і сама новина. Керол Річардсон (дивись цитату) пояснює, яким чином кампанія за її звільнення отримала новий поштовх, коли відомі представники британського суспільства виразили свої сумніви з приводу неупередженості вироку.

Якщо організація, що організовує та проводить кампанію, бажає досягти успіху, то до неї повинні прислуховуватися як ті, до кого вони звертаються за допомогою, так і ті, кого треба переконати, що такі зусилля допоможуть покласти край порушенням прав людини. У багатьох країнах треба не лише просто бути на стороні правди та справедливості для того, щоб до вас почали прислуховуватися.

Довіра до діяльності АІ базується на тому, що люди переважно вірять у наведену на-

шою організацією інформацію. Крім того, на цю інформацію роблять посилення журналісти, науковці, радники з політичних питань, інші організації, що проводять кампанії, дипломати та працівники органів державної влади. Звісно, цією ж інформацією можуть користуватися і інші громадяни та організації під час проведення своїх кампаній, але їм буде важче забезпечити належний рівень довіри до неї або навіть вплинути на ситуацію.

Отже, оскільки успішне досягнення цілей АІ шляхом проведення кампаній залежить від рівня довіри до нашої організації, учасники кампаній повинні не лише вміти скористатися цією довірою, але й ретельно її оберігати. Організації втрачають довіру до себе набагато легше, ніж завойовують її!

Мотивам діяльності АІ повинні довіряти; її інформація має бути надійною.



Зміцнення довіри до АІ: черга людей, які надають свої свідчення делегації АІ, що відвідує Гватемалу.

© Жан-Мари Сімон



Довіра до організації базується на таких засадах:

- готовність членів організації сумлінно проводити кампанію протягом тривалого часу;
- тематика кампанії відповідає міжнародним правозахисним стандартам;
- її інформації довіряють,
- її рекомендації мають сенс, оскільки безпосередньо пов'язані з вирішенням визначених проблем;
- неупередженість під час проведення кампаній, незважаючи на ідеологію країни, де AI проводить кампанію, чи політичні вболівання об'єктів цих кампаній;
- її кампанії вважаються актуальними та дієвими;
- увага до «забутих», прихованих та часто непопулярних ситуацій;
- зосередження зусиль на зупиненні порушень прав, а не лише на досягненні домовленості щодо причин цих порушень, оскільки такі домовленості часто можуть призвести до нападу на ідеологічний устрій держави чи уряду;
- наявність доказів результативності діяльності AI (звільнені в'язні, або краще до них ставлення);
- люди сприймають питання несправедливого ставлення до інших людей так, ніби це до них так ставляться.

Відповідність

Проведення кампаній AI ставить на меті достукатися до тих людей, які можуть взяти в них участь. Тематично кампанії AI можуть напряму чи опосередковано відтворювати ситуацію в наших країнах з таких питань, як:

- ситуація з біженцями, торгівля зброєю, смертна кара, зовнішня політика уряду;
- права жінок.

AI проводить свої кампанії в дусі міжнародної солідарності. Існує багато причин, чому людина починає боротися проти порушень прав людини в країні, про яку вона раніше навіть не чула. Іноді це відчуття власної відповідальності чи громадського обов'язку. Проте, частіше люди приходять до нас, тому що ми їх зацікавили. Однієї зацікавленості замало, але зазвичай саме з неї починається участь у наших кампаніях.

Надзвичайно важливо, щоб ваша організація та її члени відчували, що вони опікуються нагальною проблемою, оскільки це спонукає їх до дій. AI постійно використо-

вує цей фактор мотивації під час роботи з населенням (дивись Главу 10). Коли ми заохочуємо профспілки брати участь у кампаніях AI, ми вказуємо їм на те, що деякі з людей, для яких ми працюємо, члени профспілок.

Часто використовують такий вислів: "Ціна свободи полягає у вічній пильності". Тобто ми всі зацікавлені у захисті наших свобод – навіть, якщо наші права при цьому не порушують і не ставлять під загрозу. Якщо ви бажаєте переконати людей в актуальності ваших дій, можна використати такий аргумент: ми самі себе принижуюмо, коли дозволяємо несправедливості панувати. Деякі люди вважатимуть цей підхід вірним, інші можуть у нього і не повірити, але варто спробувати.

Багато інших організацій, що проводять кампанії та заохочують людей взяти в них участь, користуються цим відчуттям актуальності проблеми та особистої зацікавленості людей у її вирішенні. Прикладом можуть бути кампанії на захист навколишнього середовища, коли активісти намагаються зупинити викиди токсичних речовин у місцевості, де живуть. Активіс-

Під час збору аналітики про Колумбію напередодні проведення міжнародної кампанії в 1988 році австралійська секція дізналася про те, що Колумбія є одним із основних експортерів гвоздик. Це здивувало багатьох, оскільки до цього імідж країни Колумбія переважно «складався» з наркотиків та злочинів, пов'язаних із торгівлею наркотиками.

Однією з цілей кампанії саме і було змінити ці уявлення та привернути увагу до фактів порушення прав людини в Колумбії. Гвоздики стали тим символом поступу, який допоміг змінити уявлення про країну. Наприклад, під час проведення рекламної акції, яку знімали для головного регіонального телеканалу, активісти місцевої групи AI з містечка Тоунсвілу в провінції Куінсленд носили гвоздики під час інтерв'ю.

Гвоздики та Колумбія: складнощі припущень

Як зробити так,
щоб казати
«так» було легко:
кампанія, яку не
проводила AI

Тіма Андерсена було засуджено в 1991 році за звинуваченням у влаштуванні вибуху бомби під час проведення наради голів держав-членів британської Співдружності в 1978 році в Сідней, Австралія. Він одразу подав апеляцію та прохання випустити його на поруки до закінчення процесу оскарження. Група місцевих активістів, які були впевнені в його невинуватості, провели кампанію зі збору підписів видатних австралійців під проханням про звільнення пана Андерсена на поруки. Головною метою кампанії було звільнення затриманого на поруки, проте іншою метою стало отримати підтримку з боку громадськості та ЗМІ.

Підготували стисле звернення, в якому наводили причини, чому обвинувачення викликає сумніви, та закликали звільнити Тіма на поруки. До звернення долучали чек на 1000 австралійських доларів, як гарантію того, що активісти мають серйозні наміри виплатити всю суму застави. Звернення підписали понад 30 видатних австралійців. Прохання про звільнення на поруки відхилили, проте суддя зазначив, що ця справа отримала значну підтримку з боку правозахисників, суспільства в цілому та ЗМІ зокрема. (Через півроку апеляційний суд ухвалив рішення на користь обвинуваченого.)

Якщо б людей просили зазначити у зверненні, що вони переконані в невинуватості Тіма Андерсона, а не те, що правдивість звинувачення викликає в них сумніви, то набагато менше людей підписали б таку петицію. Така стратегія б стала провальною. Натомість, успіх обраної стратегії полягав у тому, що в зверненні йшлося про такі поняття, які люди можуть із легкістю підтримати.

ти AI часто мають працювати ще більш сумлінно та з творчою наснагою для того, щоб люди, до яких вони звертаються за допомогою, сприймали правозахисну тематику як актуальну.

Люди використовують різні визначення поняття «відповідність». Проте, рано чи пізно активісту, який агітує людей приєднатися до кампанії, поставлять питання «А навіщо мені це?». Відповідь на нього має задовольнити їх потреби, навіть якщо вони розходяться з мотивацією самого активіста.

Зазвичай, людина може залучитися на емоційному чи інтелектуальному рівні, коли тематика кампанії викликає почуття зацікавленості, занепокоєності, злості чи шоку.

Кампанія також має пропонувати таке рішення, яке допоможе подолати пробле-

му. Деякі люди залучаються до правозахисного руху, незважаючи на те, скільки в нього шансів на успіх. Хоча для більшості людей важливо знати, чи:

- пропонує AI практичні та реалістичні шляхи вирішення проблеми;
- будуть їх зусилля корисними.

Отже, під час спілкування з людьми, AI має озвучувати обидва аспекти. Якщо учасники кампаній AI чи ті, хто надає їм допомогу, не відчують, що AI пропонує належні підходи з вирішення проблеми, то вони можуть або почати допомагати іншому рухові, або просто перестануть вірити, що їх зусилля можуть хоч до чогось призвести. Ось чому необхідно інформувати своїх членів про успіхи в проведенні тих кампаній, до яких ті особисто залучалися.

Часові терміни

Ті ж самі дії призводитимуть до різних результатів, якщо їх виконувати в різний. Не дарма акробати, актори та гумористи кажуть, що своєчасність - це все!

Кампанії AI є лише однією з складових динамічного процесу змін у нашому суспільстві. Успіх чи поразка кампанії залежатимуть від загального контексту подій у суспільстві та взаємодії величезної кількості факторів, із поміж яких своєчасність є одним із найбільш важливих.

■ Негайні дії – це інструмент швидкого реагування AI на зміни в динаміці порушень прав людини, коли правозахисні заходи проводять негайно, інакше вони не будуть дієвими.

■ Підготовка звіту про ситуацію щодо прав людини в конкретній країні до проведення зустрічі з організаціями, що можуть надати допомогу цій країні, матиме більше впливу ніж випуск такого звіту вже після проведення такої зустрічі.

■ Проведення прес-конференції чи випуск прес-релізу в день, коли новин небагато, привернуть до себе більше уваги громадськості, ніж у дні, коли треба змагатися за увагу з іншими важливими подіями.

■ Проведення акції чи кампанії під час обговорення певного законопроекту призведуть до кращих результатів, ніж

після прийняття такого закону.

- Під час сезону відпусток краще не проводити масштабний проект з залучення нових членів до правозахисного руху.
- Часто ООН проводить обговорення питань захисту прав людини за планом. Отже окремі секції повинні про-

водити лобювання в своїх урядах за декілька місяців до проведення запланованого обговорення.

- Прес-реліз, який було надруковано одразу після події, має більше шансів привернути увагу до цієї події, оскільки вже через декілька днів чи навіть тиждень, людям буде до нього байдуже.

Наполегливість

Проведення кампанії AI не буде зупинено, аж доки не будуть зупинені порушення. Таке налаштування дуже важливе, оскільки:

- люди, що вже страждають, або чий права людини можуть зневажати, покладають свої сподівання на AI, тому AI несе перед ними відповідальність;
- уряди не повинні навіть сподіватися, що своїм фактом ігнорування кампанії AI вони змусять AI здатися і піти геть.

Спробуйте застосовувати різні стратегії та підходи, щоб обрати найефективніше. Залишайтеся у постійному творчому пошуку, оскільки це:

- робить кампанію цікавою для вас та інших – та допомагає залучати до неї людей;
- дозволяє суспільству помітити вашу кампанію;
- не дозволяє уряду розробити успішну контр-стратегію.

Подумайте, на кого ви маєте наміри вплинути.

- Чи обізнані вони з методом листування, який практикують члени AI?
- Якщо змінити підхід, або звернутися до інших органів влади чи верств суспільства, чи допоможе це досягти такого ж впливу, як і після першої хвилі листів?



Підказки

❏ Чим простіше, тим краще

На загал, прості плани легше готувати, так більша вірогідність їх успішного запровадження. Прості ідеї легше пояснити, тому більше вірогідність, що люди їх зрозуміють і будуть готові до дій, і тим менше ймовірність того, що щось піде не так.

❏ Чим легше реагувати, тим краще

Якщо комусь можна щось зробити легко, то він скоріше за все так і чинитиме.

Якщо ви надсилаєте комусь запит із проханням зробити пожертву, то наскільки легко їм відповісти на ваш запит? Чи вказали ви чітко для кого саме ви збираєте пожертви? Чи вклали ви до листа порожній конверт, у якому вони можуть надіслати пожертву? Чи наклеїли ви на конверт поштову марку?

Якщо ви просите організацію чи особу надіслати листа на підтримку в'язня, чи надали ви їм всю необхідну інформацію, а саме адресу, пояснювальну інформацію, тези листа?

Якщо ви просите профспілку чи іншу асоціацію написати лист-звернення на підтримку вашої кампанії, чи надаєте ви чернетку тексту, до якої можна внести лише трохи змін?

❏ Не просіть людей зробити те, чого вони не зможуть виконати

Під час проведення лобювання, роботи з населенням чи іншої кампанії, коли ви звертаєтесь до когось за допомогою, дізнайтеся про те, що саме ця людина здатна зробити. Наприклад, журналіст не може бути переконаним, що його чи її статтю надрукують чи репортаж покажуть по телебаченню, оскільки це вирішує редактор. Не всі державні службовці обіймають посади, на яких вони уповноважені затверджувати необхідні рішення.

Якщо ви вимагаєте від людей чогось нереалістичного, то це призводить до розчарувань із обох боків, від чого AI виглядатиме непрофесійною та погано поінформованою організацією.

Представники урядів повинні чітко розуміти, що саме AI просить їх зробити: негайно звільнити в'язня сумління, скасувати смертну кару, тощо.

❏ Успіх породжує успіх

Кожна людина отримує мотивацію працювати далі, коли вона досягає поставлену мету. Успіх привносить нові можливості та призводить до появи нових завдань. Це дозволяє підтримувати належний робочий ритм та заохочує інших людей допомагати вам.

Успіх чи поразка вашої кампанії частково залежать і від вас. Скажімо, якщо ваша кампанія ставить на меті покласти край тортурам вже через півроку, то люди будуть розчаровані, якщо цього не трапиться за названий період, навіть якщо ви змогли забезпечити доступ до слідчого ізолятору для представників Міжнародного комітету Червоного Хреста – а це головна запорака проти використання тортур.

З іншого боку, якщо метою своєї кампанії ви обрали саме забезпечення доступу до слідчих ізоляторів, то досягнення такої мети мотивуватиме людей і надалі брати участь у кампанії, оскільки вони вже відчують, що їхні зусилля призвели до змін. Отже ви змогли зробити перший і, можливо, найважливіший крок уперед до нових успіхів та перемог. Таким чином, хоча ваша кампанія досягла тих самих результатів, але в першому випадку вони розцінюються як поразка, а в другому – як успіх.

Іноді доцільно вказати свої цілі у вигляді результатів, яких ви намагаєтесь досягти, якщо все піде за планом і будуть сприятливі обставини. Проте, дуже корисно одразу ставити реалістичні цілі, яких би ви змогли досягти, навіть якщо щось піде не за планом, а зовнішні обставини не сприятимуть.

Не завжди можна належним чином оцінити результати діяльності АІ. У різних суспільствах процеси змін відбуваються по-різному, що ускладнює можливість визначити вплив діяльності АІ на ситуацію у конкретній країні. Водночас, цілком можливо включити до нашої стратегії певні показники успіху (наприклад, кількість урядів та неурядових організацій, які

підтримують надання працівникам Міжнародного комітету Червоного Хреста доступу до затриманих), навіть, якщо на цей час ще передчасно стверджувати, наскільки це досягнення дозволило вплинути в цілому на ситуацію з тортурами.

Для того, щоб ваша стратегія була чіткою та щоб її можна було оцінити, запитайте себе про свої сподівання та очікування щодо результатів вашої кампанії, з огляду на ті зміни, які з часом відбудуться. Запишіть свої відповіді.

■ Визначте тематику

Проведення кампанії проти застосування смертної кари добре ілюструє як різні сторони по різному представляють її тематику. Ті, хто підтримує смертну кару, хотіли б, щоб це покарання було визначено як питання законності та правопорядку, отже вони намагаються використати страх перед насильством та злочинами для того, щоб заручитися підтримкою населення та впливати на позицію політиків та уряду з цього питання. Аболіціоністи намагаються визначити смертну кару як питання, що підпадає під поняття захисту прав людини, отже вони спробують звести обговорення до питань жорстокості цього покарання та несправедливості судового процесу. Аболіціоністи часто стверджуватимуть, що не існує доказів тому, що смертна кара – це засіб зменшення рівня злочинності. Але це означатиме, що вони спочатку погоджуються з тим фактом, що багато людей розглядає смертну кару як питання законності та правопорядку, а потім намагаються цьому суперечити.

Іншим прикладом буде реакція урядів на хід проведення кампанії АІ. Часто уряд намагається відвернути увагу від основної теми кампанії, скажімо шляхом представлення звіту АІ про тортури як спробу втручання у суверенітет держави. В інших випадках, уряд може спробувати піддати сумніву достовірність інформації АІ та мотиви її діяльності, або перевести обговорення в площину того, які права є більш важливими.

■ Цитати

Підготуйте перелік корисних цитат та висловлювань, які можна збирати під час знайомства з матеріалами ЗМІ та зустрічей із політиками, активістами правозахисного руху, представниками ділових кіл, тощо. Потім цими цитатами можна скористатися для того, щоб продемонструвати рівень підтримки з боку громадськості до діяльності АІ в цілому та, зокрема, тематиці кампанії. У Додатку І наведено перелік цитат.



Маріс-Стелла Мабіте, колишній політичний в'язень із ПАР, зустрічається з членами АІ, які провели успішну кампанію з її звільнення

© Андерс Каллерсанд



Інструменти для розбудови стратегій

Цикл розробки стратегій проведення кампаній

Слід чітко описати глобальну стратегію AI щодо покращання ситуації з правами людини в окремих країнах та за конкретною тематикою для того, щоб під час розробки національних стратегій забезпечити виконання глобальних цілей. Своєю чергою, національні стратегії проведення кампаній також мають бути чіткими, для того, щоб дозволити групам AI та іншим правозахисним об'єднанням проводити свої кампанії в рамках спільної стратегії.

- **Вирішити, в чому полягає проблема (питання).** Про це можна дізнатися, аналізуючи ситуації з порушеннями прав людини, зазначених у мандаті AI, внутрішньої політичної ситуації в країні, де ці порушення відбуваються, сил (включаючи конкретних осіб), які на пряму чи опосередковано несуть відповідальність за ці злочини, та тих, хто може вплинути на ситуацію як зсередини, так і з-за кордону. Слід також оцінити такі фактори, як наявність інформації про ефективність попередніх кампаній, вплив чинного сприйняття правозахисної тематики як в країні, так і за кордоном на вирішення конкретної проблеми, та можливості ухилення від підзвітності, які могли вже вивчити органи влади та правоохоронні структури.
- **Досягти домовленості про конкретні зміни в чинній ситуації, які AI може досягти в короткостроковій та довгостроковій перспективі (цілі).** До них можуть належати – скасування певної законодавчої норми, звільнення конкретних в'язнів, визнання фактів порушень прав та взяття на себе чітких зобов'язань щодо припинення порушень, ратифікація міжнародних інструментів захисту прав людини, тощо.
- **Вирішити, якими можуть бути найкращі шляхи досягнення цих цілей на підставі результатів проведеного дослідження.** Серед таких шляхів можна виділити:

- зусилля членів AI, такі, як написання листів до конкретного уряду;
 - робота з населенням, наприклад листи або звернення юристів та профспілок до уряду та суддів конкретної країни;
 - лобювання/ робота міжурядових організацій, наприклад винесення певного питання на обговорення Комісії ООН з питань прав людини та ухвала резолюції з цього питання представниками країн – членів комісії чи комітету.
 - робота зі ЗМІ, коли публікується інформація про постачання зброї та військові навчання, що призводять до порушень прав людини.
- **Обрати найкращий спосіб вжиття потрібних вам заходів (методи роботи).** Наприклад, проведення масштабної кампанії із залученням більшості членів (загальнонаціональна кампанія), швидке глобальне реагування (швидке реагування або негайні дії), лобювання серед ключових урядів, довгострокові зусилля певних груп, рекламна кампанія з сенсаційними викриттями, тощо.
 - **Оцінити аналіз ситуації щодо порушень прав людини, чинну ситуацію та зміни, що в ній відбулися, а також наявну стратегію та заходи, з тим, щоб підлаштуватись до них за потреби.** Подивіться на роль, яку AI відіграє у вашій країні, та на зв'язки (культурні, економічні, міжвідомчі, політичні та/ або військові) між вашою та цільовою країнами (дивись Главу 2). Потім подивіться на ті можливості вплинути на чинну ситуацію з правами людини в конкретній країні, що є завдяки зв'язкам, та розробіть плани з їх використання.

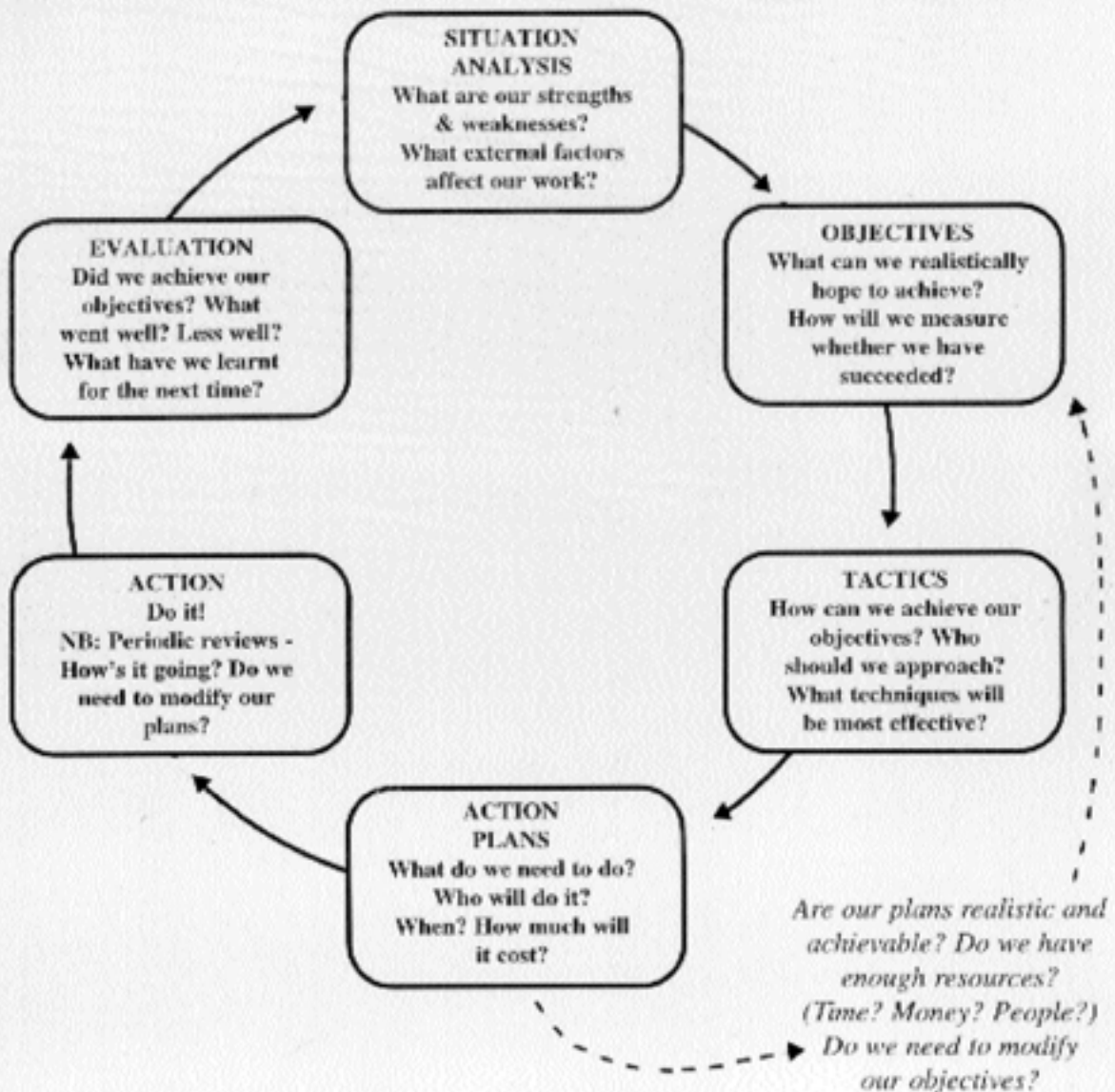
Розробка національної стратегії

Відповіді на наведені нижче запитання можуть допомогти під час розробки національної стратегії:

ЗАПИТАННЯ

- ❑ Яка ситуація склалася в конкретній країні з правами людини? Чи поширені там практики застосування тортур та неналежного ставлення до в'язнів, або «зникнень»?
- ❑ Які конкретні зміни ми би хотіли побачити? Чи спрямовувати зусилля на покращання умов утримання в'язнів, розпочати розслідування справ про «зникнення», тощо?
- ❑ Хто в країні, щодо якої проводите кампанію, несе безпосередню відповідальність за стан захисту прав людини, який ми плануємо змінити? Чи це керівники тюремного відомства, опозиційні групи, тощо?

DEVELOPING A STRATEGY



- ❑ Хто в цих країнах несе опосередковану відповідальність за порушення прав людини? Чи це політики, керівництво тюрем, тощо?
- ❑ Хто в країнах кампанії може вплинути на тих, хто несе відповідальність? Чи це медичні робітники, ЗМІ, релігійні організації, профспілки, тощо?
- ❑ Хто в вашій країні може переконати людей, що мають вплив у конкретній країні, що настав час діяти? Чи це лі-

карі, журналісти, політики, релігійні групи, тощо?

- ❑ Як можна переконати людей або організації в вашій країні почати тиск на тих людей, хто має вплив у конкретній країні? Які методи проведення кампаній ви зможете використати найбільш ефективно: лобіювання, проведення публічних заходів, звернення, робота зі ЗМІ, листування, тощо?

Потреба в конкретних національних стратегіях

Кожна національна стратегія унікальна. Наприклад, АІ виступає проти смертної кари в США так само наполегливо, як і проти смертної кари у Китаї. АІ ставить на меті скасування смертної кари в обох країнах. В обох країнах норми закону дозволяють державі вбивати громадян. Для АІ однаково важливо і важко буде досягти скасування смертної кари в обох країнах. Отже, чи спрацює одна й та ж сама стратегія для обох країн?

Жодна кампанія за заборону смертної кари, що не визнає відмінностей китайського та американського суспільств, не досягне успіху в жодній з країн. На цій сторінці в таблицях вказані деякі з відмінностей. Їх треба брати до уваги під час

розробки стратегій проведення міжнародних кампаній.

Наприклад, доцільно спробувати змінити ставлення громадськості США до питання смертної кари, тоді місцеві політики не зможуть переманювати голоси виборців обіцянками того, що вони стратять більше людських життів, ніж їх політичні опоненти.

Проте було б недоцільно спробувати вплинути на громадську думку в Китаї, оскільки невідомо наскільки громадська думка в цій країні впливає на формування урядової програми протидії злочинності, та крім того, невідомо взагалі на боці чого виступає громадська думка – застосування чи заборону смертної кари.

Можливі цілі для проведення кампанії

У цьому розділі першої глави ми розглядаємо деякі можливі цілі для проведення кампаній АІ з огляду на те, чи вони довгострокові або короткострокові, конкретні або загальні.

■ Звільнення всіх в'язнів сумління в країні

Щодо окремої країни - це остаточна мета, досягнення якої прописано в мандаті АІ. Іноді, коли уряд змінюється, це може бути короткостроковою та остаточною метою.

■ Звільнення конкретних в'язнів сумління

- Обрані уряди штатів вирішують міру покарання
- Вважається, що громадська думка має великий вплив на питання смертної кари
- Судові процеси тривають довго та коштують чимало
- Кількість страт збільшується, проте не перевищує 100 на рік
- Менша кількість злочинів передбачає покарання у формі смертної кари
- АІ та інші правозахисники проводять кампанії щодо скасування смертної кари
- Вважається, що расові питання впливають на рішення суду та вирок

США

- Центральний уряд вирішує міру покарання за різними злочинами
- Вважається, що громадська думка не має великого впливу на питання смертної кари
- Судові процеси часто проходять швидко і закінчуються несправедливим вирок
- Тисячі людей страчують щорічно
- Багато злочинів передбачають покарання у формі смертної кари
- Жодна з відомих організацій не проводить кампаній з скасування смертної кари
- Вважається, що расові питання не впливають на рішення суду та вирок

КИТАЙ

AI може вирішити, що певні особи чи групи осіб потребують особливої уваги, але лише як короткостроковий та конкретний засіб вирішення довгострокової мети звільнення всіх в'язнів сумління. Ця тактика успішно спрацювала в Індонезії у 1970-их роках. Її також використовували для того, щоб на прикладах таких людей, як Андрей Сахаров та Нельсон Мандела, краще висвітити правозахисну ситуацію у колишньому Радянському Союзі та стан боротьби з апартеїдом у Південній Африці.

- Зменшення строку вироку для певних в'язнів

AI рідко проголошує цю мету, проте іноді вважає за очікувану ціль.

- Покращання умов перебування в тюрмах

Це може бути кінцевою метою для в'язнів, але й може слугувати засобом досягнення остаточної мети, а саме: звільнення в'язня сумління.

- Зміни в законодавстві з питань, що викликають занепокоєння AI

Це може бути кінцевою метою, проте скоріше це стане кроком на шляху досягнення остаточної мети щодо зупинення певної практики порушень прав людини. Отже, на цьому будуть сконцентровані зусилля під час проведення конкретної кампанії.

- Збільшити рівень обізнаності про порушення прав людини

Це ніколи не стане кінцевою метою, скоріше, важливим кроком на шляху досягнення остаточної мети покладення краю порушенням прав людини. У такому вигляді це нечітка мета, результати виконання якої дуже важко виміряти. Отже важко встановити зв'язок між цими захо-

дами та конкретними доказами, що факти порушень трапляються рідше.

- Отримати реакцію уряду або провести з ним діалог на теми, що викликають занепокоєння AI

Це не кінцева мета, хоча її можна використовувати як ціль конкретної кампанії. Розроблена стратегія проведення кампанії повинна пояснити, що вважатиметься реакцією чи діалогом, та чому взагалі важливо цю реакцію отримати.

- Підвищити рівень обговорення питань захисту прав людини серед урядових відомств

Це може бути важливою метою кампанії, особливо якщо AI вважає, що в уряді немає одностайної думки щодо правозахисних питань, або, що деякі члени уряду виступають проти порушень. Для оцінки виконання цієї мети можна використовувати заяви міністрів чи журналістів, або зміни в політиці уряду. Це не кінцева мета.

- Конкретний уряд починає розслідувати факти порушень прав людини

Цю мету можна вважати важливою, оскільки такий перебіг подій може свідчити про покладання краю безкарності та самим порушенням. Її легко вимірювати, та вона відкриває подальші можливості для проведення кампанії.

- Незалежний доступ до затриманих, якщо їм загрожують тортурами

Це може бути важливою метою кампанії. Якщо гарантовано вільний доступ, виникає можливість запобігти використанню тортур чи неналежному ставленню до затриманих. Це може стати важливим кроком для того, щоб назавжди покласти край тортурам. Ця мета конкретна і хід її виконання можна вимірювати.

Привітати чи засудити? Справа 1

Уряд А проголосив запровадження мораторію на застосування смертної кари. Чи слід AI привітати це рішення як важливий крок до скасування смертної кари взагалі, чи засудити його як втрачену можливість добитися скасування? У минулому AI підходила до такої ситуації по-різному. Як ви вважаєте, які фактори дозволяли AI обирати ту, чи іншу позицію? Які переваги та ризики виникатимуть, якщо по-різному реагувати на таке повідомлення?

- Якщо AI привітає рішення про мораторій, виникає ризик того, що її буде звинувачено в тому, що вона відступає від своєї позиції щодо повного скасування смертної кари. Мораторій може і не бути найкращим рішенням, яке за тих обставин уряд міг би схвалити, отже якщо таке рішення піддати критиці, то можливо уряд замість мораторію одразу скасує смертну кару.
- Якщо AI засудить рішення про запровадження мораторію, то уряд може не погодитися до проведення подальшого діалогу, а громадськість вважатиме її позицію поганою та нереалістичною, оскільки AI не визнала факт того, що рішення про запровадження мораторію – це крок у вірному напрямку. Можливо, за тих обставин запровадження мораторію було найкращим рішенням, отже якщо його вважати поганим, то можна втратити добру нагоду скористатися досягнутим прогресом.

AI отримала свідчення того, що солдатів країни Б залучають до масових вбивств, та закликає уряд Б розпочати незалежне слідство. Уряд Б сповістив, що розпочалося проведення незалежного слідства, проте не сповіщає ані про склад слідчої групи, ані про перелік її завдань та повноважень. Чи повинна AI привітати рішення про проведення слідства чи засудити його? Раніше AI вчиняла по різному. Як ви вважаєте, які фактори впливають на вибір тієї чи іншої позиції? Які переваги та ризики виникатимуть, якщо не завжди однаково реагувати на таке повідомлення?

- Подальші можливості успішного проведення кампанії залежатимуть від того, як AI відреагує на таке рішення.

■ Скасування смертної кари

Це остаточна мета, хоча її можна використовувати і для короткострокових цілей. Декілька нових урядів, що прийшли до влади протягом останнього часу, одними з перших своїх наказів скасовували смертну кару, тому цю мету можна вимірювати. Метою певною кампанії може бути введення мораторію на виконання смертного вироку.

- Скорочення переліку правопорушень, що тягнуть за собою смертний вирок

Деякі кампанії AI використовували поетапний підхід щодо скасування смертної кари, оскільки вважали, що вимагати повного її скасування нереалістично та надієво. Отже, скасування залишається довгостроковим завданням, у той час як невикористання смертної кари на практиці може бути середньостроковою метою, а короткостроковою метою може бути зменшення переліку злочинів, що тягнуть за собою смертний вирок, до вбивства за особливо тяжких обставин.

- Збільшити рівень обізнаності щодо цілей AI

Це стає метою лише у поєднанні з іншими заходами, коли можна довести, що їх виконання залежить від цього важливого кроку. Всім відомо наскільки важко оцінити рівень обізнаності. Щоб поставити перед собою таку конкретну мету, треба знати рівень до і після проведення кампанії, а також цільову аудиторію.

- Заява національного уряду про стан захисту прав людини у конкретній країні

Це конкретна мета, яка може допомогти збільшити тиск на уряд «цільової» країни.

- Збільшення кількості членів AI

Це може стати важливою внутрішньою метою кампанії AI, особливо якщо нестачу членів вважають слабким місцем. Вкажіть, скільки нових членів вам треба залучити, та протягом якого часу.

- Покращувати імідж AI як неупередженої організації

Може статися, що імідж AI, який склався в уяві громадськості, заважає досягати цілі кампаній. У такому випадку, покращання образу AI є важливим кроком на шляху досягнення інших цілей.

- Збільшити залучення певної верстви населення до заходів AI

Це може бути важливою метою з огляду на проведення кампанії в конкретній країні чи взагалі кампаній AI в цілому.

Проведення кампаній у сучасному світі

“

Байдужість – ось найбільше зло сьогодні. Знати, та нічого не робити – це те ж саме, що погоджуватись із несправедливістю. На нашій планеті відстані стають дедалі меншими, отже, те, що відбувається в одній країні, впливає на всіх нас”.

Елі Візел, лауреат Нобелівської премії миру

Значні темпи зростання обсягів світової торгівлі (включаючи трансферти знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності), інтеграційні процеси в світовій економіці та революційні зміни в комунікаційних технологіях, призвели до трансформації міжнародних стосунків. Ніколи ще стільки країн світу не мали так багато зв'язків одна з іншою. Ці зміни як надають нові можливості, так і зумовлюють нові складнощі для кампаній AI. У цьому розділі йдеться саме про ці нові та захоплюючі сфери діяльності AI, які розбито на такі підрозділи:

Зміст

- Взаємовідносини між країнами / 28
- Зв'язки та співпраця зі збройними силами, відомствами безпеки та правоохоронними органами / 35
- Інформаційні технології / 46

СУЧАСНИЙ СВІТ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ МІЖ КРАЇНАМИ

Наш світ став нібито меншим. За кошт торгівлі, міжнародних відносин та сучасних комунікаційних систем зв'язки між країнами стають дедалі численнішими та тіснішими. Отже, в сучасному середовищі одним із важливих завдань АІ стає виявлення та найкраще використання цих зв'язків. У цьому розділі йдеться про такі питання:

Зміст

- **Взаємовідносини між країнами / 29**
- **Інформація про взаємовідносини між країнами / 29**
- **Зв'язки з урядом конкретної країни / 30**
- **Зв'язки з суспільством конкретної країни / 31**
- **Використання зв'язків / 33**

“

Міжурядові організації, такі як ООН, допоможуть вам розпочати процес збору інформації та аналітики про вашу цільову країну та про відносини, що склалися між вашою та цільовою країнами.

© ООН

**AI часто в своїй роботі користується посиланням на військові, економічні та культурні стосунки.*



Уряди Шрі-Ланки та Туреччини розвивають у своїх країнах галузь туризму. Секції AI скористалися привабливими іміджами цих держав, які створені урядами для залучення іноземних туристів, та протиставили їм справжні іміджи двох країн, де все ще мають місце порушення прав людини. Секція AI з Великої Британії надіслала своїм прихильникам конверт, в якому містилися фотокартки «з відпустки у Туреччині», на яких були зображені жертви порушення прав людини. Інші секції надрукували брошури, в яких перелічували факти порушення прав людини, та звернулися до туристичних фірм з проханням розмістити їх примірники разом із звичайними туристичними брошурами. Цей плакат надрукувала секція AI в США протягом кампанії проти порушень прав людини в Шрі-Ланці та розмістила на придорожніх біг-бордах. Якщо розміщувати матеріали кампанії в тих місцях, які переважно використовуються з метою реклами чи розповсюдження туристичної інформації, то це дозволить поєднати в свідомості людей імідж країни, до якої охоче приїжджають туристи на відпочинок, та реалії повсякденного життя в країні, де, як виявляється, ще трапляються порушення прав людини.



Взаємовідносини між країнами

AI має брати до уваги міжнародну політичну ситуацію в тих країнах, де ми проводимо наші кампанії. Зазвичай, ми маємо певне базисне уявлення про природу стосунків (або їх відсутність) між нашою країною та державою, де трапляються факти порушення прав людини, яким ми бажаємо покласти край.* Навіть якщо ми свідомо не обговорюємо ці відносини, вони впливають на результати наших запланованих заходів.

Обговорення відносин, які склалися між різними країнами, часто допомагає під час розробки стратегічного підходу до проведення майбутніх кампаній. Іноді для цього використовують вже наявну інформацію, іноді ж слід спробувати знайти додаткову інформацію з певної тематики. Головне – розбудувати спроможність використовувати інформацію для того, щоб наші кампанії були ще ефективнішими.

Секції можуть вирішити збирати детальну інформацію з наступних тем:

■ **Відносини у сфері збройних сил.** Ми розробили спеціальні підходи та стратегії реагування на трансферти військ і сил безпеки, знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності (дивись наступний розділ). Деякі секції AI створили спеціальні групи реагування, до складу яких входять члени AI, котрі в минулому працювали або зараз працюють у збройних силах та правоохоронних органах, і котрі готові використовувати свої професійні знання та свій статус державного службовця

в заходах, які проводить AI. Робота таких вузькоспеціалізованих груп набула особливої пріоритетності після ухвалення такого рішення під час проведення засідання Міжнародної ради (ICM) у 1995 році. Засідання Міжнародної ради, найвищого органу AI з розробки та затвердження політики діяльності AI, проводяться раз на два роки.

■ **Економічні зв'язки.** За цим напрямком деякі секції створили спеціальні групи профільних фахівців, до складу яких увійшли члени AI з досвідом роботи в бізнес-середовищі, котрі закликають підприємства та підприємців долучитися до правозахисного руху (дивись Розділ 10). Під час проведення зборів Міжнародної ради (ICM) у 1995 році було вирішено розвивати і надалі цей напрямок діяльності, що призвело до широкого обговорення серед учасників правозахисного руху найбільш корисних шляхів використання економічних зв'язків між державами. Нині у багатьох країнах урядами розроблені програми розвитку економічних зв'язків з іншими державами, які передбачають також підтримку заходам із захисту прав людини.

■ **Культурні зв'язки.** За цим напрямком зусилля AI поки що були поодинокі. Так, наприклад, багато секцій проводять постійну роботу з релігійними організаціями. Крім того, багато кампаній здійснювали у контексті проведення міжнародних спортивних змагань, таких як Олімпійські ігри.

Інформація про взаємовідносини між країнами

З метою проведення секціями всебічного аналізу стратегічних можливостей, які виникають завдяки існуванню зв'язків між країнами, MC повинен підготувати таку стратегію проведення кампаній для кож-

ної країни, яка б:

- вказувала, в яких сферах життя країни трапляється найбільше порушень прав людини, та які органи державної влади несуть за це відповідальність і можуть сприяти у покращенні ситуації;
- визначила ті відносини на міжнародному рівні, які мають найбільший потенціал щодо позитивного впливу на правозахисну ситуацію у конкретній країні.

Саме секції AI мають збирати інформацію про взаємовідносини між їх країною і цільовою країною та проводити оцінку впливу цих зв'язків на правозахисний рух.

Скористатися з цього потенціалу можна завдяки застосуванню різних методик проведення кампаній, зокрема роботи з населенням, лобювання, роботи з компаніями, висвітлення правозахисної тематики в ЗМІ та написання листів-звернень.

Зв'язки з урядом конкретної країни

Цей перелік запитань може допомогти вам визначити існуючі зв'язки між вашою країною та урядом «цільової» країни:



Єдиним напрямком зв'язків між країнами, який передбачає, що АІ може висловлювати занепокоєння, піднімати питання чи закликати до припинення порушення прав людини, є трансферти військ і сил безпеки, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності.

ЗАПИТАННЯ

- ❑ **Членами яких міжнародних організацій є уряди вашої та обраної для кампанії країни? Чи входять вони до складу ООН, Комісії ООН з питань захисту прав людини, Ради безпеки ООН, регіональних організацій, руху неприєднання або торговельних об'єднань?**
- ❑ **Яку позицію має ваше міністерство закордонних справ щодо обраної країни? Виправдовування? Звинувачення? Змішану?**
- ❑ **Чи проводилися парламентські або урядові слухання з приводу ситуації у конкретній країні протягом останніх кількох років? Яка була їх тематика та які результати? Хто давав свідчення, та яким чином (якщо зв'язок тут взагалі існує) ці свідчення допомагають вирішити питання, що цікавлять АІ?**
- ❑ **Чи входить ваш уряд до групи урядів та міжнародних організацій, які надають допомогу обраній країні? Ви можете виносити тематику АІ на її обговорення.**
- ❑ **Чи надає ваш уряд міжнародну допомогу іншим країнам? Яким саме? Чи було включено тематику АІ до обговорення запропонованих програм надання допомоги? Чи обговорюються окремо питання захисту прав людини?**
- ❑ **Чи існують офіційні зв'язки між збройними силами, службами безпеки та правоохоронними органами вашої та обраної країн у вигляді членства в міжнародних організаціях чи альянсах?**
- ❑ **Як саме ці зв'язки використовуються? Чи відбуваються трансферти військ і сил безпеки, знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності між вашою та обраною країною?**
- ❑ **Чи знаєте ви щось про тих посадових осіб в уряді конкретної держави, які несуть безпосередню відпо-**
- відальність за факти порушень прав людини?** Може якась посадова особа чи політик мешкали, навчалися або працювали на території вашої країни в минулому? Коли саме, де і з ким разом? Чи можете ви розшукати колишніх або чинних викладачів, керівників підприємств, співробітників відомства закордонних справ, журналістів або інших осіб, які б могли навести особисті свідчення про тих посадових осіб, про мотиви їхніх вчинків, про тих, кого вони вважають впливовими особами?
- ❑ **Чи присилає уряд обраної країни час від часу торговельні делегації до вашої країни?** Може, дозволяє приїжджати у вашу країну делегатам наукових конференцій та учасникам культурних або спортивних змагань, іншим напівофіційним та неофіційним представникам? Чи відбуваються подібні візити з вашої країни до обраної для кампанії?
- ❑ **Чи наймав ваш уряд агенцію – підрядника з питань зв'язків із громадськістю?** Кого саме? Чи можуть вони зустрітися для обговорення тематики АІ?
- ❑ **Чи відкривала конкретна країна своє посольство у вашій державі?**
- ❑ **Який співробітник посольства «цільової» держави у вашій країні відповідає за підготовку запрошень, організацію візиту та прийом членів парламенту чи інших впливових осіб під час їх перебування у вашій країні?** Чи передбачає посада цього співробітника можливість для громадськості дізнатися про такі організаційні моменти його роботи?
- ❑ **Чи впроваджує ваш уряд програму запрошення видатних та відомих людей з інших країн приїхати до вашої країни?**
- ❑ **Хто саме у вашому уряді чи в ділових колах вашої країни обізнаний про обрану для кампанії країну чи має до неї окремий інтерес?**

“

Під час проведення днів торгівлі Індії в Австралії члени AI роздавали австралійцям, котрі приходили на офіційні заходи, листівки з інформацією про одну конкретну справу порушення прав людини в Індії та проханням підняти це питання під час спілкування з членами індійської делегації. Крім того, члени AI скористалися з того, що було встановлено зв'язок через електронну пошту зі школою в одному з індійських міст. У такий спосіб вони змогли поінформувати індійців про ставлення австралійців до фактів не лише цієї однієї справи, але й інших фактів порушення прав школярів в Індії.

Зв'язки з населенням конкретної країни

Нижче наведені питання, які можуть допомогти вам визначити ті зв'язки, що існують між народами вашої, та обраної для кампанії країни:

? ЗАПИТАННЯ

- ❑ **Чи може народ впливати зсередини країни на уряд чи неурядові структури, використовуючи потужні економічні, соціальні та культурні важелі?**
- ❑ **Чи виступає релігія потужною силою в тій країні?** Які релігійні течії та які урядові посадові особи з уряду мають найбільший вплив? Чи підтримують релігійні організації вашої країни зв'язки із релігійними течіями обраної країни? Чи заплановані відповідні заходи, візити чи програми обміну кадрів?
- ❑ **Чи створені в країні політичні партії, які конкурують за владу?** Чи пов'язані вони з іншими партіями за кордоном, які представляють подібну політичну систему? Чи входять вони до Міжпарламентського союзу (IPU)? Чи мають вони секції/ департаменти з роботи з молоддю та жінками, які пов'язані з відповідними міжнародними федераціями? Чи контактують ці міжнародні структури з організаціями у вашій країні?
- ❑ **Хто належить до найбільш впливових осіб у ділових та промислових колах країни?** Хто з них проживав, навчався чи працював у вашій країні? Хто з їхніх колег чи помічників все ще перебуває у вашій країні? Чи підтримують вони зв'язки шляхом членства в торгівельних чи промислових асоціаціях? Чи хтось із них представляє спільні підприємства або холдинги, чиї ділові підрозділи знаходяться у вашій країні? Чи котрийсь із них публічно висловлював занепокоєння ситуацію із захистом прав людини або був затриманий колишнім урядом?
- ❑ **Який обсяг товарообігу між вашими країнами?** На чию користь сальдо зовнішньоекономічної діяльності? Темпи торгівлі зростають чи зменшуються? Чим саме торгують ваші країни між собою: послугами, промисловими товарами, сировиною? Чи планується проведення торгівельних виставок чи ярмарків? Чи підтримуються зв'язки через торгівельні асоціації або регуляторні органи? Чи їхній або ваш уряд активно підтримують торгівлю шляхом надання пільг, проведення семінарів, організації двосторонніх контактів?
- ❑ **Чи становлять профспілки потужну силу в країні?** Чи вони офіційно представлені в уряді? Які зв'язки склалися між урядом та Міжнародною організацією праці (МОП)? Наскільки активну позицію мають профспілки, чи вони вільно висловлюють свої думки, чи їх діяльність незалежна від органів влади? До складу яких міжнародних структур чи асоціацій вони входять? Чи є вони членами міжнародних федерацій чи союзів, які відкрили свої представництва у вашій країні? Чи часто проводять зустрічі між членами та посадовими особами спілок обох країн?
- ❑ **Чи впливають ЗМІ на формування політики уряду обраної країни?** Чи публікують ЗМІ хоча б іноді звіти про порушення урядом прав людини? Чи такі звіти зазнають цензури з боку редакторів або уряду, чи вони публікуються без цензури? Чи мають вони кореспондентів у вашій країні? Наскільки активно працюють у тій країні представники міжнародних ЗМІ? Чи працюють у тій країні кореспонденти з видань вашої країни? Хто володіє телевізійними каналами та радіостанціями? Чи отримують вони матеріали з-за кордону?
- ❑ **Наскільки чутливо ставиться уряд до свого іміджу, який створений іноземними ЗМІ?** А до іміджу, створеного ЗМІ вашої країни? Чому? Чим зазвичай цікавляться люди у вашій країні, коли знайомляться з матеріалами преси? Які події та коли привертали найбільшу увагу в обраній для кампанії країні до матеріалів ЗМІ?
- ❑ **Наскільки активно працюють асоціації юристів?** Чи впливають вони на реформування норм законодавства? Чи мають вони певну позицію з правозахисних питань? Чи є вони членами регіональних/ міжнародних професійних асоціацій? Чи їх видатні фахівці навчаються або працюють у вашій країні? Чи існують історичні зв'язки між юристами ваших країн? Чи проводять у вашій країні програми стажування та обміну досвідом для їхніх фахівців?
- ❑ **Чи мають інші професійні асоціації якийсь вплив?** Яке ставлення склалося

до вчених та відомих у світі письменників, дослідників, докторів, фахівців та лауреатів? Чи існують між двома вашими країнами відомі чи організаційні зв'язки з таких напрямів? Чи діють програми обміну вченими/ студентами? До яких інституцій ставлення уряду, як виглядає, не передбачає жодного втручання?

- ❑ **Які зв'язки існують між вашими країнами у сфері комунікаційних технологій?** Зокрема, чи доставляється пошта, чи хтось її переглядає, чи є інші факти втручання? Чи треба людям платити хабарі для того, щоб пошту доставляли? Чи потрібно використовувати пошту з марками, чи можна оплатити її інакше (в певних країнах листи викрадають, оскільки можна продати іноземну марку з конверта)? Чи рекомендовані листи доходять більш надійно, ніж звичайною поштою? Чи по всій території країни прокладено телефонний зв'язок? Чи прослуховуються міжнародні дзвінки? Які мови розуміють оператори зв'язку? Чи надають довідкові служби номери телефонів на запит? Чи поширене використання факсів у державних та приватних установах? Чи можна спілкуватися із важливими верствами населення за допомогою мережі інтернет?
- ❑ **Чи асамблеї з прав людини, інституції з надання правового захисту та інші місцеві правозахисні організації можуть здійснювати свою діяльність на законних підставах?** Чи їх керівники можуть вільно пересуватися? Чи існують шляхи зміцнення впливу лобістів із місцевого правозахисного руху? (Це слід обговорити з МС, який має контакти зі всіма подібними органами).
- ❑ **Чи проживають у вашій країні емігранти чи вигнанці з цільової країни?** Які стосунки вони зберігають із своєю батьківщиною? Чи об'єднують вони навколо себе сили, які висловлюють солідарність із роботою груп опозиції на батьківщині? Чи підтримують вони правозахисний рух на батьківщині? Чи мають вони зв'язки зі (збройними) групами опозиції? Чи мають вони свої власні ЗМІ?

Чи мають вони вплив на якісь урядові структури чи на співвітчизників?

- ❑ **Які зв'язки у сфері спорту існують між вашими країнами?** Чи займаються і там, і у вас тими самими видами спорту? Чи відомі ваші зірки спорту в тій країні? Чи ставляться до них в обох країнах, як до кумирів, на яких слід бути схожими? Чи заплановані на наступний рік якісь спортивні змагання чи контакти? Чи сповіщають про них ЗМІ в обох країнах?
- ❑ **Які зв'язки у сфері культури існують між вашими країнами?** Чи спільні у вас музичні, літературні та театральні традиції? Чи зірки популярної музики з вашої країни популярні та привертають увагу ЗМІ в обраній країні? Чи планують проведення у ваших двох країнах концертів або театральних гастролей виконавців з ваших країн?
- ❑ **Які стосунки склалися між науковими закладами вашої та цільової країн?** Чи спілкуються між собою вчені з використанням засобів інтернету та електронної пошти? Чи існують програми обміну кадрами наукових закладів?
- ❑ **Чи існують побратимські стосунки між містами/ регіонами двох країн?** Чи передбачають вони проведення офіційних візитів посадових осіб, студентів, викладачів та інших осіб, з якими можна започаткувати діалог?
- ❑ **Чи розвинута галузь туризму між двома країнами?** Чи приносить туризм значні бюджетні надходження в іншій країні? Яка їх частка припадає на туристичні зв'язки з вашою країною? Чи можна скористатися цими зв'язками задля поширення правозахисної інформації?
- ❑ **Який імідж іншої держави склався у вашого населення/ ЗМІ?** Чи заважає цей образ залучати людей до правозахисного руху?
- ❑ **Чи було створено секцію AI у вашій країні?**

“

Під час проведення днів Австралії в Індонезії, одна австралійська театральна трупа виступала в Джакарті. Під час вистави один із членів трупи, який був дуже занепокоєний ситуацією з правами людини у Східному Тиморі, виступив на сцені з акцією протесту, про що потім багато писала австралійська преса.

“

Під час проведення кампаній, присвячених правозахисним проблемам країн Африки та Латинської Америки, секції AI мали нагоду скористатися доброю зацікавленістю своїх співвітчизників музикою цих країн для того, щоб поширити цей інтерес і на правозахисну тематику. Вони видавали аудіо-записи, проводили концерти та вистави.

Як і у випадках з санкціями та бойкотами, AI не виступає ані проти, ані за використання в угодах про торгівлю та економічну співпрацю вимог та зобов'язань у сфері захисту прав людини. Питання використання умов та зобов'язань все ще широко дебатуються учасниками правозахисного руху. З одного боку, використання умов та зобов'язань – це один із найбільш дієвих інструментів впливу на міждержавному рівні; крім того, це дозволяє урядам продемонструвати свою занепокоєність правозахисною ситуацією у певній країні. З іншого боку, цим інструментом впливу можна ефективно скористатися саме завдяки існуючому дисбалансу влади, оскільки його використання призводить до зміцнення цього дисбалансу, від чого можуть постраждати економічні, соціальні та культурні права багатьох людей. Таким чином, люди, котрі підтримують ідею застосування санкцій або бойкотів, можуть протистояти інтересам правозахисного руху країни, якій вони намагаються допомогти. AI не бере офіційної участі у цих дебатах.

Позицію AI з цього питання можна викласти у дуже простий спосіб: всі уряди та організації, які надають гуманітарну та іншу допомогу, повинні оцінювати вплив своєї роботи на можливість захистити всі права людини.

Міжнародна допомога, торгівля та зобов'язання: позиція AI

“Чи мають підприємства та їх акціонери проявляти занепокоєність фактами порушення прав людини у тих країнах, де вони здійснюють свою господарську діяльність? Скоріше за все ви не отримаєте прямої відповіді на це запитання, навіть якщо хтось спробує її надати. Проте в майбутньому це питання поставатиме все частіше та частіше”.

Цією цитатою з виступу сера Джері Чандлера, голови правління бізнес-групи AIUK, починається стаття під назвою «Бізнес та права людини», яку включили до пакету матеріалів для проведення кампанії щодо правозахисної ситуації в Китаї.

Під час проведення цієї кампанії члени AI зверталися до осіб та підприємств, які опікуються інвестиціями в Китай, з проханням ознайомитися з фактологічними та інформаційними матеріалами, в яких наводили запропоновані AI спільні заходи та підходи до співпраці з різними галузями економіки.

Як користуватися зв'язками

Для кожної країни, протягом різного часу, перелік зв'язків, які будуть найбільш корисними в нашій роботі, буде змінюватись. Ми включили в цей посібник декілька прикладів, які ілюструють ті підходи до використання зв'язків, що застосовували у минулому.

AI прописала процедуру використання таких зв'язків між країнами під час проведення кампаній із захисту прав людини, отже, було б доцільно дізнатися як про цю процедуру, так і про ті зміни, які до неї вносять (рішення за процедурою ухвалюють під час проведення зборів Міжнародної ради).

Дуже важливо напрацювати масив даних про країну, на правозахисну ситуацію, на яку ви бажаєте вплинути, для того, щоби зрозуміти, якими саме зв'язками, та коли саме вам було б доцільно скористатися.

■ Уряди деяких країн, які бажають зміцнити свої економічні зв'язки з вашою країною або приєднатися до певного економічного чи політичного блоку чи організації, можуть дуже чутливо ставитися до звинувачень у фактах порушення прав людини в їхній країні. Цим

можна скористатися для здійснення впливу на такий уряд.

■ Також можна скористатися з нагоди проведення офіційного візиту президента, перебування торговельних делегацій або проведення культурних заходів. Такі візити дозволяють не лише сфокусувати увагу ЗМІ на проблемах цільової країни, але й передбачають зацікавленість широких верств населення (часто з інших причин).

■ Уряди деяких країн всіляко підтримують певний імідж своєї держави для збільшення обсягів туризму. Знову ж, вони можуть дуже чутливо ставитися до виникнення іншого сприйняття із посиланням на факти порушення прав людини в їхній країні. Отже, легше скористатися наявністю вже існуючого іміджу та змінити його, ніж створювати повністю нове уявлення про цю країну.

■ Зміцнення зв'язків між країнами веде до посилення спілкування в багатьох інших сферах, не лише між зовнішньополітичними відомствами цих країн. На міжурядовому рівні до такого спілкування залучаються посадові особи та фахівці з інших відомств, які відповідають за освіту, промисловість, торгівлю, оборону, фінанси та інші галузі економіки. Це призводить до того, що питання захисту прав людини розглядають лише на рівні міністерств зовнішніх справ, у той час, як треба всіляко залучати інші урядові відомства до розробки спільної правозахисної стратегії та впровадження відомчих правозахисних норм.

■ Якщо ви особисто запрошуєте, чи переконуєте інших запросити до спікертурів до вашої країни правозахисників з іншої країни, ви не лише зміцнюєте зв'язки між правозахисниками та активістами обох країн, але й надаєте додатковий рівень захисту цим правозахисникам від спроб втручання до їхньої діяльності.

«Факсова революція» – так люди почали називати зміни, які трапилися в Малаві завдяки використанню факсів, що призвело до звільнення багатьох в'язнів сумління, котрі до цього багато років перебували в ув'язненні; та покладення краю існуванню однопартійної політичної системи Малаві. Для того, щоби обійти жорстку систему обмеження доступу до інформації та контролю над свободою висловлювати свої політичні погляди, новини до цієї країни надсилали з допомогою факсів і потім тиражували та розповсюджували серед населення.

- Якщо заохочувати різні верстви населення вашої країни до спілкування на правозахисну тематику зі своїми колегами та побратимами з іншої країни, то це допоможе створити між ними постійні стосунки, які стануть запорукою майбутніх спільних дій, а також допоможе краще визначитись з тими заходами, до яких їх слід залучати. Протягом останніх років стрімкими темпами розвивається співпраця між містами-побратимами, а це дозволяє розширити контакти між школами, ор-
- ганами міської влади, представниками ділових кіл та закладів культури і спорту різних країн.
- Як мінімум, одна секція переконала відповідний парламентський комітет проводити щорічний аналіз діяльності уряду з питань правозахисної тематики. Під час проведення такого аналізу беруть до розгляду заяви приватних осіб та громадських організацій.

AI не закликає до запровадження обмежень у зв'язках між країнами; AI не виступає ані за, ані проти такого підходу. Багато активістів все ще сперечаються (та ще сперечатимуться) про доцільність використання санкцій та бойкотів у різних обставинах. AI уникає участі в таких обговореннях, коли мова заходить про країни, де правозахисна ситуація потребує залучення AI. Замість цього AI закликає всі зацікавлені сторони разом подумати про найбільш ефективні способи покращення такої ситуації.

Найбільш відомим прикладом тривалого успішного проведення міжнародних кампаній із використанням санкцій та бойкотів була кампанія, спрямована на ліквідацію апартеїду у Південній Африці. Але тоді рішення про застосування санкцій та бойкотів ухвалювали на підставі відповідних запитів з боку громадських організацій та політичних рухів ПАР, які представляли громадську думку своєї країни.

За певних обставин, особливо коли в суспільстві вже склалася відповідна громадська думка, відмова підтримати заклик до запровадження санкцій може розглядатись, як опозиція громадській думці, а цього враження слід уникати.

AI виступає проти переміщень військ і сил безпеки, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, оскільки вони можуть розглядатись як засоби скоєння порушень прав людини. AI також виступає проти продажу органів страчених людей.

Санкції та бойкоти: позиція AI

ВІДНОСИНИ ТА ПЕРЕМІЩЕННЯ В СФЕРАХ ОБОРОНИ, БЕЗПЕКИ ТА ПРАВООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

По всьому світу працівники міністерств оборони, відомств безпеки та правоохоронних органів скоюють злочини, які порушують права людини. Переміщення військ і сил безпеки, знань, технологій, персоналу та матеріалів у сферах оборони та правоохоронної діяльності можуть допомагати у скоєнні цих злочинів. При цьому такі трансферти можуть проводити з вашої країни. Поширення інформації про логістику та фінансову підтримку таких переміщень може допомогти AI не лише проводити свої кампанії, але й взагалі покласти край цим злочинам. У цьому розділі йдеться про:

Зміст

- Вступ до теми переміщень військ і сил безпеки, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності / 36
- Проведення розслідувань фактів переміщень / 38
- Використання інформації / 41
- Звернення до підприємств з приводу ситуації з трансфертами / 42
- Передача знань та досвіду у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності / 43
- Міжнародний вимір / 44
- Оцінка нашого впливу на ситуацію з переміщеннями / 45

Вступ до теми переміщень військ і сил безпеки, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності

AI працює з темою трансфертів військ, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності ще з 1983 року. Такі переміщення передбачають продаж або безкоштовну передачу урядами чи підприємствами обладнання, персоналу, технологій або ж навчання у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності.

AI працює з темою переміщень для того, щоб:

- запобігати трансфертам, які з великою вірогідністю можуть призвести до порушень прав людини;
- визначити факти порушень прав людини, причиною яких стали міжнародні відносини, та зміцнити вплив міжнародної спільноти щодо їх припинення;
- чинити прямий тиск на ті військові та правоохоронні органи та служби безпеки, які несуть безпосередню відповідальність за порушення прав людини.

Перед нами стоїть довгострокова мета: запровадити дієву регуляторну систему міжнародного моніторингу та контролю за переміщеннями військ і сил безпеки, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони та правоохоронної діяльності. До цієї роботи ми залучатимемо уряди всіх країн, отже, всі секції AI відіграватимуть важливу роль у досягненні цієї мети.

Зазвичай, дослідження ситуації щодо видів та обсягів трансфертів з вашої країни потребує часу та значних зусиль. Секції AI відповідають за збір даних у своїй країні про трансферти військ і сил, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, якщо така робота не пов'язана з порушенням норм законодавства та не становить ризику національній безпеці. Працівники МС, які проводять відповідні дослідження, зосереджують увагу на зборі аналітичного матеріалу про обрану країну, де тра-

пляються факти порушення прав людини, проте вони не завжди отримують дані про ту країну, де ви перебуваєте.

До того, як починати будь-які заходи щодо військових переміщень, вам треба визначитись з трьох питань.

- Визначити тих працівників міністерств оборони, відомств безпеки та правоохоронних органів, які порушують права людини, та їхні зв'язки з вашою країною
- Для того, щоб вирішити, які саме трансферти нададуть найбільше стратегічних можливостей для проведення кампаній проти порушення прав людини, AI слід мати надійну інформацію про тих людей, які ці порушення скоюють, та про види іноземного обладнання, технологій, навчальних матеріалів та персоналу у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, які використовуються в тій країні. МС вже зібрав багато такої інформації, дещо можна легко зібрати, якщо створити групу з проведення дослідження та збору аналітичного матеріалу.
- Для того, щоб оцінити якість інформації про осіб, які несуть відповідальність за використання переміщень для здійснення злочинів, використовуйте запитання, наведені у Главі 10 (Залучення громадськості / Офіцери військових та правоохоронних органів). Відповіді на ці питання можуть дозволити встановити особистості посадових осіб, які винні в порушенні прав людини, їх співвітчизників, які можуть на них вплинути, а також факти участі силових структур у торгівельній діяльності. Слід також з'ясувати, чи підтримували ці особи у минулому зв'язки з представниками уряду, ділових кіл, збройних сил та правоохоронних органів вашої країни.



Більшість урядів не погоджується на контроль за розповсюдженням зброї, якщо це вже не робиться в інших країнах, отже, важливо будь-які заходи із трансфертами прив'язувати до нашої кампанії щодо запровадження міжнародних механізмів контролю.

Наприкінці 1996 року на сході колишнього Заїру знайшли документи про військові закупівлі, які слугували жадливим підтвердженням звіту AI 1995 року. У цьому звіті стверджувалося, що під час геноциду, вчиненого у Руанді у 1994 році, збройні сили Руанди (які здійснювали тоді масові вбивства) отримували поставки зброї та боєприпасів, що завозили торговці з Великої Британії та Нігерії через колишній Заїр із Албанії та Ізраїлю. Ці торговці сприяли скоєнню актів геноциду, але до цих пір їх не переслідували за законом. У результаті кампанії, яку проведено силами AI та інших неурядових організацій, ООН створила Міжнародну комісію з розслідування, яка підтвердила факт передачі через колишній Заїр зброї злочинцям, які несуть відповідальність за акти геноциду.

Боротьба з проявами жорстокості

Приклади заходів AI у сфері трансфертів силовим структурам

- AI оприлюднила інформацію, що в 1996 році органи безпеки Індонезії використовували військову техніку проти демонстрантів. США заборонили експорт легкої зброї та бронетранспортерів до Індонезії, проте уряди Німеччини та Великої Британії одразу запропонували поставити легкі танки, бронетранспортери, водянні гармати та навчальні курси з навичок бою до смерті.
 - У листопаді 1995 року AI отримала документи американського уряду, в яких зазначалося, що американська зброя, яку ввозили до Колумбії для боротьби з торговцями наркотиками, насправді постачалася підрозділам збройних сил Колумбії, котрі були винні у вбивствах мирного населення без підстав та суду, та в інших серйозних порушеннях прав людини. В результаті спільної кампанії AI та інших неурядових організацій поставки було зупинено.
 - У 1997 році AI опублікувала доповідь «Озброєння катів: тортури з використанням електрошоку та поширення технологій оглушення людей», яка облетіла увесь світ. Секції AI розпочали кампанії проти використання електршоку, дубинок, щитів та ременів, призначених для тортур та знущань. Ці заходи привернули увагу світової громадськості, й не лише до питань неналежного використання зброї, але й до конкретних фактів тортур та знущань, поведінки працівників правоохоронних органів та відповідальності урядів за захист прав людини шляхом запровадження належних механізмів контролю за експортом обладнання, що використовують для цілей національної безпеки.
-
- **Визначити чинні трансферти, які призводять до порушень прав людини**
 - Проведення розслідування в сфері переміщень військ і сил, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності – це складне завдання, оскільки така інформація часто падає під норми нерозголошення державної таємниці, її важко зрозуміти через використання експортної чи технічної класифікації, підприємства відмовляються її надавати, посилаючись на комерційну таємницю, або її просто фальсифікують ті особи, котрі бажають дискредитувати інших у такий спосіб. Проте терпіння та увага до деталей часто дозволяють скласти загальне уявлення про переміщення і обміни між силовими структурами. Можна надсилати офіційні листи-запити, а можна звернутися до парламентарів, журналістів та інших осіб, із проханням поставити детальні запитання про такі трансферти. Інший ефективний спосіб полягає у тому, щоб ставити запитання, доки ви не отримаєте на них вичерпних відповідей. Якщо ви отримали надійну інформацію про такі переміщення з вашої країни, негайно передайте її до відповідної групи аналітиків МС та координатора вашої секції чи регіону, щоб оцінити ризик того, чи можуть ці трансферти призвести до порушень прав людини.
 - Вивчити законодавчо-нормативні положення про трансферти знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності
 - Не розпочинайте жодних дій щодо переміщень, доки не вивчите законодавчо-нормативні положення про трансферти. Оскільки це складна тематика, для проведення такого дослідження можна звернутися по допомогу до іншої неурядової організації чи юриста. До початку будь-яких публічних акцій треба, щонайменш, мати добре розуміння основних положень законодавчо-нормативної бази про військові переміщення, тим паче, що більшість країн їх прописує, оскільки такі технології та матеріали вважають небезпечними для життя людей. У деяких країнах законодавчо оформлені не лише трансферти за кордон, але й володіння та обіг на території країни. Деякі країни запроваджують відповідні регуляторні положення до законів про зовнішньоекономічну діяльність. У деяких країнах переміщення регулюють не лише на урядовому рівні, але й на рівні приватних підприємств, щоби запобігти незаконній торгівлі зброєю. Слід також перевірити офіційні переліки товарів військового та правоохоронного призначення, торгівля якими заборонена чи суворо контролює держава. Ці переліки постійно змінюються, отже, їх можна відшукати у додатках до відповідних законів. Інші законодавчі норми можуть регулювати питання поведінки та навчання працівників силових структур вашої країни, включаючи проведення цими працівниками навчання для своїх колег закордоном. Вам треба скласти повне уявлення про всі законодавчо-нормативні положення в сфері військових переміщень. Водночас особливу увагу слід

приділити тим видам трансфертів, які можуть призвести до порушень прав людини. Слід також відзначити, хто саме в уряді дозволяє, контролює та звітує про переміщення.

- Важливо з'ясувати, чи включено до законодавства про трансферти положення про механізм захисту прав людини.

Такі запитання можуть стати вам у нагоді:

7 ЗАПИТАННЯ

- ❑ Чи існує законодавча норма, згідно з якою країна, з якої надсилаються трансферти військ, сил, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, повинна спершу переконатися, що вони не призведуть до порушення прав людини в країні, яка їх отримує?
- ❑ Чи передбачено законом проведення парламентського нагляду за виконанням цієї норми?

❑ Чи застосовується система офіційних перевірок або незалежного нагляду?

❑ Чи передбачає механізм нагляду проведення урядових перевірок кінцевого використання технологій та матеріалів, переданих у рамках військових чи безпекових переміщень, на предмет порушення прав людини?

❑ Чи включені до сертифікатів кінцевого споживача технологій, обладнання та матеріалів, переданих у рамках переміщень, правові гарантії того, що у випадку порушення прав людини, під час їх використання, будуть призупинені поставки таких технологій та запасних частин, проведення їх ремонту та навчання персоналу?

❑ Чи достатньо кваліфікованих кадрів митниці та прикордонних органів для належного виконання цих норм закону?

Слід листуватись із посадовими особами уряду до тих пір, доки ви не отримаєте задовільні відповіді на ці питання.

Проведення розслідувань фактів трансфертів

Незважаючи на положення про державну таємницю та інші перешкоди, існує багато джерел отримання інформації про військові переміщення, серед яких:

- **Інформація, яку оприлюднює уряд (міністерські звіти; щорічні звіти до ООН та інших міжурядових організацій;** результати пошуків за запитом на виконання права на доступ до інформації; патенти); інформація, яку надають депутатам; та інформація, яку посадові особи «зливають» журналістам та неурядовим організаціям. Перевага такої інформації полягає у тому, що це «офіційна» інформація. Навіть якщо вона виявиться недостовірною, саме уряд відповідатиме за її виправлення. Недоліком є те, що така інформація може збивати пошук з курсу або викладатися дуже туманно, приховуючи важливі дані.
- **Інформація з довідників та періодичних видань** про продукцію, що виробляється на підприємствах, та послуги, що ними надаються, наприклад, Джейнс Дефенс Віклі (Janes Defence Weekly), Джейнс Інтернешнл Дефенс Рев'ю (Janes International Defence Review), the weekly Defence News, Law Enforcement Product News, Police and Security News. Рекламні брошури, матеріали промо-акцій та виставок також можуть стати у нагоді.

■ **Адреса підприємства та інформація про власників з телефонних та торговельних довідників,** реєстраційні переліки підприємств (наприклад, довідники Компас (Kompass) з різних країн, Томас Реджістер (Thomas Register), Who Owns Whom, картотека для зберігання інформації на плівці (органи реєстрації підприємств), компакт-диски (Medline), щорічний звіт (Financial Times, Компас, Томас Реджістер), комп'ютерні он-лайн бази даних (Datastar, Dialog-Piers, STN International, Echo, Corporate Critic) та веб-сайти (Multinational Monitor, Namebase, Guardian Online) та постійно зростаюча кількість сайтів газет. На жаль, багато такої інформації може виявитися неактуальною.

■ **Правозахисна інформація від АІ та інших поважних правозахисних та громадських організацій.**

■ **Звіти очевидців, які бажають поділитися своїми свідченнями,** зокрема посадових осіб релігійних організацій, журналістів, юристів, лікарів, правозахисників, бізнесменів, працівників профспілок, транспортників, працівників місцевих органів влади або навіть іноді посадовців національних та закордонних силових структур.

■ **Інститути спеціалізованої зброї та бази даних,** які регулярно публікують



Секція АІ Іспанії вказала на відмову свого уряду запровадити дієву систему моніторингу та контролю за трансфертами знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності через урядову змову. Разом із такими неурядовими організаціями, як «Грінпіс», «Лікарі без кордонів» та НУО «Індермон», провели надзвичайно успішну кампанію під гаслом «Знищимо секрет». Незважаючи на те, що спочатку іспанський Конгрес депутатів виступив проти цього законопроекту, в березні 1997 року ухвалили закон про прозорість системи торгівлі зброєю та механізми контролю.

звіти та іноді можуть надати інформацію на запити. У Додатку II наведений перелік тих із них, котрі спеціалізуються на тематиці переміщень. Їхня інформація переважно стосується транс-

фертів великих систем зброї та може виявитися безцінною, проте вони рідко надають її правозахисникам, навіть на запити.

Стислий опис політики AI щодо переміщень знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності

■ **Не існує єдиної позиції щодо запровадження ембарго на зброю чи відповідних санкцій**

AI ані підтримує, ані виступає проти санкцій щодо урядів, винних у порушенні прав людини, та не обіймає жодної позиції щодо будь-яких заходів покарання, таких як ембарго чи бойкот.

■ **Виступає проти трансфертів знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності**

AI може виступати проти військових трансфертів (обладнання, персоналу, навчання та технологій), а також проти джерел, які, як було доведено, фінансували та проводили такі трансферти, коли на основі фактів йдеться про уряди та підприємства-виробники, які сприяють вчиненню порушень прав людини.

■ **Виступає за призупинення трансфертів**

МС та секція можуть погодитися виступити за зупинення переміщень знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, якщо можна довести виконання однієї з трьох наведених нижче умов, а саме:

- трансферт було здійснено з єдиною практичною метою – порушити права людини;
- трансферти такого типу/ класу обладнання в минулому вже використовували в країні, що його приймає, для здійснення таких порушень; або
- трансферти призначені для тих підрозділів силових структур, які несуть значну відповідальність за факти порушення прав людини та до розформування яких закликає AI.

■ **Запити для збору даних**

Якщо неможливо переконатися в тому, що було виконано хоча б одну з передумов, необхідних для початку закликів до припинення трансфертів, AI може поставити своєму уряду та підприємствам-постачальникам питання щодо намірів подальшого використання знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності в країні, яка приймає ці військові трансферти. Таким чином, можна привернути увагу громадськості до загрози їх використання у приймаючій країні для порушень прав людини. Проте, слід утриматися від прямих чи опосередкованих вимог щодо припинення подібних переміщень. Перелік таких запитань затверджується правлінням чи керівником секції після проведення консультацій із МС.

■ **Законодавство з переміщень: тягар відповідальності на стороні, що надсилає їх**

Всі секції AI повинні закликати до ухвалення законодавчо-нормативної бази, яка б заборонила виконання трансфертів знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, крім випадків, коли можна обґрунтовано довести, що вони не потягнуть за собою порушення прав людини. Зазвичай, такі закони регламентують питання, тематика яких ширша за правозахисну.

Якщо ставити запитання уряду чи підприємству, які надсилають трансфери знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, їх завжди слід попереджати про загрозу конкретних поставок. Також слід просити уряд виконати попереджувальні заходи, а саме:

- провести дослідження впливу військових чи безпекових переміщень на дотримання прав людини до ухвалення остаточного рішення про проведення поставок;
- провести на місці моніторинг використання переміщень;
- забезпечити доступ правозахисникам-спостерігачам до об'єктів, на яких порушуються права людини;
- в усіх сертифікатах кінцевого споживача надавати правові гарантії того, що будь-які переміщення військового та правоохоронного призначення (не лише обладнання, але й запасних частин, послуг з технічного супроводу та навчання тощо) будуть негайно зупинені, якщо їх використовують для брутальних порушень прав людини.

Збір та аналіз інформації

Для початку, інформацію про країни, види озброєння та типи підприємств треба розбити на групи за принципом пріоритетності та визначити чіткі часові рамки дослідження. З метою належної категоризації та перехресної перевірки інформації, а також для її постійного оновлення ви можете використовувати паперові картки, папки, комп'ютерні бази даних. Слід обережно ставитися до результатів аналізу таких даних, зокрема зайвий раз перевіряти правдивість свідчень та надійність джерел інформації.

Кожна група дослідників щодо військових переміщень з секції AI повинна групувати зібрані дані з метою проведення перехресної перевірки, а найбільш цікаву інформацію необхідно одразу передавати координатору з питань трансфертів або аналітикам з МС для подальшої обробки.

Види переміщень військ і сил, знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності

Чимало порушень прав людини пов'язані з використанням вогнепальної зброї малого калібру, військового обладнання та «правоохоронних» технологій. Зазвичай, уряди не розголошують інформацію про трансфери цієї продукції, хоча їх поширення призводить до розв'язання збройних конфліктів та громадських заворушень, які спричиняють порушення прав людини. Ось чому для AI так важливо очолити зусилля із запровадження механізмів контролю за переміщеннями такої продукції на міжнародному та національному рівнях.

Коли кажуть «зброя», більшість людей уявляє собі вогнепальну зброю та набої до неї. Проте досвід AI свідчить, існує багато інших видів зброї, які зазвичай використовують для скоєння злочинів із порушенням прав людини, зокрема вбивств,

тортур, побиття та незаконних арештів. Перелік видів зброї може включати такі категорії:

■ Обладнання для «контролю за злочинністю»

- обладнання для здійснення тортур та смертних вироків (AI виступає за повну заборону такого обладнання)
- зброя із використанням електрошоку (пістолети, балончики, щити та ремені)
- «несмертельна» зброя та обладнання для придушення повстань (сльозоточивий газ, пластикові та гумові кулі тощо).

■ Вогнепальна зброя та вибухівка

- пістолети та револьвери
- автомати та кулемети
- снайперські гвинтівки, автоматичні та напівавтоматичні гвинтівки
- ручні гранати
- протипіхотні міни
- незвичайні та вибухові боєприпаси
- зенітки, базуки та протитанкові рушниці та ракети

■ Військова техніка та обладнання

- бронетранспортери та бронемашини
- військові гелікоптери, транспортні літаки та винищувачі
- артилерійські системи, танки, транспортні засоби для запуску ракет
- військові засоби зв'язку та розвідки.

Використання цих видів зброї передбачає також передачу знань та досвіду їх використання. Отже, проведення відповідного навчання може сприяти порушенню прав людини, так само як надання фінансування та забезпечення транспортування зброї та обладнання в рамках цих переміщень та обмінів. AI відомі приклади того, як під виглядом проведення

медичних та інших «досліджень» застосовуються тортури чи виконуються смертні вироки.

Тому доцільно збирати інформацію саме про ці види трансфертів та пов'язані з ними організаційні схеми, а не про всі види трансфертів загалом.

Використання інформації

Якщо ви зібрали достовірну інформацію та свідоцтва того, що трансферти знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності з вашої країни призводять до порушень прав людини, треба передати цю інформацію координатору з питань переміщень або відповідному керівнику вашої секції. Вони звернуться до МС із запитом, чи слід виступати за зупинення таких переміщень. МС ухвалює рішення після перевірки достовірності наведеної інформації та аналізу стратегії щодо проведення кампаній у зазначеній країні. Оскільки кампанія із зупинення трансфертів може проводитись одразу в кількох країнах, із яких відправляли трансферти, потрібно залучити координаторів міжнародних акцій AI.

Якщо МС вважає доказову базу достатньою, він може винести на розгляд координатора з питань переміщень чи правління секції AI запит на проведення

кампанії щодо призупинення трансфертів до обраної країни. Якщо в цій країні немає секції AI, остаточне рішення про початок кампанії та форми її проведення ухвалюватиме МС.

Якщо секція або МС не зібрали переконливих доказів використання трансфертів для скоєння злочинів із порушенням прав людини, але все ж таки мають сильну підозру в цьому, вони можуть надіслати попередження про ці злочини уряду країни, яка виконує переміщення, підприємствам, які надсилають обладнання та технології, та, можливо, широкій громадськості. Такі попередження можна формулювати у вигляді запитань, відповіді на які допоможуть підтвердити чи спростувати підозри.

Ці запитання повинні стосуватися мети використання трансфертів та підвищення рівня підзвітності осіб, які відповідають

Основні законодавчі принципи щодо переміщень для силових структур

Законодавчо-нормативна база повинна забороняти здійснення трансфертів знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, та дозволяти їх лише, якщо обґрунтовано доведено, що вони не погіршать дотримання прав людини. Сфера застосування таких законів, зазвичай, ширша за винятково правозахисну тематику, проте AI може підтримувати чи не погоджуватися з такими нормами в принципі, згідно із такими критеріями:

- перед ухваленням остаточного рішення про трансферти силовим структурам слід ретельно ознайомитися з ситуацією з дотриманням прав людини в країні, яка їх приймає;
- встановлено ефективні канали отримання правозахисної інформації від неурядових організацій;
- публікуються звіти про ставлення уряду (та, якщо це необхідно, збройних угруповань опозиції) до питань захисту чи порушення прав людини у всіх приймаючих країнах;
- сторона, яка відправляє, несе відповідальність за практичне використання переміщень (включаючи регулярний моніторинг сертифікатів кінцевого споживача);
- забороняються будь-які трансферти обладнання, персоналу, навчання або технологій, а також фінансова та логістична підтримка таких операцій, якщо обґрунтовано доведено, що вони призводять до порушень прав людини;
- правові норми прописано чітко та конкретно, без двозначностей;
- законодавці отримали всю інформацію, що дозволить виконувати комплексний контроль за впровадженням закону;
- регулярні та детальні звіти (навіть про трансферти легкої зброї) включають до Реєстру звичайної зброї ООН.

за їх відправку. Іноді ці запитання будуть спрямовані лише керівництву уряду чи підприємства. Проте, якщо йдеться про серйозні побоювання, що ці трансферти дійсно призведуть до порушень прав людини, слід також залучати до такого обговорення громадськість та парламентарів країни, яка відправляє трансферти, що

збільшить тиск на уряд приймаючої країни. Такі запитання можна ставити в прес-релізах, зверненнях до громадськості або звітах для зовнішніх організацій - напряму чи за допомогою журналістів, членів парламенту та інших організацій, які підтримують діяльність AI.

Звернення до підприємств за інформацією про трансферти

У більшості випадків AI висловлює своє занепокоєння щодо використання трансфертів знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності безпосередньо органам влади, хоча іноді секції AI звертаються до підприємств. У таких випадках слід дотримуватися інструкцій AI щодо роботи з підприємствами та заздалегідь інформувати відповідний підрозділ секції.

Особливу увагу слід приділити роботі з тими підприємствами, які безпосередньо виконували трансфертні операції, в результаті яких загострюється правозахисна ситуація. Якщо ви робите безпідставні звинувачення, підприємство може подати на вас у суд за збитки, яких воно зазнало через це. Слід утриматись від таких звинувачень, а якщо вже робити їх, то лише з доказами на руках та коли ситуація вимагає припинення фактів порушень прав людини.

Отже, краще спочатку поставити такі запитання дирекції підприємства та отримати необхідні докази.

Якщо ж ви вирішили звернутися до компанії, радимо користуватися наступним підходом:

- Спочатку слід ознайомитися з інструкцією AI щодо роботи з підприємствами та обговорити з відповідним координатором вашої секції ваш підхід.
- Питання, що викликають вашу занепокоєність з огляду на трансферти знань, технологій та матеріалів у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, слід викласти у письмовому

вигляді та подати керівнику підприємства. У своєму запиті ви повинні викласти політику AI щодо неупередженості та незалежності її діяльності, а також підходи AI щодо військових чи безпекових переміщень та міжнародних відносин у сферах оборони, економіки та культури. Обов'язково слід поцікавитись їх корпоративним стандартом з правозахисної тематики.

- Не треба робити припущення, що будь-яке підприємство, яке виконує такі трансферти до країни, де порушуються права людини, дійсно сприяє скоєнню злочинів, оскільки припущення – це не докази. Краще скористатися нагодою наданого запиту та попередити керівництво підприємства про ризики, які виникають в результаті пересилки таких технологій та матеріалів. Після цього ви можете попросити отримати конкретну інформацію про контракти, запобіжні заходи, пов'язані компанією, навчання, технічний супровід тощо.
- Треба обговорити отриману інформацію із координатором з переміщень та відповідними аналітиками перед тим, як вживати будь-яких заходів. Нехай аналітики МС перевіряють для вас достовірність інформації про трансферти, на яку ви маєте наміри робити посилання, працюючи з урядом. Слід також отримати юридичну консультацію.
- Не спілкуйтеся з керівництвом такого підприємства в неофіційному режимі та не просіть надати кошти чи виступити спонсором.

Після збільшення кількості випадків порушення прав людини в Нігерії, секції AI поставили кілька запитань групі компаній «Шелл», яка мала вплив на економіку тієї країни. Серед запитань були такі: «Якщо компанія «Шелл» постачає правоохоронним органам Нігерії зброю та обладнання, що не може призвести до загибелі, то які запобіжні заходи виконала «Шелл» для того, щоб цю зброю не використовували для порушення прав людини? Чи може «Шелл» оприлюднити порядок та регламент залучення органів поліції для охорони нафтових родовищ? Чи готова «Шелл» залучитися до практичної допомоги, наприклад, шляхом покращення якості освітніх програм, які проводять для офіцерів збройних сил, органів безпеки та поліції Нігерії?»

З часом «Шелл» надала вичерпну інформацію на всі ці запитання.

Запитання до
корпорації
«Шелл»

- Щодо Індонезії та Східного Тімору – секції AI в публічних зверненнях та листах цікавилися метою використання іспанських військових транспортних літаків, а також винищувачів та навчальних курсів з Великої Британії та США. У запитаннях робили акцент на відвідуванні правозахисниками-спостерігачами віддалених районів Індонезії та Східного Тімору.
- Щодо Чаду – в звітах AI запитувалося про використання збройними силами Чаду американської, французької, голландської та китайської зброї та навчальних курсів.
- Щодо США – американська секція допитувалася про вплив щорічних програм військової допомоги уряду США на ситуацію з правами людини у країнах-отримувачах.

Зберігайте копії кореспонденції із цим підприємством та інші дані про нього.

Запитання для збору доказів

Якщо AI вже збрала певні докази того, що військові трансферти підприємства призводять до порушення прав людини в іншій країні, перш за все, слід поставити додаткові запитання, які допоможуть отримати більше інформації та попередять підприємство про загрози, що виникають від передачі технологій та матеріалів конкретному отримувачу. Ваші питання потрібно ставити у такий спосіб, щоб:

- отримати уявлення про те, для чого використовуватимуть трансферти;
- отримати підтвердження того, що уряд чи компанія, які відсилають технології чи матеріали, виконують свої зобов'язання про те, що ці переміщення не будуть використовувати для скоєння злочинів із порушенням прав людини.

Такі запитання-попередження можна оприлюднити, що збільшить тиск на підприємство та забезпечить інтерес до правозахисної тематики з боку ЗМІ.

Розраховуйте, що буде декілька раундів кореспонденції з органами державної влади та підприємствами, отже, треба чітко пам'ятати про вже поставлені запитання. Нижче наведені приклади серії запитань, які слід поставити державним службовцям, котрі відповідають за дво-

сторонні переміщення:

ЗАПИТАННЯ

- ❑ Який обсяг допомоги ваш уряд надає урядові країни, де порушуються права людини, з огляду на навчання та іншу підтримку їхніх збройних сил, служб безпеки та правоохоронних органів?
- ❑ Чи така допомога та навчання надаються конкретним підрозділам силових структур?
- ❑ Чи включають питання надання допомоги та торгівлі правозахисний компонент? Чи покриває він питання надання обладнання для безпеки та проведення навчання?
- ❑ Чи включено умови захисту прав людини до контрактних положень про надання допомоги збройними силами та правоохоронним органам?
- ❑ Як проводиться оцінка впливу на ситуацію з дотриманням прав людини?
- ❑ Який зараз рівень та природа двосторонніх контактів між силовими структурами обох країн? Чи проводяться спільні навчання підрозділів цих структур або обмін кадрами підвідомчих закладів вищої освіти?
- ❑ Чи співробітники силових структур беруть участь у виконанні миротворчих місій, семінарах та конференціях?

Трансферти навчальних курсів та експертизи для силових структур

Переміщення – надання навичок, знань та експертизи працівникам іноземних силових структур можуть призводити як до порушення прав людини, так і до їх захисту. Отже, AI може проводити кампанії щодо включення правозахисних положень до контрактів щодо проведення навчання для персоналу закордонних силових структур.

Це питання постає перед нами в новому ракурсі через те, що все більше і більше приватних підприємств залучаються до виконання правоохоронних та миротворчих функцій.

Позиція AI з питань навчання працівників силових структур дуже проста, а саме: таке навчання не має сприяти порушен-

ню прав людини. Ми постійно повинні вказувати на те, що питаннями навчання персоналу збройних сил та правоохоронних органів повинні опікуватися органи державної влади, отже, саме вони повинні звітувати про включення правозахисної тематики до тем навчального курсу.

AI не бере участі в розробці освітніх курсів із правозахисної тематики для працівників силових структур тих країн, де права людини постійно порушуються. Проте AI може допомогти визначити ті міжнародні інструменти захисту прав людини, які слід включити до освітніх курсів.

Важко оцінити, наскільки певний навчальний курс для працівників силових структур безпосередньо пов'язаний із майбутніми фактами порушень прав людини. Командування підрозділів збройних сил, чий персонал проводив навчання для закордонних колег, не бажає розкривати повний зміст навчального курсу та його правозахисні компоненти. Наприклад, американський уряд намагався просувати ідею про те, що його «розширений» навчальний курс «Міжнародна військова освіта та навчання» (IMET) є таким, що забезпечує захист прав людини. Отже, коли AI отримала відповідну інформацію від уряду на свій запит, вона виявилася незадовільною. Те ж саме трапилося і у Великій Британії, чії військові навчальні програми викладають солдатам понад 100 інших країн.

Для AI один із способів отримати «розумні припущення» щодо впливу таких навчальних програм на правозахисну ситуацію полягає в аналізі відповідей на запитання:

7 ЗАПИТАННЯ

- ❑ Чи відбуваються порушення прав людини настільки часто, що проведення навчання для працівників силових структур потребує спершу впровадження правової реформи щодо відповідних міжнародних стандартів, а також розформування певних підрозділів безпеки, які значною мірою несуть відповідальність за скоєння злочинів?
- ❑ Чи хтось із запропонованих слухачів навчальних курсів несе особисту

Міжнародний вимір

Уряди тих країн, які визнають потребу запровадження дієвіших механізмів контролю за трансфертами знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, відзначають, що коли зупиняють такі трансфери - заради захисту прав людини, часто це призводить до несумлінної конкуренції на ринках таких товарів та послуг. Іншими словами, уряди країн визнають необхідність застосування багатосторонньої

відповідальності за порушення прав людини та, якщо так, то чи вживали заходів, щоб вони понесли за це відповідальність? (Позиція AI полягає в тому, що питання навчання для силових структур та їх підзвітності мають розглядатися разом).

- ❑ Який досвід захисту прав людини мають викладачі? Отже, чи можна стверджувати, що викладачі достатньо кваліфіковані для того, щоби викладати практичні вправи з правозахисної тематики згідно із відповідними міжнародними стандартами та нормами закону, а не лише аспекти гуманітарного права?
- ❑ Які правозахисні аспекти включено до навчальної програми для працівників силових структур?
- ❑ Чи включені туди інтенсивні вправи на застосування міжнародних правозахисних стандартів? Чи відвідують слухачі інші освітні курси та, якщо так, то які правозахисні аспекти включені до тих навчальних програм?
- ❑ Чи підтримуються питання захисту прав людини в тих інституціях, де проводиться навчання для представників силових структур?
- ❑ Для кого ще проводяться там освітні курси та з якої тематики? Які інші освітні матеріали отримують слухачі? Яка у них позакласна діяльність? Яка загальна інституційна культура?
- ❑ Чи встановлено порядок перевірки впливу навчальних курсів для працівників силових структур на ситуацію з правами людини в країні, особливо з огляду на практичне застосування колишніми слухачами отриманих там навичок та знань?

Кожне із наведених вище запитань у разі потреби може використовуватися як твердження про принципову позицію AI. Після отримання відповідей на ці питання, вам треба буде оцінити, чи варто виступати за повне зупинення такого навчання, чи може вимагати заміни певних його складових, чи підтримати ідею проведення постійного моніторингу таких освітніх курсів із залученням інших неурядових організацій.



Секції AI в Європі та США публічно ставили під сумнів правомірність трансфертів атакуючих гелікоптерів, винищувачів та артилерії зі США до Ізраїлю після того, як збройні сили Ізраїлю вчинили насилля та вбивства з використанням такої зброї в Лівані під час проведення операції «Грона гніву». Зокрема, їх запитання включали: «Чи використовували американську зброю під час проведення операції «Грона гніву»? Якщо так, то яку саме? Чи використовувалася вона під час випадків, коли вбивали або ранили цивільних осіб? Коли саме та з використанням чого саме?» Уряд США відмовився дати відповіді на ці запитання.

Нині у більшості випадків, коли здійснюються трансфери знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, роблять посилення на виконання урядами залучених до переміщень країн своїх зобов'язань із захисту прав людини, які вони взяли на себе в рамках угод ООН, ОБСЄ, ЄС та інших міжурядових угод, таких як Васенаарські домовленості між країнами-членами НАТО та іншими країнами, включаючи Російську Федерацію.

Під час проведення лобістської діяльності, секції AI також закликають уряди подавати до Реєстру ООН більш повний та чіткий опис переміщень зброї.

На рівні регіональних міжурядових організацій деякі західноєвропейські секції AI розпочали у 1995 році лобювати перед своїми урядами та членами парламенту ЄС необхідність надання допомоги у запровадженні норм «Кодексу поведінки», який розроблено зусиллями декількох неурядових організацій (включаючи AI).

До 1996 року більше 600 неурядових організацій та парламентарів підписали цей «Кодекс ЄС». Крім того, в межах перегляду результатів Маастрихтської угоди AI по-

дала урядам країн ЄС звіт про контроль за розповсюдженням зброї та захисту прав людини. До нього додавали заклик поєднати зусилля за цими двома напрямками, з яким AI звернулася до членів Азійсько-тихоокеанської економічної співдружності та Організації африканської єдності (ОАУ).

Найбільш ретельно розроблений перелік принципів міжнародного контролю за розповсюдженням звичайної зброї та військового обладнання та освіти розроблено у травні 1997 року доктором Оскаром Аріасом та іншими лауреатами Нобелівської премії миру, включаючи AI. Розробники сподіваються, що інші нобелівські лауреати протягом наступних років допоможуть провести всесвітню кампанію з використання Кодексу як основи під час розробки ООН та національними урядами нових законів. Ці принципи можуть використовувати і секції AI у своїй повсякденній діяльності, оскільки ті відтворюють норми мандату AI та її політики щодо контролю за переміщеннями знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності. До цієї ініціативи вже залучаються дипломати, урядовці та інші неурядові та міжурядові організації. Нині Кодекс перекладають різними мовами.



Звіти секцій AI у Великій Британії та США щодо трансферів силовим структурам

Не так вже й легко оцінити успішність діяльності AI щодо силових структур, оскільки розглядаються кількісні та якісні, короткострокові та довгострокові показники. З огляду на мету, яку було викладено на початку цього розділу, ми можемо запитати, наскільки заходи AI сприяли:

- зупиненню чи виправленню фактів порушення прав конкретних осіб у країні, яка приймає трансфери;
- покращенню ставлення та використанню запобіжних заходів;
- розбудові спроможностей AI та правоохоронного руху.

Звісно, роботу AI можна сфокусувати на всіх трьох рівнях, проте оцінюються ключові кінцеві результати та поступ, яких досягнуто на другому рівні, а саме:

- формування громадської думки та обізнаності населення щодо впливу переміщень та обмінів між силовими структурами на ситуацію з дотриманням прав людини;
- ухвалення нового законодавства, урядових інструкцій та нормативних процедур, які впливають на здійснення переміщень;

- проведення навчання для іноземних працівників силових структур щодо стандартів захисту прав людини.

Для нас також важливо оцінювати, наскільки наша робота з трансфертами допомагає розширити коло людей, залучених до роботи AI, оскільки дуже важко оцінити конкретний вплив такої роботи на ситуацію в обраній країні.

Досягнення конкретних результатів за цим напрямком вимагає виконання довгострокової програми з роботи із переміщеннями військ і сил, знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності.

Успішність роботи AI залежатиме від того, чи зможуть найбільш для цього придатні люди донести вірний меседж до найбільш могутніх та впливових осіб. А для цього слід постійно прив'язувати роботу із трансфертами до результатів впливу цих переміщень на ситуацію з дотриманням прав людини. Для цього потрібно використовувати й експертизу відповідних спеціалістів, і співпрацю на міжнародному рівні, а також постійно працювати з національним урядом, лобювати правозахисні інтереси в міжурядових організаціях, серед ЗМІ, представників військових, правоохоронних, ділових та фінансових кіл.

СУЧАСНИЙ СВІТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інформація оточує нас скрізь і всюди. За лічені секунди інформація про порушення прав людини може облетіти весь світ. Правозахисники в усіх куточках світу проводять свою діяльність разом - за допомогою нових технологій. Отже, вкрай важливо опанувати та користуватися цими засобами зв'язку, які так швидко змінюються. У цьому розділі йдеться про:

Зміст

- Електронні засоби зв'язку / 47
- Мережа інтернет / 47
- Проведення досліджень у режимі онлайн / 48
- Проведення кампаній та акцій / 49
- Об'єднання різноманітних зусиль правозахисного руху / 50

Електронні засоби зв'язку

Електронні засоби зв'язку (електронна пошта, бюлетені, інтернет тощо) можуть стати у нагоді в роботі АІ. Ця сфера постійно поновлюється та змінюється – як і сам інтернет. Приклади роботи національних та місцевих правозахисних організацій наведено для ілюстрації головних тенденцій, отже, в них може бракувати всіх деталей.

Електронні засоби зв'язку можна використовувати для різних цілей у різний спосіб:

- Під час підготовки проведення кампанії за допомогою засобів мережі інтернет можна провести детальні дослідження щодо країн, тем, корпорацій, інструментів міжурядової співпраці, діяльності інших неурядових організацій та навіть конкретних справ.
- Розміщення матеріалів про кампанію в інтернеті може зробити кампанії рекламу, заохотити до активних дій, розповсюдити матеріали серед людей, які б інакше не могли отримати до них доступ, та збільшити обізнаність з правозахисної тематики.
- Звернення та заклики можна також розмістити в мережі інтернет, що дозволяє людям з усього світу проявляти зацікавленість та брати участь у роботі АІ.
- Через інтернет можна звернутися з проханням зібрати пожертви.
- Під час підготовки та проведення кампаній АІ можна проводити консультації та обговорення з членами АІ і підтримувати зворотній зв'язок з іншими активістами.

Декілька країн вже виділили добровольців, а іноді навіть цілі групи волонтерів для того, щоб надавати вам допомогу в цій роботі. Якщо вам ці особи невідомі, зв'яжіться з Програмою інформаційних технологій МС або пошукайте в інтернеті матеріали правозахисників із вашої країни, де обов'язково буде вказана адреса електронної пошти.

Розробникам веб-сторінок АІ

Відвідайте ресурсний сайт розробників АІ <http://www.amnesty.org/webdev>.

Електронну пошту для отримання імені користувача та пароллю надсилайте на адресу webdevelop@amnesty.org.

Мережа інтернет

Інтернет відкриває чудові можливості для тих, хто проводить кампанії, оскільки мільйони людей можуть отримати вашу інформацію, при чому це обійдеться вам досить дешево.

Однією із переваг інтернету є те, що відстані вже не мають значення. І вам, і комусь на іншому боці земної кулі, однаково легко та дешево знайти інтернет та підключитися.

Основним недоліком інтернету донині залишається те, що навіть у багатих країнах не всі мають до нього доступ, а у бідних – майже ніхто.

Як і під час підготовки інших матеріалів для проведення кампаній, під час використання засобів мережі інтернет вам треба чітко розуміти конкретну мету та цільову аудиторію.

Якщо ви вирішили створити власний веб-сайт, скористайтеся такими порадами.



Підказки

- 🔍 Спочатку поцікавтеся, як виглядають інші сайти. Переконайтеся, що користувачі можуть легко знайти ваш сайт.
- 🔍 Переконайтеся, що вашим сайтом зручно користуватися. Кожна сторінка має містити посилання на всі ключові розділи вашого сайту.
- 🔍 Постійно оновлюйте сайт.
- 🔍 Сайт слід викласти рідною мовою та англійською, оскільки англійська – це мова спілкування в інтернеті.
- 🔍 Всі роздаткові матеріали (брошури, плакати та прес-релізи) слід також готувати в електронному вигляді.
- 🔍 Завжди пам'ятайте, до кого саме спрямовуєте інформацію.
- 🔍 Не наводьте в режимі онлайн інформацію, яка не підлягає оприлюдненню.
- 🔍 Ведіть базу даних адрес електронної пошти, які ви збиратимете, коли пропонуватимете людям стати волонтером, членом АІ чи отримувати інформаційну розсилку.
- 🔍 Дозвольте користувачам залишати критичні або схвальні зауваження на сайті.

Обмін інформацією у мережі інтернет не регулюється нормами міжнародного чи національного права, тому в більшості країн урядам майже неможливо застосувати цензуру в інтернеті. Нижче наведено уривок із газети «Herald Tribune», де описані можливі наслідки використання інтернету для проведення правозахисної просвітницької роботи та кампаній у тих країнах, де доступ до правозахисної інформації обмежений.

Проведення кампаній в інтернеті: унікаючи цензури

- ❑ Можливо, слід пропонувати користувачам відповісти на кілька питань для того, щоб зрозуміти, хто користується послугами вашого сайту.
- ❑ Кнопки та логотипи, які з'являються на екрані, можна взяти з сайту AI, проте спочатку слід отримати згоду від розробника сайту (дивись на полях).
- ❑ Великі за обсягом графічні та анімаційні зображення уповільнюють швидкість доступу до вашої сторінки, тому певні відвідувачі можуть залишитися незадоволеними.
- ❑ Рекламуйте свій сайт на інших веб-сайтах та деінде.

Проведення досліджень у режимі онлайн

В інтернеті можна знайти безліч інформації, яка допоможе членам AI провести необхідне дослідження. Нижче наведено декілька категорій тематичної інформації.

- **Інформація про діяльність ООН та інших міжурядових організацій.** Інформацію про ООН можна знайти з допомогою системи пошуку Gopher: gopher://nywork1.undp.org/ або в мережі: <http://undcp.or.at/unlinks.html>

Можна ознайомитися з матеріалами інших міжурядових організацій, таких як Організація американських держав, Міжнародна організація праці, тощо; на веб-сторінці ООН наведені посилання на адреси веб-сторінок великої кількості інших міжурядових організацій.

Г'юман Райтс Вотч, Комітет юристів з прав людини та Лікарі за права людини надають інформацію з допомогою системи пошуку Gopher: gopher://gopher.humanrights.org:5000/1

Веб-сайти можуть розробляти та підтримувати бібліотеки з юридичних питань, університетські правозахисні програми, громадські організації та організації порятунку під час стихійних лих та катастроф.

- Ройтерз, Франс Прес та численні місцеві агенції новин надають доступ широким верствам громадськості до різноманітної інформації. Якщо вас цікавлять міжнародні новини, пошукайте на сайті: <http://yahoo.com/news>

- Неофіційні групи обговорень правозахисної тематики (новини мережі Юзнет та інші такі конференції Асоціації прогресивних засобів зв'язку), з яких найбільш популярними є <soc.rights.human> та <misc.activism.progressive>.

Існують також групи з обговорення ситуації в конкретній країні під спільною загальною назвою soc.culture (назва країни).

І хоча їх якість може бути різною, група з обговорення ситуації в конкретній країні може надати таку інформацію від самих громад, яку важко знайти в традиційних медіа-новинах.

- Закриті групи з обговорення ситуації у конкретній країні містять більше корисної та достовірної інформації про країну, ніж відкриті групи, проте їх важче знайти. Якщо ви не можете їх знайти, запитайте у групі soc.culture, яка опікується цією країною.

- У певних випадках відкриваються веб-сторінки в'язнів, наприклад: <http://www.xs4all.nl/~tank/spg-1/sigaction.htm>

Існує декілька сайтів, які збирають комплексну інформацію про правозахисний рух, яка розміщена в Інтернеті, зокрема директорія Американської асоціації наукових відкриттів:

<http://shr.aaas.org/dhr.htm>

Проведення кампаній та акцій

Оприлюднення інформації AI в режимі онлайн допоможе досягнути багатьох цілей, зокрема: підвищення рівня обізнаності з правозахисної тематики в цілому та за конкретними справами; надання детальної та достовірної інформації активістам, правозахисним та неурядовим організаціям, урядам та ЗМІ; оприлюднення результатів діяльності AI у контексті допомоги конкретним жертвам; та залучення інших до цієї роботи.

Зараз інформацію про діяльність AI можна знайти з допомогою таких засобів мережі Інтернет:

- Інформацію загального характеру можна знайти на нашому міжнародному веб-сайті за адресою www.amnesty.org та на інших численних сайтах AI. На них розміщено мандат AI, тематичну інформацію (ставлення AI до смертної кари тощо) та адреси офісів AI. Секції AI та місцеві групи AI розміщують інформацію про проведення загальнонаціональних та місцевих заходів та акцій.
- Новини можна отримувати як з міжнародного сайту AI, так і шляхом підписки на видання «Амнесті-Л», для чого необхідно надіслати листа на адресу електронної пошти: majordomo@oil.ca

У листі слова "subscribe Amnesty-L" слід включити в основний текст повідомлення без лапок.

Багато новин викладено на декількох загальних групах Юзнету, наприклад: soc.rights.human та misc.activism.progressive.

Деякі волонтери AI також викладають релізи новин на тих групах Юзнету, які описують правозахисну ситуацію в конкретній країні.

Веб-сайт, який виграв нагороду

Якщо вам потрібно натхнення, завітайте до веб-сайту, створеного AI для проведення кампаній із захисту прав біженців та який був нагороджений, за адресою www.refuge.amnesty.org.

Організатор кампанії, пані Біт Кубіц з МС, пояснює: "Це вперше, коли ми цілий сайт присвятили проведенню однієї кампанії. Ми не лише публікуємо там наявну інформацію, таку як прес-релізи та листівки. За допомогою сайту можна надавати практичну допомогу в проведенні кампанії, скажімо, шляхом завантаження плакатів чи додавання свого прізвища у вигляді підпису під електронною петицією".

■ Багато звітів про результати та хід кампаній викладено на міжнародному сайті AI: <http://www.amnesty.org/> та на сайтах національних секцій та груп.

■ Іноді інформацію про діяльність AI викладають на форумах, де відбувається публічне обговорення обраної тематики, наприклад, на конференції [Peacenet ai.general](http://Peacenet.ai.general), та додатково викладають на інших групах новин інтернету. Публікації на «відкритих форумах» більш корисні, ніж на форумах, де можна їх лише читати; проте той, хто викладає там свою інформацію, повинен бути готовим проводити моніторинг групи новин, щоб відповідати на запитання, запити та інші зауваження.

■ Все частіше в інтернеті викладають матеріали про акції та кампанії; іноді Інтернет навіть використовується як засіб подання петицій чи протестів загальною.

■ Заклики до негайних дій можуть розповсюджуватися національним координатором акцій термінової допомоги серед членів мережі AI за допомогою електронної пошти. Нижче наведено контактну інформацію деяких національних координаторів, які роблять розсилку електронною поштою:

- у США, Скот Гаррісон: sharrison@igc.apc.org
- у Великій Британії, Рей Мітчел: rmitchellai@gn.apc.org
- у Німеччині, Гвідо Габріель: ggabriel@amnesty.cl.sub.de
- у Канаді, Мерілін МакКім: aito@web.apc.org
- у Бельгії (французька мова), Ксав'єр Зеєброк: xzeebroeck@aibf.be

Якщо у вашого національного координатора акцій термінової допомоги немає доступу до мережі інтернет, зв'яжіться з британським координатором, який зможе вам допомогти. Зазвичай, повний текст заклику до негайних дій не розповсюджують публічно, оскільки це завадило б національним координаторам виступити організовано по всьому світу водночас. Проте, якщо інформація про заклик з'являється на публічному форумі, то до неї додають посилання, яке запрошує читача приєднатися до мережі AI.

Доступ до текстів закликів до негайних дій можна знайти в мережах APC англійською мовою (<ai.uan>) та німецькою мовою (<ai.uan.de>).

■ Звернення, які розсилаються по всьому світу, петиції на листівках та інші

спеціальні запити викладають на міжнародному сайті AI та на декількох сайтах національних секцій, груп та волонтерів із закликом до громадськості відреагувати (іноді для цього окремо додають форми в електронному вигляді).

- Американські петиції Freedom Writer, для прикладу, розсилаються електронною поштою учасникам мережі Freedom Writer.
- Деякі місцеві групи створюють сайти, які присвячені конкретним в'язням чи справам, де запрошують читачів писати листи від імені в'язня, а також надають копії листів в'язня та його родини та іншу інформацію. Такі історії про конкретних людей можуть дуже добре проілюструвати спосіб, у який працює AI, та заохотити тих, хто поки що не приєднався до AI, проявляти активність. Наприклад, веб-сторінка про аргентинського в'язня, яку підтри-

мує Майк Кац-Лакабе з Групи 64: <http://www.best.com/~mlacabe/puigjane.html>

Ми лише починаємо розвивати потенціал використання засобів мережі інтернет, з огляду на розбудову людських та фінансових ресурсів, щоб використати це у правозахисній діяльності. Додаткового розвитку потребують такі напрями, як: реєстрація нових членів через мережу інтернет, отримання звітів та продукції AI, збір пожертв тощо. До речі, корисним ресурсом інтернету з огляду на збір коштів є сайт, який веде Говард Лейк з британської секції: <http://fundraising.co.uk>

Декілька секцій виклали в інтернеті форми заяв на членство для того, щоб особам, котрі бажають приєднатися до правозахисного руху, було легше заповнити та подати заяву (хоча, без належних механізмів гарантування безпеки приватності інформації, краще не просити людей викладати в інтернеті реквізити кредитної картки).

“

Після подій у Пекіні в 1989 році хвиля за-судження винних та солідарності з жертвами злочинів про-котилася по всьому світові, проте саме завдяки наявності зростаючої кількості факсових апаратів, особливо в ділових ко-лах, ця хвиля вперше так глибоко охопила весь Китай.

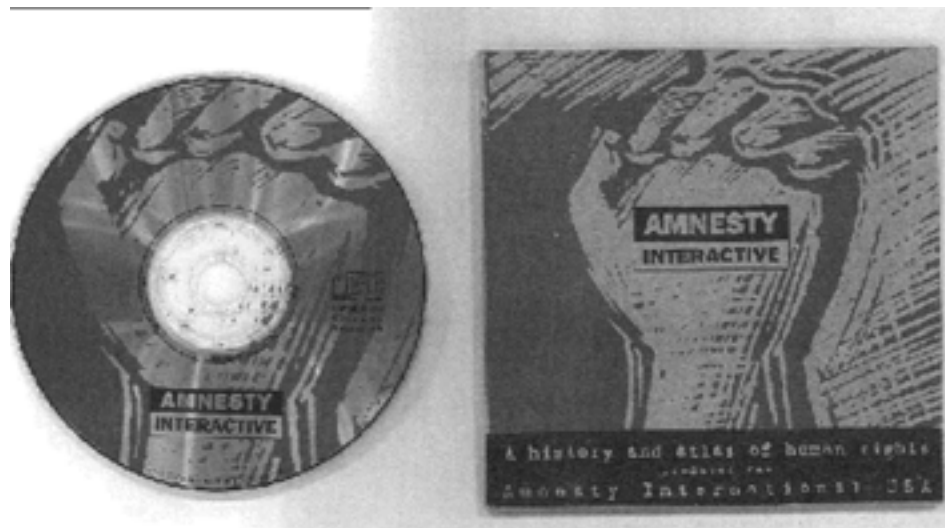
Допомога в об'єднанні зусиль учасників руху

Існує багато способів використання електронних засобів зв'язку для внутрішньо-організаційного спілкування, проведення консультацій, обміну інформацією, проведення спільних акцій та сприяння міжнародній солідарності. Нижче наведено приклади того, для яких потреб різні національні та місцеві групи чи секції використовували ці засоби у своїй роботі.

- Декілька секцій (наприклад, у США та Канаді) спілкуються за допомогою електронної пошти, коли члени правління та лідери-активісти можуть швидко проводити консультації та детальні обговорення без необхідності відвідувати постійні наради.
- Деякі секції відкривають свої сайти, на яких можуть відбуватися форуми та приватні конференції для членів AI

з використанням відповідного програмного забезпечення для проведення таких форумів (наприклад, у франкомовних регіонах Бельгії, Швеції, Нідерландах та Аргентині). Або ж ці приватні конференції організуються з допомогою провайдера таких послуг, скажімо, конференції <ai.ideas> на Reasenet (Асоціації прогресивних комунікацій) або тематичні конференції <ai.computer> та <ai.policy>.

На таких електронних дошках оголошень можна знайти інформацію про заходи, звіти AI та її внутрішню інформацію та форми для участі в акціях AI. З їх допомогою члени AI можуть зручно та дешево отримувати інформацію та консультативні послуги. Будь ласка, пам'ятайте, що прес-релізи під час підготовки й до дозволу поширювати, та інша інформація про стратегію



«
Американська секція випустила компакт-диск під назвою «Інтерактивна амністія».



Якщо ви вже ведете свій веб-сайт або лише маєте наміри його відкрити, вам слід отримати примірник «Керівних принципів AI з електронного видавництва», у якому роз'яснюється, що слід викладати в інтернеті, а чого – не варто.

майбутніх кампаній – може містити досить специфічні дані, тому їх не слід надавати для користування всім членам AI.

■ Якщо члени AI цікавляться певними вузькими питаннями, то вони можуть користуватися послугами численних електронних мереж поширення інформації (конференцій та поштових реєстрів розсилки). На багатьох електронних конференціях клієнтам, які можуть користуватися лише засобами електронної пошти, надають відповідні можливості. Нижче наводяться деякі приклади:

- “Amnestyd” – це внутрішня дискусійна група користувачів електронної пошти, які можуть ставити там питання та обмінюватися думками. Довідки надають за цією адресою: amnestyd-request@magnus.acs.ohio-state.edu

Якщо ви бажаєте приєднатися, в тексті свого повідомлення вкажіть, будь ласка, своє прізвище та свою причетність до AI.

- M “ITGen” – це тематична дискусійна група, присвячена інформаційним технологіям, та яку підтримують вручну. Така ж група – “Ticorreo” – функціонує й іспанською мовою. Заяву про приєднання надсилайте на адресу itgen@amnesty.org із словами “subscribe ai-www” без лапок у тексті повідомлення.
- “AI-Fund” – це тематична дискусійна група, яка підтримується вручну та присвячена збору пожертв. Заяву про приєднання надсилайте п. Говарду Лейку з британської секції на адресу hlake@ai-uk.gn.apc.org.

Така ж група – “redrec” – функціонує теж іспанською. Заяву про приєднання направляйте п. Девізу Коу з британської секції на адресу dcoe@ai-uk.gn.apc.org.

- Американська секція відкрила низку тематичних мереж:

Мережа правової підтримки – sfarrior@igc.apc.org,

Мережа підтримки «свідомих відмовників» – jcdickinson@igc.apc.org,

Мережа викладачів, тренерів – janets@igc.apc.org,

Мережа дій щодо урядів – gan@aiusa.usa.com.

- У деяких країнах (зокрема, в США, Великій Британії, Німеччині, Австралії, Італії, Канаді тощо) створені національні групи волонтерів, які допомагають навчитись користуватись електронною поштою та соціальними мережами.

- З кожним співробітником МС можна зв'язатися електронною поштою. Якщо ви не знаєте до кого в МС звернутися із запитом щодо надання інформації, ви можете надіслати листа на загальну адресу amnestyis@amnesty.org.

Першим рядком вашого повідомлення має бути загальна інформація, наприклад: *****Увага: Дослідження щодо Африки***** або *****Передайте команді освіти з прав людини*****.

Будь ласка, не забудьте вказати своє прізвище та адресу електронної пошти в тексті вашого повідомлення, плюс іншу контактну інформацію (поштову адресу, номер факсу тощо). МС повністю завантажений роботою, тому не звертайтеся, будь ласка, до МС із запитом щодо надання інформації, якщо цей запит може також розглянути ваш національний офіс.

■ Електронними засобами комунікацій можна скористатися і для інших потреб, зокрема: зв'язку між тими членами AI, які працюють за спорідненими проектами у країні, планування міжнародних кампаній, підтримки членів певних професійних мереж (юристів чи медиків).

Як організувати акції

Проведення кампаній АІ завжди координується на глобальному рівні. Інформація про стратегію проведення міжнародних кампаній АІ дозволяє національним осередкам АІ планувати свої дії та виробляти свої плани щодо проведення національних кампаній. У цій главі йдеться про зв'язки між цими двома рівнями, що дозволяє розглядати діяльність АІ з огляду на її організаційну структуру та можливості.

“

Якщо кричиш «Уперед!», треба обов'язково вирішити, в якому напрямку йти. Хіба ви не бачите, що на такий заклик, монах та революціонер можуть піти у протилежні боки?»

А.П.Чехов

Зміст

■ Планування міжнародних акцій / 53

- Форми заходів / 53
- Вибір заходу / 53

■ Проведення національних кампаній / 54

- Координатор кампаній / 54
- Інформація / 54
- Який рівень заходів? / 56
- Поєднання або ж оновлення акцій / 56
- Заходи, які ініціює секція / 57
- Адаптація стратегії та матеріалів МС / 57
- Допомога з боку членів / 57

■ Тематичні кампанії / 60

- Порушення прав людини / 60
- Ідентифікація / 60
- Події / 60
- Як працюють тематичні кампанії / 62

■ Проведення кампаній та вплив на соціально-психологічний клімат в організації / 62

- Контекст, у якому проводиться кампанія / 62
- Структура і організація / 62
- Як розвивати навички та можливості / 64
- Послідовність / 65
- Внутрішні завдання / 66



Результати звіту Комітету з систематичної оцінки технік (SYSTEC) у 1989 році (AI Index: АСТ 11/03/89) щодо довгострокової роботи із в'язнями сумління чітко вказали, що робота з досьє акцій, як частина стратегії - більш результативна, ніж поодинокі заходи без стратегії.

Планування заходів на міжнародному рівні

Для підтримки своєї репутації неупередженої та незалежної організації, AI розробила засади планування заходів, що забезпечує збалансований підхід щодо вибору географії та теми проведення кампанії. На підставі зібраного аналітичного матеріалу забезпечується включення до плану заходів не лише кампаній в певних країнах чи за певними темами, які привертають увагу ЗМІ та широкої громадськості, але й за темами, які вважаються «забутими» чи «складними».

Форми заходів

AI розробила стандартні підходи залучення своїх членів до проведення заходів на різних рівнях. Такі підходи в нашій організації називають формами заходів. Форми заходів постійно змінюються, оскільки вони відтворюють зміни в потребах AI щодо проведення кампаній на підставі оцінки застосованих методів роботи. Стандартизовані форми заходів необхідні, щоби:

- мати змогу чітко обирати найбільш потрібні заходи, які AI буде використовувати протягом тривалого часу, працюючи щодо конкретної країни, теми чи справи;
- забезпечити планування майбутніх заходів всіма ланками AI;
- визначити очікування щодо різних рівнів, на яких проводять кампанії.

Стандартизовані форми заходів не обмежують творчого підходу, та не нав'язують певний формат проведення кампанії; навпаки, AI вимагає творчого підходу до

стратегій проведення кампаній від всіх своїх членів на всіх рівнях. Форми міжнародних заходів стандартизували, щоб забезпечити чітке розуміння структурами AI очікувань від спільної роботи, та заздалегідь обмінюватися зрозумілими стратегіями проведення кампаній.

На рівні секцій відповідальних за кампанії заохочують адаптовувати заходи під місцеві умови, щоб вони були більш дієвими. Для цього слід проаналізувати можливості вашої секції та суспільства в цілому впливати на різні ситуації щодо дотримання прав людини. Таким чином, цілі певних міжнародних кампаній можуть стати важливими для вашої секції, або цілі вашої кампанії візьмуть на озброєння секції в інших країнах. Отже, ви можете зовсім не брати участі у певних заходах або залучатися лише частково. Нижче в цій главі наведені поради щодо застосування стратегій та матеріалів, які розроблені МС.

Детально сучасні форми акцій перелічені у «Menu of Actions» AI (AI Index: ORG 32/01/96), а саме:

- стислий опис кожної форми акцій, які зараз використовує AI;
- очікування секцій та інших об'єднань AI щодо міри їх залучення до різних форм заходів;
- стандарти МС щодо розробки внутрішніх нормативів та зовнішніх матеріалів.

Вибір заходу

Більшість заходів, які ініціює МС щодо ситуації в конкретній країні, розробляють, розглядаючи та погоджуючи національну стратегію (залучаючи секції) та під час нарад, коли за графіком розглядають стратегію діяльності у кожній країні. Тоді ж розглядають потреби у проведенні довгострокових кампаній, під які розробляють плани дій. Їх часто корегують, оскільки ситуація в країні може зазнати непередбачуваних змін.

Узгоджені критерії, які дозволяють ухвалити рішення про доцільність довгострокових кампаній у певній країні, до розробки яких залучають секції.

Очікується, що секції на певному рівні братимуть участь у проведенні національних та тематичних кампаній. Вони також можуть розглядати подану інформацію про заплановані заходи та вирішувати, які з них стануть пріоритетними в майбутній діяльності їх секцій, з огляду на стратегічні завдання та принципи, за якими спеціалізуються секції.

Форми проведення заходів

Різноманітні форми проведення заходів: від розсилки тисяч листівок, факсів та телеграм про Акцію термінової допомоги, до спланованої роботи місцевих груп AI та об'єднаних дій правозахисників із всього світу під час кампаній.

Виконуючи стратегію проведення загальнонаціональних чи тематичних кампаній, корисні всі форми заходів, оскільки дозволяють AI зосереджувати сили на цей час, планомірно підтримувати належний рівень тиску та занепокоєння.

Рух має постійно оцінювати, як впливають різні форми діяльності. Скажімо, якщо робота з досьє акції чомусь не спрацьовує, можна спробувати провести спеціальну акцію для юристів.

Проведення національних кампаній

Координатор кампанії

Координатори кампаній AI зосереджуються на розбудові успішних механізмів залучення членів AI, широких верств населення та органів державної влади до захисту прав людини у всьому світі.

Координатор кампанії відіграє головну роль у проведенні кампанії в своїй країні. Він/ вона також підтримує зв'язок із міжнародним рухом та залучений до планування і проведення заходів та оцінювання результатів кампанії.

Хоча окремі функціональні обов'язки можуть трохи відрізнятись, на загал, коло повноважень координатора кампанії включає такі обов'язки:

- розвиток у членів AI можливостей втілювати в життя стратегію проведення кампаній, залучаючи членів місцевих груп та фахівців інших структур AI до вибору найпотрібніших форм участі у міжнародних кампаніях та національних заходах, а також завдяки освіті з методів ведення кампаній, тощо;
- організація початкових консультацій щодо розробки графіку проведення заходів та кампаній;
- залучення відповідних працівників секції / структурного підрозділу (фахівців зі зв'язків зі ЗМІ, з робочими підгрупами, лобіста, фахівця зі збору пожертв, координатора по роботі з населенням, тощо) до обговорення запропонованої діяльності ще під час розробки графіку заходів та інформування їх про перебіг планування та впровадження головних кампаній;
- розробка національної стратегії проведення кампаній (із залученням всіх відповідних працівників секції), яка описує:
 - яким чином проведення національних кампаній допоможе досягти міжнародних цілей кампанії;
 - завдання національних кампаній з огляду на лобіювання, роботу з населенням, зміцнення авторитету Амністії, тощо;
 - будь-які "внутрішні" завдання, досягнення яких під час кампанії дозволяє покращити роботу секції у майбутньому, зокрема: залучення нових членів, зміцнення контактів із неурядовими організаціями, збір пожертв, тощо;
 - запропоновані шляхи залучення членів усіх структурних підрозділів до кампаній, опис матеріалів та ресурсів, яких вони потребуватимуть;

- інформування керівництва Програми проведення кампаній та реагування на кризові ситуації в МС (або відділу розробки національних програм в МС – для структурних підрозділів поза межами секції) про плани вашої секції та стан їх виконання;
- розробка матеріалів кампанії (якщо на це є ресурси), надання порад та підтримка діяльності членів;
- координація роботи із залучення секції та інших членів до кампаній;
- координація і моніторинг через кампанії, підтримка постійного зв'язку з МС та групами / особами, які проводять кампанії у вашій країні;
- оцінка результатів кампаній щодо досягнення цілей національної стратегії, вивчення успішних методів проведення кампаній та надання зворотного зв'язку підрозділам, які оцінюють роботу всього міжнародного правозахисного руху.

AI залежить від інформації. На практиці це означає, що МС розсилає інформацію у величезному обсязі - звичайною поштою, факсом чи електронною поштою. Це також передбачає обізнаність осіб, відповідальних за кампанії, із міжнародними подіями та новинами політичного, соціального та економічного життя своєї країни, оскільки саме вони формують контекст, у якому проводять кампанії.

Для координаторів кампаній найважливішими джерелами отримання інформації від МС служать такі видання (нині):

- Бюлетень планування дій, який виходить у квітні та листопаді для використання секціями під час розробки власних Планів дій;
- щотижнева кореспонденція поштою та факсом координатору кампанії (англійською, французькою та іспанською мовами), у якій інформують про зміни в планах дій, попереджають про незаплановані заходи, надають попередні графіки проведення кампаній, та пропонують надавати відгуки;
- News Service, де попереджають про медіа-заходи AI та її позицію щодо змін у світовій ситуації щодо дотримання прав людини (ці повідомлення спрямовують переважно тим працівникам секції, які відповідають за контакти зі ЗМІ);
- Акції термінової допомоги, де є остання інформація про випадки порушення прав людини, які потребують негайного реагування, та міститься довідкова інформація про ситуацію з правами

“

Ініціювати проведення тематичних кампаній можуть збори Міжнародної ради, секції чи відповідні підрозділи МС. Їх ще має ратифікувати Міжнародний виконавчий комітет.

“

Якщо акцію чи кампанію анонсує МС, то секції дізнаються про це за півтора року до початку великої кампанії та за півроку до початку невеликої акції. Звісно, в кризових ситуаціях це проходить значно швидше.

Критерії кампаній по країні



Підказки

Робота з волонтерами

- ❑ Витратьте час на те, щоб забезпечити волонтерів усім необхідним.
- ❑ Визначте, що їх мотивує, та постійно надавайте їм належну мотивацію.
- ❑ Підберіть їм завдання, які відповідають їх навичкам та зацікавленості.
- ❑ Надавайте людям конкретний перелік завдань, за виконання яких вони відповідатимуть.
- ❑ Забезпечте можливість розвивати їх навички та збагачувати їх досвід.
- ❑ Не перевантажуйте волонтерів!
- ❑ Залучайте волонтерів до обговорень та заходів.
- ❑ Створіть приємну атмосферу для їх роботи.
- ❑ Висловлюйте вдячність та відзначайте успіхи.
- ❑ За можливості, дозволяйте людям разом виконувати поставлені завдання.

Пропозиції проведення кампанії по країні мають відповідати наступним критеріям:

- серйозність порушень прав людини співвідноситься з тими ресурсами, які потрібні для проведення кампанії по країні;
 - важливі причини проведення кампанії в цей час;
 - запропонована кампанія по країні буде частиною регіонального й політичного балансу у кампаніях AI;
 - запропонована країна має вважатися країною “високого пріоритету” чи “найвищого пріоритету”;
 - кампанія може призвести до конкретних позитивних результатів у країні;
 - до проведення кампанії залучена значна частина членів (інакше краще використати іншу форму заходів, яка більше підходить до меншої кількості учасників);
 - наявність сталої середньострокової (від 1,5 до 2 років) стратегії по цій країні, що дозволить спланувати заходи та підготувати матеріали (це не означає, що кампанії не проводитимуть в країнах, де немає стабільної ситуації; головне, щоб політична ситуація, органи влади та правозахисний контекст у таких країнах не змінювалися раптово);
 - існує можливість отримати інформацію, яка необхідна для підготовки кампанії.
- У пропозиції про проведення кампанії по країні слід також вказати на:
- те, як вона впливає на збільшення кількості членів та зміцнення правозахисного руху в країні;
 - шляхи зміцнення міжнародних та регіональних правозахисних стандартів та механізмів.

людини у будь-якій країні (їх надсилають майже щодня координаторам акцій термінової допомоги, і включають також до Weekly Mailing);

- Weekly Mailing – щотижнева розсилка секціям інформації про ситуацію в країнах, зміни в стратегії чи організаційній структурі, фінансові звіти, тощо. Розсилка розбита за темами, отже, в змісті видання можна відразу знайти потрібний матеріал.

Розсилаються також різноманітні документи щодо стратегії проведення певної кампанії та циркуляри. Іноді надсилається окрема кореспонденція координаторам з роботи з міжурядовими організаціями та населенням і за програмами скасування смертної кари, хоча примірники цих циркулярів часто надсилають і координаторам кампаній.



Підказки

Варто навчитися краще використовувати свій час, визначаючи пріоритетність пошти, що дозволить уникнути зайвої паперової роботи та вчасно впоратися зі всіма завданнями.

- ❑ Реалістично оцінюйте, скільки часу

вам потрібно для виконання певних типових завдань. Це можна зробити, засікаючи час, потрібний на їх виконання, скажімо протягом тижня.

- ❑ Резервуйте достатньо часу для виконання довгострокових завдань, які можуть залишитися поза вашою увагою, якщо виникне термінове завдання. Наприклад, важливо зберігати матеріали у папках, проте таке завдання рідко вимагає термінового виконання, хоча, з іншого боку, вся кампанія може постраждати, якщо ви не встигнете своєчасно відшукати необхідні папери.

- ❑ Для деяких людей корисним виявився підхід, коли вони розбивали свою роботу на категорії, такі як “Термінова та важлива”, “Важлива, але не термінова”, “Термінова, але не важлива”, “Не термінова та не важлива”, або використовуючи інші види класифікації, скажімо: “Треба зробити”, “Краще зробити”, “Зроблю, коли буде час”. У такий спосіб ви не лише чітко пам’ятаєте про пріоритети, але й можете резервувати кожного тижня достатньо часу для виконання завдань під грифом “Важливі, але не термінові” або “Краще зробити”.

- ❑ Напередодні нового дня чи тижня складайте перелік завдань. Або використовуйте поняття “завдання на день”

та виконуйте його. У такий спосіб ви не лише працюватиме з пріоритетними завданнями, але й отримуватиме задоволення від виконання поставлених завдань.

- ❑ Встановлюйте кінцеві строки виконання завдань. Слід встановлювати їх реалістично, проте не забувати, що без дотримання кінцевих строків завдання часом не виконуються.
- ❑ Виділіть собі час, коли вас ніхто не відволікає ні на телефонні дзвінки, ні на участь у зустрічах, та допомагайте своїм колегам, коли вони просять, щоб їх не турбували тощо.
- ❑ Робіть щось одне за раз, тоді ваша сконцентрована увага допоможе виконати справу скоріше.
- ❑ Якщо це не потрібно, не намагайтеся виконати все бездоганно, нехай певні завдання виконуються за принципом “і так добре”.
- ❑ Намагайтеся працювати з паперовими документами лише раз, оскільки кожен новий раз вам потрібно буде витратити час на те, щоб знову сконцентрувати увагу на цій темі.
- ❑ Виконуйте завдання (особливо великі) за планом, що дозволить вам завжди знати, до чого слід готуватися зараз, а що може почекати.
- ❑ Не відкладайте виконання важливих, але неприємних завдань, оскільки вони заважатимуть вам концентрувати увагу і блокуватимуть вашу творчу енергію.
- ❑ Навчіться казати “Ні”!

Який рівень заходів?

Одне із завдань координатора кампаній полягає в адаптації даних, отриманих від МС, до місцевих умов. Через брак часу іноді досить просто перекласти текст або виділити найбільш важливі моменти повідомлення, перед тим, як розповсюджувати його серед членів секції та поза її межами.

Процес ухвалення рішень вимагає від координатора розуміння того, у який саме спосіб залучення членів секції, громади та органів державної влади допоможе досягти цілей, що стоять перед міжнародними кампаніями АІ.

МС має надати стисле пояснення того, чому участь вашої країни має велике значення, вказуючи іноді на ті галузі чи тих осіб, які можуть стати особливо корисними для правозахисного руху. Саме такі роз’яснення та підказки дозволять визначитися секції щодо форм своєї участі в кампанії, зважаючи на її організаційні можливості та її пріоритетні завдання (дивись нижче).

Поєднання або ж оновлення акцій

МС може лише підказати, на якому рівні ваша секція може залучитися до проведення кампанії. Іноді добре залучитися на більш високому чи низькому рівні, об’єднати акції або ініціювати власні.

Секції можуть вирішувати залучитися до міжнародної кампанії на більш високому рівні, ніж це запропоновано, якщо вони відчують такий потенціал у своїй країні, якщо можуть зробити більше, або ж бачать необхідність збалансувати свою програму проведення кампаній.

Часто можна прив’язати або інтегрувати акції так, щоби виконати пріоритетні завдання секції та скористатися її ресурсами та методами роботи і водночас повністю використати можливості, які існують на національному рівні.



Підказки

- ❑ З’ясуйте, чи працюють якісь групи АІ з матеріалами, підготовленими для проведення національних чи тематичних акцій. Можливо ці матеріали допоможуть у проведенні кампанії чи зможуть підштовхнути до дій за цими випадками?
- ❑ Чи можна використовувати акції термінової допомоги за певною темою чи країною, зосереджуючи на них увагу у кампанії, надсилаючи їх до ЗМІ чи для підготовки акцій (пікетів, візитів до посольств, тощо)?
- ❑ Чи можуть акції термінової допомоги сприяти місцевим або спеціальним групам АІ у роботі над «Дос’є акцій», надаючи нові можливості для повернення уваги до схожих питань?
- ❑ Чи можна адаптувати прес-релізи МС для висвітлення важливих для АІ тем, таких як безкарність, наприклад?
- ❑ Чи можуть певні кампанії допомогти зміцнити можливості та розширити діяльність спеціалізованих груп АІ та регіональних мереж дії (RAN)?
- ❑ Надайте вимогам та закликам, які містяться в медіа-релізах МС стосовно кампаній АІ – національного забарвлення. Шукайте в своїй країні підходящих речників та цитуйте їх в прес-релізах. Направляйте такі вимоги власному уряду. Що б ви хотіли, аби вони зробили? Надавайте детальну інформацію про цілі кампанії.
- ❑ Готуйте такі листівки та матеріали кампанії, які будуть цікаві широким верствам населення та вашій цільовій аудиторії. Міжнародні листівки мають узагальнений характер, тому саме ви маєте донести такі ідеї людям у власній країні.



Існує поширене уявлення про те, що для успіху АІ має заохочувати своїх членів на всіх рівнях стратегічно вибирати шляхи, які дозволять їм найбільш корисно допомагати в досягненні цілей АІ. Для цього розроблені матеріали, як на різних рівнях можна допомагати членству. Можна також порадитись з відповідними працівників МС чи з людьми, відповідальними за кампанії. (Дивись "Стратегічне мислення в Amnesty International", AI Index: POL 50/05/94.)*

Проводьте акції так, щоби якнайкраще скористатися національною/ місцевою ситуацією. Надавайте адреси потрібних посольств та консульств. Пропонуйте людям, за необхідності, писати до газет та звертатися до урядовців вашої країни.

Використовуйте особливості національної культури під час проведення кампаній. Підкреслюйте ті культурні особливості, які можна порівняти з загальнолюдськими цінностями прав людини – повагою до справедливості, захистом уразливих верств населення, повагою до життя, співчуття, тощо.

Чи існують якісь культурні чи історичні фактори, які допоможуть людям співчувати жертвам порушень прав людини в інших країнах? Чи постраждало ваше суспільство від політичних репресій у минулому? Чи цікавляться ваші співвітчизники музичними творами та культурою народу тієї країни, яку ви обрали для проведення кампанії?

Заходи, які ініціює секція

Деякі секції час від часу самостійно ініціюють та проводять свої заходи для того, щоби скористатися конкретною ситуацією в країні, скажімо, коли ЗМІ підігрують інтерес до обраної для кампанії країни, або ж на виконання пріоритетних завдань секції, наприклад, збору пожертв. У таких випадках варто обговорити свої плани з МС, щоби вони відповідали міжнародній стратегії з кампаній у цій країні, чи за цією темою, та домовитися, на якому рівні МС зможе надати допомогу.

Адаптація стратегії та матеріалів МС

Передбачається, що інформація, яку МС надсилає для будь-якої кампанії, може стати у нагоді кожній секції. Більшість секцій її потім адаптують під свою ситуацію під час кампанії.

Ухвалення рішень

Рішення про участь секції у проведенні кампанії має базуватися на:

- міжнародній стратегії;
- національному контексті/ нагальних завданнях;
- наявних ресурсах.

Розробка міжнародної стратегії дозволяє визначити ті країни, у яких проведення кампанії буде особливо корисним. Якщо залишаються сумніви, слід зв'язатися з відділом аналітичних досліджень МС чи координатором кампаній та обговорити їх сподівання.

Наприклад, МС розробляє міжнародну стратегію проведення кампанії. Далі вже завдання секції розробити національну стратегію та поставити реалістичні цілі (дивись Главу 1). Кампанія матиме найбільший успіх тоді, коли на підставі проведеного аналізу ви зможете максимально скористатися потенціалом суспільства та влади вашої країни та покласти край порушенням прав людини в цільовій країні.

Циркуляри та листівки, які розробляють для проведення кампанії, мають містити належні рекомендації, які придатні для використання у вашій країні та цікаві для вашої цільової аудиторії. Коли матеріали для кампанії розробляють на національному рівні для використання членами АІ, вони мають допомагати членам розвивати свої навички розробки стратегій та впровадження кампаній.

Існує чимало уже готових матеріалів (підбірки фотографій, відеоматеріали, листівки, тощо) для кампаній, які можна легко підлаштувати під потреби конкретної країни. МС часто готує матеріали загального характеру (фотографії та цитати), які можуть використовувати секції в їхніх експозиціях, листівках та газетних статтях.

Іноді секції об'єднують ресурси для розробки матеріалів, надто, якщо вони використовують одну мову.

Нижче - перелік запитань, який допоможе вам обрати найкращий спосіб адаптації стратегій та матеріалів МС.

? ЗАПИТАННЯ

- Чого ви хочете досягти? Наприклад, які органи влади залучатимите і до яких заходів?
- Що ви бажаєте, щоби робили групи чи індивідуальні члени? Наприклад, може, ви хочете, щоби вони зустрілися з депутатами місцевих рад чи парламенту?
- Які матеріали ви маєте їм для цього надати?

Допомога з боку членів

■ Групи

Для залучення членів та місцевих чи спеціалізованих груп АІ до проведення великих кампаній знадобиться комплект матеріалів та порад для проведення акції. Причому важливо зробити це заздалегідь, щоби дозволить групам ретельно підготуватися та надихне на дії, щоби мати успіх.

Якщо дозволяє час, розішліть їм інформаційний комплект про цілі кампанії та мету стратегії, а також надайте перелік запитань, обговорення якого дозволить групі зосередитися на розробці своєї стратегії.

- Довідкова інформація про країну/тему та опис конкретних питань, які непокоять АІ.
- Опис міжнародної та національної стратегій із поясненням причин виникнення потреби в проведенні кампанії, включаючи перелік конкретних цілей такої кампанії.
- Перелік запитань та запропонованих відповідей щодо організації та проведення кампанії для ознайомлення членів групи та широких верств громадськості.
- Поради щодо форм організації роботи з населенням, наприклад, як звертатися до місцевих релігійних лідерів та які заходи їм пропонувати. Треба підготувати окремі переліки порад для організації роботи з різними пріоритетними верствами населення, а також додати достатню кількість примірників будь-яких матеріалів, які вже було розроблено для цих людей.
- Поради та матеріали для поширення інформації через ЗМІ (див. главу 9).
- Поради щодо лобювання, як звертатися до місцевих політиків, які питання обговорювати, до участі в яких заходах залучати (див. главу 11).
- Поради з написання листів, наприклад, на які питання звертати увагу посадовців у обраній країні, який стиль написання листа обрати, як вірно звертатися, коли і скільки листів надсилати на кожну адресу, писати від імені члена АІ чи ні, на які адреси писати (див. главу 7).
- Побаження та поради щодо збору пожертв під час проведення кампанії (див. главу 5).
- Побаження та поради щодо проведення публічних акцій для привернення уваги до кампанії (див. главу 7).
- Поради щодо розробки та поширення листівок/ плакатів/ петицій (див. главу 8).
- Перелік важливих дат кампанії – як в обраній країні, так і вдома.
- Примірник потрібного звіту АІ чи повідомлення з формою замовлення.

Деякі секції розрізняють різні теми матеріалів на папері різного кольору (переконайтеся, що з документів на кольоровому папері можна робити фотокопії).

Під час проведення кампанії силами секцій із залученням груп АІ, виникає чудова нагода спланувати цілу низку заходів та залучити до їх проведення інших у своїй спільноті. Отже, надані їм матеріали та поради дозволяють їм зробити те, що одній особі не під силу.

■ Члени, які працюють самостійно

Більш проблематично буде працювати з індивідуальними членами та залучити їх до заходів, оскільки навіть проста пересилка їм матеріалів кампанії може дорого коштувати. Часто члени у встановленому порядку звітують перед групою про свою діяльність, хоча дуже важко знати заздалегідь, чи будуть вони використовувати отримані матеріали. Досвід багатьох секцій показує, що лише 10 відсотків членів дійсно виконують розіслані поштою заклики до дій, коли від них вимагається лише повернути заповнений чек. І все ж, залучення індивідуальних членів до проведення кампанії залишається для нас важливою метою, оскільки підвищує ефективність роботи в рамках кампаній та зміцнює готовність працювати з АІ більш широких верств населення.



Підказки

Залучення індивідуальних членів

- Інформування про заходи кампанії через розсилку інформаційних бюлетенів для членів та небайдужих.

Більшість структур АІ випускають інформаційні бюлетені, які розсилають людям, що підтримують їх. Така розсилка містить приклади конкретних випадків порушення прав людини, про які можна розпові-

дати людям чи писати людям листи. Також там містяться примірники поштових листівок кампанії, які вже прицеплені до середини аркуша та мають адресу отримувача, отже, залишається лише наклеїти марку та поставити підпис.

■ Створення спеціальних мереж для написання листів.

Запрошуйте членів приєднатися до мереж Акцій термінової допомоги. Деякі секції та інші організації створили мережі для написання листів, щоби мати змогу швидко реагувати на інформацію щодо порушень прав людини в ЗМІ чи зміни політичної ситуації, які вимагають написання листів до редакторів та місцевих і національних політиків. Водночас треба розуміти, що створення таких структур передбачає залучення ресурсів на тривалий час.

За можливості діяльність такої мережі має будуватися за принципом самоопукності, коли або члени сплачують додатковий внесок, або фінансування відбувається із зовнішнього джерела.

- Включення інформації про заходи в рамках кампанії до звернень щодо збору пожертв.

- Просіть індивідуальних членів запрошувати інших людей приєднатися до АІ та переконувати організації, членами яких вони є, підтримувати кампанії АІ.

■ Зворотній зв'язок

Часто забувають, що організація зворотного зв'язку є одним із завдань координатора кампанії. Важливо отримувати інформацію від секцій про їх участь в організації та про-

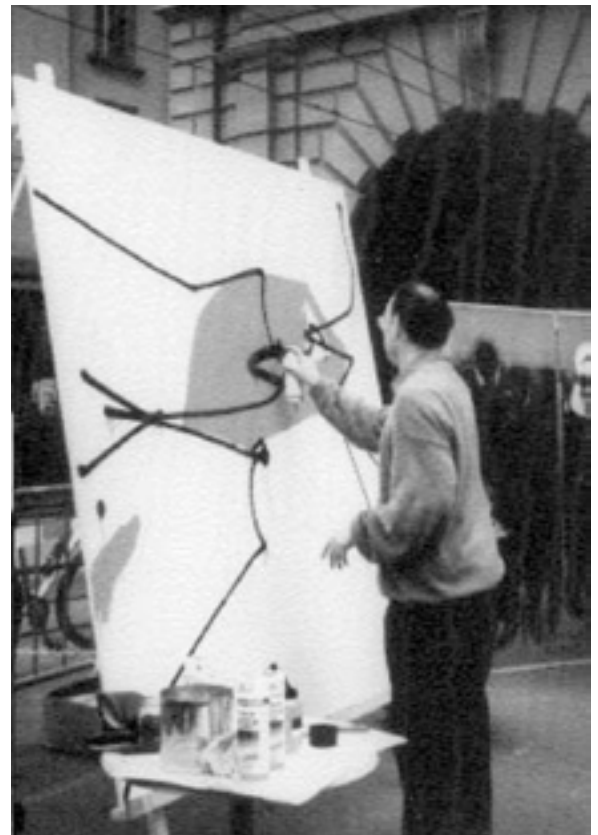


Краще за успіх нічого немає! Ось чому зворотній зв'язок про приклади успішних кампаній чи заходів надихає та мотивує всіх учасників правозахисного руху.



“Життя поза брехнею”: (нагорі) брати Бурека, яких колись “викрали” у Марокко, на відкритті кампанії в Стокгольмі, Швеція; (внизу з правого боку) художник на вулиці Цюріха; сліди “зниклих” у Новій Зеландії; (внизу зліва) делегати АІ зустрічають родичів “зниклих” у Лімі, Перу.

© АІ



веденні кампаній для того, щоби планувати та стежити за перебігом проведення кампаній на міжнародному рівні.

Наприклад, іноді стратегія не спрацьовує не тому, що її погано розроблено, а тому, що не всі члени беруть участь у заходах. У таких випадках АІ має отримати зворотній зв'язок, який допоможе успішно завершити обраний метод правозахисної діяльності.

Своєчасне інформування про результати роботи дозволяє також вчасно корегувати обрану стратегію проведення кампанії. Наприклад, якщо в якійсь державі посольства певних країн готові до зустрічей з представниками АІ, про це мають знати й інші секції, оскільки вони тоді зможуть використати цю інформацію у своїх зверненнях. Так само, якщо якісь члени уряду

почали реагувати на звернення АІ з певної країни, то знання про це може допомогти у розробці майбутньої стратегії.

Зворотній зв'язок дозволяє визначити ті напрями діяльності, де потрібна допомога (у формі навчання, матеріалів, інформації чи ресурсів) від МС або інших структур для подолання проблем. Завдяки цьому відбувається обмін ресурсами та ідеями, що сприяє покращенню проведення кампаній. Відповідальні за кампанії особи часто стикаються з однаковими проблемами, але вони знаходять свої шляхи їх подолання. Отже, матеріали, які вони готують за результатами своєї роботи, можуть використовувати й в інших країнах. Лише процес зворотного зв'язку дозволяє ділитися цими “національними” секретами.

Тематичні кампанії

На початку існування АІ термін “тематичний” означав певний тип порушень прав людини з тих, що включені до мандату МА. Тому протягом існування руху часто проводили різноманітні тематичні кампанії проти тортур, смертної кари, “зникнення” та позасудових страт (політичних вбивств).

Сьогодні термін “тематичний” вживається АІ в більш широкому значенні, а саме:

- це категорія порушень прав людини, проти яких виступає АІ;
- це вразливі верстви населення, скажімо, жінки, біженці чи члени профспілок;
- подія чи ювілей, наприклад, 50-та річниця проголошення Загальної декларації прав людини або Всесвітня конференція ООН 1993 року, присвячена правам людини.

Порушення прав людини

АІ може індивідуально розглядати кожен факт порушення прав людини. Коли ж ці випадки повторюються, особливо коли йдуть просто лавиною, АІ досліджує їх характерні риси, що дозволяє розробити належну стратегію захисту прав людини в цій країні і може вилитися у проведення великої кампанії у цій країні.

Іноді, коли тортури чи інші порушення трапляються в багатьох країнах, АІ може провести всесвітню кампанію, присвятивши їй захисту від цієї конкретної форми порушення прав людини.

Влаштуваючи такі кампанії, АІ заручається підтримкою людей із багатьох країн світу щодо такого типу порушень. Результатом може стати розробка нових чи вдосконалення існуючих міжнародних стандартів та механізмів захисту, поширення обізнаності з цієї тематики серед членів. Це демонструє, що АІ виконує свою роботу по всьому світові, маючи універсальний підхід й опікуючись правами людей з держав різних регіональних та політичних систем. Кампанія 1989 року щодо заборони смертної кари, наприклад, стосувалася ситуації в США та Китаї, що дозволило на урядовому рівні ратифікувати Другий факультативний протокол до Міжнародного пакту про громадянські та політичні права.

Ось перелік основних категорій порушення прав людини, проти вчинення яких АІ проводить кампанії:

- тортури
- смертна кара

- політичні вбивства
- “зникнення”

Ідентифікація

Коли певна верства населення стає об’єктом порушення прав людини через свою причетність до окремої групи або як частина суспільства, де є чисельні випадки порушень, дуже важливо вірно визначити ту групу, до якої належать жертви порушень. Це дозволить привернути увагу і мобілізувати зусилля до протидії таким нападам. Іноді АІ рекомендуватиме певні профілактичні заходи, іноді сама робота із захисту цієї верстви населення стає достатнім профілактичним заходом. Люди, на емоційному рівні, схильні допомагати конкретним людям, а не абстрактним справам, ось чому АІ часто запитує: “А хто жертви?”

Результати досліджень дотримання прав людини у світі доводять, часто однакові групи людей стають жертвами однакових форм порушення прав людини. Якщо таке трапляється, АІ може продемонструвати, що названа проблема носить глобальний характер, отже, проведення глобальної кампанії – це спроба знайти глобальне рішення.

До таких груп чи верств населення, права яких захищає АІ, належать:

- жінки
- корінне населення
- біженці
- діти
- члени профспілок
- правозахисники
- особи, що відмовляються від проходження військової служби через свої переконання (т. зв. «свідомі відмовники»)

Події

Тематичні події – це часто річниці, хоча також можуть бути конференції чи спортивні змагання. Так, під час проведення Олімпійських ігор в Атланті, США, в 1996 році АІ разом із іншими організаціями провела кампанію проти смертної кари.

Під час проведення у 1993 році Всесвітньої конференції ООН, присвяченої правам людини, з’явилася чудова нагода провести реформу правозахисної системи ООН, а також спростувати закиди деяких урядів, які намагалися дискредитувати роботу АІ. У результаті проведення



Кампанія АІ щодо ситуації в Китаї, як її побачили у світі. Нагорі: Генеральний секретар АІ П'єр Сане приносить копію звіту АІ щодо ситуації з правами людини в Китаї до китайського посольства в Бангкоку: підрозділ поліції з боротьби з заворушеннями перекриває йому шлях. Дві фотографії у середній частині: секція Великої Британії відкриває кампанію у китайському кварталі Лондона. Знизу: демонстрація у Пакистані.



© АІ

кампаній AI створили посаду Верховного комісара ООН з прав людини. AI разом із іншими організаціями скористалися також з нагоди проведення Всесвітньої конференції ООН в Пекіні у 1996 році, яка була присвячена проблемам жінок.

Як працюють тематичні кампанії

AI постійно проводить тематичні кампанії через індивідуальні звернення, силами окремих груп, працюючи по досє акції або з акцій чи кампаній щодо певних країн. Часто тематичні заходи проводять у певну пору року, наприклад, до Міжнародного жіночого дня 8-го березня, Міжнародного дня дитини, тижня AI у жовтні або під час заходів профспілок до 1 травня. Секції самостійно вирішують, чи брати їм участь у цих заходах, та яку форму ця участь матиме.

AI також регулярно організовує великі тематичні кампанії із залученням своїх

членів в усьому світі, коли готуються настільки актуальні матеріали з певної теми, що ними ще довго можуть користуватися як секції AI, так і інші правозахисні організації для власних кампаній. До таких тем належать:

- тортури у 1980-х роках
- коли держава вбиває... смертна кара проти прав людини
- коли вбивство сходить з рук – політичні вбивства та "зникнення" у 1990-х роках

Стратегії проведення таких кампаній обговорюють під час консультацій між секціями, МС та іншими неурядовими організаціями. Координаторів кампаній від секцій заохочують до адаптації запропонованих стратегій та розробки власних стратегій, що найповніше доповнюють завдання, які погодили розробники міжнародної стратегії.

Проведення кампаній та вплив на соціально-психологічний клімат в організації

Контекст, у якому проводять кампанію

Розробка та проведення кампаній не відбуваються у вакуумі. На них впливає контекст, у якому вони проходять. Місцеві, національні та міжнародні умови середовища, яке впливає на результати проведення кампаній AI, можна на загальне поділити на "внутрішні" (тобто ті, які стосуються діяльності AI, як організації) та "зовнішні" (тобто ті, які стосуються ситуації у світі в цілому, та в сфері захисту прав людини зокрема). У цьому розділі йдеться про міжнародні засади проведення кампаній.

Мандат AI – це головний внутрішній, організаційний фактор, який впливає на процес проведення кампаній. Він і визначає членів, групи, секції та дає означення всієї міжнародної організації в цілому з огляду, як спільну суцільну кампанію. Мандат також описує правила функціонування організації (скажімо, правила роботи в своїй країні), процес ухвалення рішень (зокрема, робота в групах та проведення зборів Міжнародної ради) та міжнародні пріоритети (які встановлюють під час проведення зборів МР). Все це створює контекст, у якому групи та секції AI зі всього світу виконують свою діяльність на міжнародному рівні, та дозволяє забезпечити успішну роботу всього правозахисного руху.

На національному рівні організаційні фактори враховують координатори кампаній секції. AI не може покласти край

порушенням прав людини лише у короткостроковій перспективі, тобто нам слід постійно розбудовувати такі організаційні можливості, які дозволять проводити наші кампанії і в майбутньому. Завдання координаторів кампаній полягає у використанні організаційної структури та порядку функціонування організації так, щоби вони допомагали, а не заважали проведенню кампаній. Оскільки проведення вдалих кампаній дозволяє належним чином підтримувати діяльність всієї організації.

У цьому розділі йдеться про необхідність координаторам кампаній опікуватися такими питаннями, як:

- організаційна структура секції та процедурні питання;
- розбудова можливостей секції;
- забезпечення сталої роботи секції;
- внутрішні організаційні завдання секції.

Структура та організація

Кампанії мають результат, якщо їх проводять стабільні, гнучкі та відповідні організації. Динамічна та ефективна програма проведення кампаній робить структуру AI сильною та такою, що викликає довіру. Ось чому дуже важливе завдання для

Вирішення проблем

Не поспішайте віднайти рішення відразу, спочатку слід чітко визначити проблему. Як справедливо зазначив Ейнштейн: "Формулювання проблеми часто має більше значення, ніж її вирішення".

■ Визначення проблеми

- Розбийте проблему на складові компоненти, перераховуючи всі "симптоми" проблеми, наприклад, відсутність натхнення чи потрібного доступу до ЗМІ.
- Зберіть усю довідкову інформацію про проблемне питання, спілкуючись із зацікавленими особами.
- Проведіть мозковий штурм: Що нам відомо про проблему? Які причини її виникнення? (див. на полях стор. 71).

■ Пошук рішення

Це зробити легко, якщо ви вірно визначили проблему. Проте слід утриматися від вибору найбільш очевидного рішення до того, як ви розглянули альтернативні. Для цього можна використати декілька підходів:

- Проведення мозкового штурму
- Постановка роз'яснювальних запитань різним людям. Яка стратегія допоможе вирішити проблему? Про які підходи ми ще не подумали?
- Запишіть ваші думки про такі питання у двох колонках: Що може поліпшити ситуацію? Що може погіршити ситуацію?
- Залучайте до обміну ідеями осіб, які мають незначний стосунок до проблемної ситуації, оскільки важко очікувати на креативні ідеї від людей, добре обізнаних щодо неї.

■ Ухвалення рішення

Тепер у вас є вже багато ідей. Для того, щоб обрати вірне рішення, слід:

- почати з того, щоби відкинути варіанти, які не можуть спрацювати;
- спробувати об'єднати варіанти рішення;
- проаналізувати потенціальні витрати, ризики та переваги варіантів, які залишилися;
- протестувати обраний варіант рішення. Чи вирішить він корінь проблеми? Чи задовольнить він усіх чи більшість осіб? Чи ви маєте достатньо часу на його втілення? Чи є у нас для цього ресурси?

AI - підтримка балансу між проведенням кампаній та задоволенням організаційних потреб масового руху.

Не існує єдиної організаційної структури, яка б підійшла кожній країні в кожній ситуації. Цьому нас навчив багаторічний досвід секцій AI.

Ваша секція може впоратися і з допомогою однієї чи двох із цих структур, хоча можуть бути й інші форми, які б навіть більше задовольнили потреби вашої секції. Золоте правило твердить: будь-яка структура має задовольняти визначені потреби, та належним чином відтворювати поставлену мету. Для цілей AI це правило означає, що її структури мають реагувати на потреби в проведенні кампаній (заради чого їх і створено), залучаючи

необхідні ресурси, та затверджуючи відповідні пріоритети у роботі секції. Лише ваша секція може ухвалити остаточне рішення щодо оргструктури, яка відповідає вашим потребам, враховуючи таке:

■ Інтеграція

Як забезпечити поєднання різноманітних функціональних напрямків діяльності вашої секції: робота зі ЗМІ, збір пожертв, проведення кампаній, збільшення кількості членів? Які організаційні підходи допоможуть забезпечити таке поєднання? Як забезпечити належну участь членів, місцевих груп та фахівців у розробці національної стратегії? Як заохотити місцеві та спеціалізовані групи розробляти такі стратегії діяльності власних груп, які б доповнювали національну стратегію?

■ Баланс між ресурсами організації та кампанії

Без належної оргструктури та ресурсів проведення кампаній стає хаотичним, некерованим та неефективним процесом. Отже, слід забезпечити створення такої структури, яка не лише використовує ресурси у найбільш прагматичний спосіб для цілей проведення успішної кампанії, але й не призводить до зайвих бюрократичних чи фінансових проблем.

■ Інформування

Для ефективного проведення кампаній із залученням секцій слід заздалегідь їх чітко інформувати про цілі та завдання національної стратегії кампанії, що дозволить їм спланувати проведення заходів. Тому групи повинні інформувати секції про свою діяльність, що дозволить секціям відстежувати перебіг виконання планів. Які механізми інформування слід запровадити, щоби різні підрозділи вашої секції отримували ту інформацію, яка їм потрібна, і тоді, коли це їм потрібно? При цьому не слід надавати інформацію заради самої інформації, оскільки занадто великий обсяг невідповідної інформації може становити настільки ж велику проблему, як і її брак.

■ Ухвалення рішень

Забезпечення довгострокової підтримки обраної стратегії з боку тих, хто ухвалює рішення (наприклад, членів правління), а з нею і гарантії довгострокового фінансування, також становить досить важливу передумову успіху кампанії. Процес ухвалення чітких рішень передбачає своєчасне реагування на потреби зацікавлених сторін. Для цього відповідальні за кампанії мають своєчасно надавати відповідну інформацію тим, хто ухвалює рішення, а керівництво секції інформувати, якщо затверджене рішення незрозуміле, що може завадити успішному проведенню кампанії секцією.

Розбудова можливостей та розвиток навичок

AI не може опікуватись всіма фактами порушень прав людини одночасно та однаково вдало. Ось чому розробка стратегії проведення кампанії - надзвичайно важливе завдання для AI. Крім того, всі структурні підрозділи мають постійно розбудовувати можливості ефективного проведення кампаній, у чому ключову роль відведено координатору кампанії.

AI очікує, що її члени знатимуть все про мандат AI, термінові завдання, методи проведення заходів та збору пожертв, а також вмітимуть спланувати кампанію та забезпечити виконання величезної кількості організаційних завдань, пов'язаних із її проведенням. Ось чому вкрай необхідно надати їм потрібні знання та вміння, шляхом:



Підказки

▣ Проведення навчання з усього спектру питань

У багатьох секціях проводять навчання членства в рамках цілої програми освітніх заходів: для новачків – початковий курс для нових членів, для активістів – підвищення обізнаності з таких питань, як мандат AI, методи та форми діяльності, тощо. Окремо здійснюється вузькопрофільне навчання для тих, чиї посадові обов'язки вимагають виконання спеціалізованих завдань, як членство у правлінні чи раді секції, для координатора по країні, спеціалістів зі зв'язків із ЗМІ, координаторів груп з кампаній, тощо. Для цього залучають фахових тренерів, які вивчають потреби у навчанні, розробляють відповідні освітні курси та проводять заняття.

Координатор кампанії відповідає за тематику освітніх курсів. Він розглядає її на відповідність пріоритетним завданням й кампаніям секції. Він також допомагає розробити та провести освітній курс з проведення кампаній, розмаїття їх форм, стратегічного планування, координації кампанії, тощо.

Освітні потреби слід завжди враховувати під час розробки стратегічного плану секції. Наприклад, якщо одним із пріоритетів визнали робота з населенням, тоді і до плану проведення тренінгів серед членів буде включене заняття з роботи з населенням.

▣ Разові тренінгові сесії

Групи, мережі, правління секції, працівники та інші, іноді потребують разового тренінгу з певного питання. Наприклад, перед проведенням щорічних загальних зборів, присвячених започаткуванню загальнонаціональної кампанії, люди хотіли би бодай коротко взнати про причини кампанії, основні завдання кампанії, її стратегію, й, можливо, конкретні техніки, що можна застосовувати у цій кампанії.

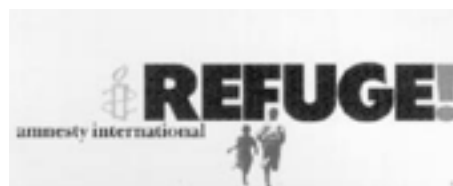
▣ Матеріали

Написання матеріалів - важливий освітній засіб для членства. Деякі секції включають до своєї щомісячної поштової розсилки рубрику «Підказка місяця» на такі теми, як написання листів, планування чи організація демонстрації.

Матеріали кампанії можна також використовувати у тренінгу, включаючи до них наприклад запитання, відповіді на які



Проведення навчання – це завдання, яке часто на практиці є складнішим, ніж ви передбачали. Слухачі можуть нервувати з приводу апробації нових підходів. Крім того, часто важко навчити інших тому, що ти сам робиш чудово, оскільки це вимагає інших навичок. Краще залучити досвідченого викладача, особливо якщо це складна тематика або якщо секція виділяє певні ресурси на проведення тренінгів. Можна також звернутися за порадою до фахівців підрозділу міжнародного розвитку МС.



Логотип кампанії AI 1997 року щодо прав біженців



Підказки

МОЗКОВИЙ ШТУРМ

- ❑ Розпочніть із запитання, яке є найбільш відповідає проблемі. Що обговорюють.
- ❑ Модератор має записувати всі ідеї, які виникають під час обговорення (краще на великому аркуші паперу, щоб його всі бачили).
- ❑ Ідеї інших людей одразу не критикують і не тлумачать, оскільки це загрожує бажанню людей вільно висловлювати креативні ідеї.
- ❑ Намагайтеся зібрати якомога більше ідей.
- ❑ Завершіть нараду, обговорюючи та аналізуючи ідеї.

стимулюватимуть групи обговорити стратегію кампанії.

❑ Визначення потреб та їх аналіз

Що потрібно? (Можливо, починається проведення великої кампанії?) Є потреба в навчанні? (Група може вважати, що не зайве провести семінар, але ви зможете дати вичерпну для них інформацію, написавши листа чи телефоном). Кому саме потрібне навчання? Коли воно потрібне? Хто краще за всіх може провести тренінг? Які пріоритети?

❑ Цілі освітнього курсу

Чого саме ви бажаєте досягти в результаті тренінгу? Якщо ви цього чітко не знаєте, ви не зможете досягти результатів, які вам потрібні.

Цілі освітнього курсу мають вказувати, що конкретно слухачі зможуть зробити після тренінгу (наприклад, написати прес-реліз на одну сторінку). Проте, навіть за однаковою тематикою для різних груп слухачів цілі можуть відрізнятися (скажімо, новачки отримують лише базове уявлення про мандат організації, тоді як координатори груп потребують більш глибокого розуміння цих питань). У будь-якому разі, цілі мають бути конкретними та реалістичними.

❑ Розробка та проведення тренінгов.

Спочатку треба підготувати навчальний план, у якому слід відобразити результати аналізу поставлених цілей та можливих способів їх досягнати. Наприклад, якщо вам необхідно дати пояснювальну інформацію про кампанію, достатньо лише підготувати просту презентацію, разом із роздатковим матеріалом, на якому ви перелічуєте основні питання.

Для отримання відповідних навичок – скажімо, проведення інтерв'ю – вам треба буде надати своїм працівникам можливість попрактикуватися. При цьому ви маєте зарезервувати необхідний час для того, щоб представитися, навести інформацію про порядок денний та цілі цієї сесії, зробити висновки та відповісти на запитання. За можливості, проведіть генеральну репетицію свого виступу. Тоді, можливо, стане зрозуміло, що ваш план, який виглядав так чудово на папері, не спрацює в реальній ситуації.

❑ Проведення оцінки тренінгу.

Часто виявляється, що дуже важко оцінити переваги від проведення навчання, оскільки на роботу людей, які працюють в такій організації, як AI, впливає чимало чинників. Проте, ви можете попросити самих слухачів заповнити оціночну форму. Пізніше можна ще раз зв'язатися з ними телефоном, чи під час листування, та запитати, чи допомагає їм матеріал освітнього курсу в їх роботі (див. Главу 13).

Безперервність

Координатори кампаній повинні навчитися тому, як НЕ ставати незамінними. Якщо можливості вашої секції проводити кампанії залежать від однієї особи, тобто вас, така структура буде слабкою. Сильна структура передбачає працю декількох працівників, які можуть продовжувати виконувати роботу секції, навіть за вашої відсутності – тимчасової чи постійної, запланованої чи ні.

■ Чи залучаєте ви за можливості інших до роботи з вами?

Якщо, наприклад, ви створили робочу групу для координації роботи в рамках певної кампанії, члени цієї групи отримують навичку координації кампаній, що дозволить їм і надалі виконувати роботу секції навіть тоді, коли вас на той момент не буде поруч.

■ Чи створили ви належну систему зберігання інформації про кампанії?

Належна система зберігання інформації дозволяє вам у такий простий та зручний спосіб збирати та зберігати інформацію про вашу роботу, що стане у нагоді тим, хто замінить вас пізніше.

■ Чи прописані у вас чітко всі завдання та процедури?

Бажано записувати в одному місці інформацію за основними напрямками вашої роботи, що дозволить новим працівникам одразу приступати до виконання обов'язків. Наприклад, чи виконуєте ви на регулярній основі певні щоденні, щотижневі, щомісячні чи щорічні завдання? Чи погодили ви процедуру отримання згоди від членів правління для виконання певних завдань?

■ Підготуйте собі заміну перед тим, як піти на іншу роботу.

Якщо ви вирішили піти на іншу роботу (особливо до іншої організації), зарезервуйте час для того, щоб навчити людину, яка замінить вас на цій посаді. Навіть якщо ви і надалі будете працювати в AI, таке зусилля допоможе вам зекономити час у довгостроковій перспективі, оскільки вас не будуть постійно турбувати запитаннями, навіть через кілька місяців по тому, як ви передали повноваження іншій особі. Безперервність здійснення роботи надзвичайно важлива, особливо для таких волонтерських організацій, як AI, оскільки там постійно змінюється керівний склад. Без відповідної підготовки, залишається велика загроза, що разом із людиною зникнуть всі його знання, навички, досвід, експертиза та контакти, що не дозволить організації робити свою важливу справу.

Внутрішні цілі

Кожна секція розробляє стратегію та формулює цілі проведення кампанії. Але секції не повинні забувати, що також важливо розвивати спроможності секції з проведення кампаній. Таким чином, кожна секція має розробити стратегічний план розвитку своїх кадрів, включаючи навчання навичкам організації кампаній. Проведення кампаній також надає чудову можливість розбудувати організаційні та індивідуальні можливості секції. Коли ви опікуєтесь збором пожертв, навчіть цим навикам когось із членів секції чи найміть на роботу нового працівника. До того ж, у вас буде набагато більше шансів це добре зробити, якщо ви зможете показати, що ці кошти напряму зв'язані з проведенням кампаній. Для цього стратегія кампанії має також відображати внутрішні цілі секції.

Прикладами таких цілей для кампанії можуть бути:

- створення та розвиток спеціалізованих структур для цілей проведення кампанії (наприклад, можна створити бізнес групу під час проведення кампанії по країні, якщо робота з представниками ділових кіл є важливою складовою вашої стратегії;

- розвивати навички членів та поглиблювати їх знання;
- випускати матеріали для кампаній на тривалішу перспективу чи за більшим колом тематичних питань;
- встановити контакт з певними неурядовими організаціями;
- залучити до роботи необхідну кількість нових членів;
- зібрати пожертви.

Організаційні завдання часто виявляються більш довгостроковими, ніж цілі окремої кампанії, тому для них слід розробити окрему стратегію розбудови спроможностей секції. Для цього можна провести SWOT-аналіз (див. Главу 1). Внутрішні цілі під час окремої кампанії повинні погоджуватися в рамках розробки такого стратегічного плану розбудови спроможностей секції.

Реагування на кризи

“

“Китайською мовою слово «криза» складається з двох ієрогліфів, один із яких означає небезпеку, другий – можливість”.

Джон Ф. Кеннеді,
колишній президент США, під час промови у 1959 році

Наймовірніше світ стане свідком все більшої та більшої кількості криз у правозахисній та гуманітарній сферах. AI має швидко реагувати на них, оскільки цього вимагають самі жертви, члени AI, правозахисники та широкі верстви населення. У цьому розділі розглядається, як AI може цього досягти і що для цього робиться.

Зміст

- Критерії започаткування акцій реагування на кризи / 68
- Початок довгострокової роботи / 68
- Цілі акцій реагування на кризу / 69
- Політика AI та реагування на кризу / 69
- Завдання секції / 70
- Мобілізація до дій / 70
 - Кошти /71
 - Координатори реагування на кризи /71
- Групи та членство /72
- Мобілізація для масштабного реагування / 74
- Методи проведення кампаній / 75
 - Медіа /75
 - Лобіювання /75
 - Написання листів /77
 - Робота з населенням /77
 - Оцінка /77

Критерії для реагування на кризу

AI має швидко реагувати на кризи у сфері захисту прав людини. Завдяки ефективному реагуванню на масові порушення прав людини ми маємо забезпечити стабільну підтримку нашої діяльності з боку як самих членів, так і широких верств громадськості. Оскільки для AI це порівняно новий напрямок роботи, ми все ще вдосконалюємо форми та методи реагування на кризи (див. Додаток 4: Мобілізація МС під час кризи).

Рішення про застосування механізмів реагування на кризу ухвалює Генеральний секретар AI, ґрунтуючись на оцінці виконання таких чотирьох критеріїв:

- зростання кількості випадків порушення прав людини до розмірів, які вважають дуже серйозними у контексті цієї країни чи регіону – або ризик серйозного зростання випадків порушення прав людини;*
- планів дій та ресурсів, які затверджено та виділено, вже недостатньо для того, щоб ефективно відреагувати на ситуацію;
- виникає необхідність розробити сили МС завдання для всієї організації щодо залучення до реагування на ситуацію;
- виникає необхідність швидко мобілізувати можливості всього руху задля забезпечення результативного реагування на ситуацію.

Зазвичай, механізми реагування на кризу застосовуються протягом лише декількох місяців, доки не буде розроблена оновлена стратегія роботи з цією країною, яка врахує ті зміни, що трапилися в національній ситуації.

Початок довгострокової роботи

Оскільки реагування на кризу за своїм визначенням носить винятково короткостроковий характер, важливо розробляти довгострокові стратегії роботи в кризових країнах. Увага ЗМІ, політиків, громадськості, членів та лідерів AI швидко переключиться на нову кризу. Багато людей побоюється, що після завершення заходів реагування на кризу про країну одразу забудуть. Цього не повинно трапитися. Хоча AI часто і не може зупинити порушення під час кризи, проте може надати істотну допомогу на наступній фазі. Кожна криза має мотивувати AI:

- розробити детальну після-кризову стратегію;
- зібрати кошти, яких вистачить на проведення термінових заходів реагування на кризу та на виконання довго-



Джозеф Муганда, координатор по роботі з біженцями танзанської секції, спілкується у таборі для біженців Мтанґа із дітьми, батьки яких загинули, коли родини втікали з колишнього Заїру

© AI

Під час розробки та погодження національної стратегії, МС визначає ті країни, де може статися криза у сфері дотримання прав людини. Це дозволить заздалегідь вживати «профілактичних» заходів та підготувати плани, якщо виникнуть надзвичайні ситуації.

Без цих важливих чотирьох критеріїв, які розроблено під час обговорень та консультацій із членами AI, нам загрожуватимуть такі фактори:

- забагато часу йде на ухвалення рішень під час кризи;
- одна криза весь час змінюватиме іншу;
- ми лише реагуємо на ті кризи, які вже перебувають в центрі уваги ЗМІ та громадськості;
- реагуємо лише на ті кризи, до яких проявили зацікавлення ті секції, котрі мають добрі шанси вплинути на МС;
- МС постійно вибиратиме, на які кризові явища реагувати, а на які ні.

* Можливі показники включатимуть руйнування тих інституцій, які покликані захищати права людини, а саме: колапс системи державної влади, виворення з території країни спостерігачів за дотриманням прав людини тощо.

строкових завдань;

- провести перерозподіл штатних одиниць та ресурсів, краще об'єднати зусилля руху та включити заходи у цій країні до своєї програми дій.

Про це слід пам'ятати секціям, коли вони працюють під час кризи. Якими будуть наслідки тих значних дій на допомогу якійсь країні чи регіону протягом короткого періоду часу? Як ви підтримуватиме зв'язок із тими особами, з ким ви працювали під час кризи? Яким чином ви переконаєте громадськість (а можливо, і нових членів), які співпрацювали з AI через своє обурення фактами порушення прав людини в конкретній країні, що через три місяці реагування на кризу AI не кине країну напризволяще?

Цілі реагування на кризу

Характеристики багатьох найгірших світових криз не обмежуються лише випадками порушення прав людини, оскільки тягнуть за собою громадянські війни, руйнування держав та відсутність єдності на міжнародній арені. Від АІ можуть забагато очікувати. Ми не можемо вирішити всі проблеми, пов'язані з кризою, тому важливо чітко зазначити:

- конкретні аспекти кризи у сфері дотримання прав людини, які АІ може допомогти вирішити;
- виконання яких заходів дозволить членам АІ і людям, яких вони мобілізують, допомогти у вирішенні цих правозахисних аспектів;
- які ще завдання, окрім реагування на конкретну кризу, будуть також вирішуватися.

З огляду на це ми визначаємо ступінь власного залучення до заходів з реагування.

І хоча АІ має бути реалістичною, зважаючи на те, чого ми можемо досягти, кожна людина, котрій ми змогли допомогти, – це успіх. Ніхто не зобов'язаний досягати успіху щоразу, проте ми зобов'язані спробувати допомогти всім, а саме:

- допомогти уникнути, зменшити або зупинити порушення прав людини в обраній країні;
- привернути увагу всього світу до забутих криз;

- протиставити обґрунтований огляд випадків порушення прав людини чуткам, перебільшенням, пропаганді та уривчастим повідомленням;

- проаналізувати правозахисні аспекти кризи;

- пропонувати форми залучення інших;

- допомогти уникнути випадків порушення прав людини у майбутньому.

Можуть існувати й інші завдання, окрім негайного реагування, а саме:

- підвищення рівня готовності світової спільноти до криз майбутнього, покращуючи функціонування міжурядових правозахисних механізмів та систем «раннього оповіщення»;

- привернення уваги світової спільноти до необхідності застосувати запобіжні заходи як у кризовому регіоні, так і повсюди;

- зупинення практик, які призводять до порушення прав людини, наприклад, експорт матеріалів і технологій у військовій та правоохоронній сферах;

- поширення обізнаності з питань прав людини та бажання брати участь у кампаніях;

- промоція діяльності АІ, залучення нових членів та збір пожертв як на підтримку заходів реагування на кризу, так і діяльності руху в цілому.

Політика АІ та реагування на кризу

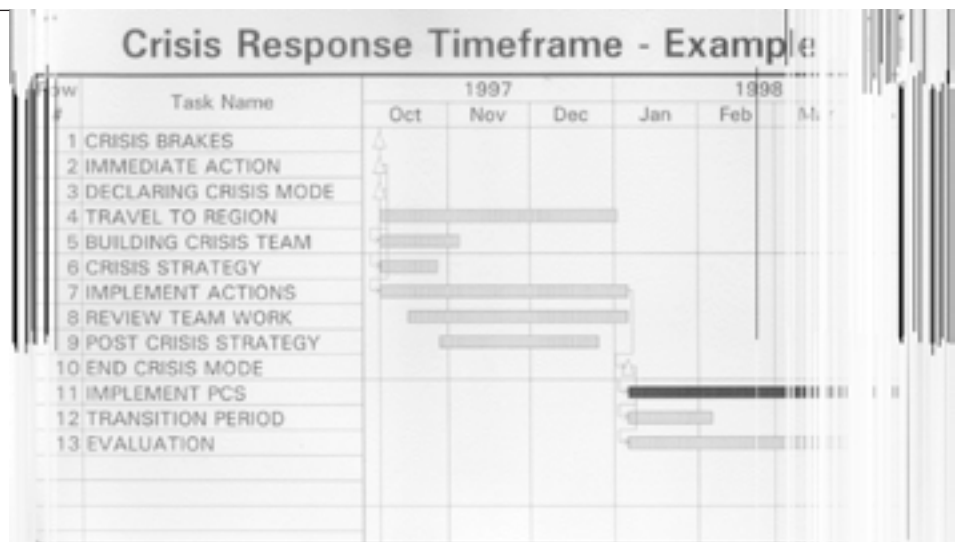
Навіть ідеально організована система реагування на кризу не принесе жодної користі, якщо АІ не розробила спершу власну політику діяльності у випадках кризи. Аналізуючи кризову ситуацію, слід приділяти особливу увагу таким питанням, як військова інтервенція, співпраця

з іншими організаціями у проведенні досліджень, ризик життя членів та працівників, які залучені до заходів на місцях.

На підставі чітких відповідей на ці питання ми можемо вчасно змінювати свої очікування щодо конкретної кризової ситуації.



Ось так у формі таблиці можна викласти план дій з реагування на кризу, хоча на практиці перебіг подій не завжди дозволятиме дотримуватися цього графіку.



Цілі секції

Секції мають визначити ті завдання міжнародної стратегії, у досягненні яких вони можуть допомогти. Можливо, ваша країна має настільки тісні зв'язки з кризовою країною, що ви можете суттєво вплинути на ситуацію там, тому ви пропонуєте затвердити додаткові завдання для діяльності своєї секції.

Водночас секції мають одразу братися за виконання поставлених міжнародних завдань, оскільки інакше реагування з боку всього руху втрачає свою ефективність. Отже, майже не залишається часу на тривалі обговорення та консультації, тому слід швидко ухвалювати рішення щодо напрямку діяльності та необхідних сфер компетенції, щоби все було якісно; а також залучати для цього людей, які краще за інших обізнані з ситуацією.

Під час кризи відчувається підвищена знервованість, максимально використо-

вують ресурси організації, а люди перебувають у стані напруги та стресу. Ось чому настільки важливо під час кризи чітко інформувати рух про головні очікування від запропонованих заходів, інакше рух може розколотися. Добре інформування членства дозволяє краще об'єднати зусилля, мотивує їх та підвищує продуктивність їх роботи.

Кожний член руху зобов'язаний передавати та надавати інформацію своєчасно та у належному вигляді. Після того, як рішення ухвалили, всі мають його виконувати.

Оскільки кризи не залишаються поза увагою ЗМІ, жоден захід не можна ініціювати в односторонньому порядку. Секції радяться з МС та виконують цілі міжнародної стратегії. Запропоновані спільні заходи мають виконувати всі учасники руху.

Мобілізація до дій

Треба знаходити творчі шляхи залучення членів під час кризи, коли ситуація часто виявляється заплутаною, складною та хаотичною. На початкових етапах реагування на кризу, щоби діяти швидко, як великі, так і малі секції зазвичай залучають до заходів, які розробляють та проводять централізовано. Ось чому слід чітко описати ті централізовані шляхи роботи секції, які використовуватимуть для заходів з реагування на кризу.

Секції мають створити окремі структурні підрозділи з реагування на кризу, які б функціонували паралельно з МС.* Кожна секція може адаптувати підказки, наведені нижче, під свою конкретну місцеву ситуацію.

Контрольний перелік

Що секції можуть зробити:

- ✓ повідомити всіх зацікавлених осіб (членів секції, волонтерів та деякі проміжні структурні підрозділи) про заходи реагування на кризу;
- ✓ створити комітет з реагування на кризу, до складу якого залучити ключових фахівців секції, зокрема директора секції, координатора кампанії, спеціаліста зі зв'язків із ЗМІ, спеціаліста зі збору пожертв, адміністратора, а також представників певних підгруп та/або груп регіональної мережі дій. Домовитись про те, хто відповідатиме за координацію діяльності комітету та остаточне ухвалення рішень;

✓ призначити контактну особу, яка здійснюватиме зв'язок секції з МС, та негайно повідомити МС про цю кандидатуру. Якщо це можливо, надайте таку контактну інформацію, яка дозволить зв'язуватися з цією контактною особою і не в робочий час;

✓ подати МС пропозицію щодо включення вашої секції до процесу обговорення стратегії;

✓ оцінити найкращі підходи залучення членів та груп до дій.

Важливо почати розробку та пропонування заходів одразу після затвердження цілей міжнародної стратегії. Наш досвід показує, що хоча деякі секції творчо підходять до розробки заходів, масштаб проблеми паралізує більшість секцій, які розчаровані нестачею рекомендацій щодо того, що ж їм треба робити;

✓ призначити одну особу на рівні секції, якщо це можливо, яка може працювати з матеріалами англійською мовою доти, доки не буде готовий переклад, оскільки під час кризи МС, скоріше за все, зможе надавати матеріали лише англійською;

✓ розподілити інші завдання між членами комітету та проводити регулярні оглядові наради, під час яких шляхом мозкового штурму обговорювати нові творчі підходи. Виділити проміжок часу кожного дня для таких нарад, навіть якщо ви не зможете їх проводити щодня;



Пошук волонтерів

Ірландська секція надрукувала рекламне оголошення в своїй інформаційній брошурі з проханням до волонтерів приєднатися до заходів з реагування на кризу. Їм треба було створити таку команду волонтерів, яку б можна було негайно зібрати, оскільки вони мешкають поблизу офісу секції. Вони швидко знайшли шістьох осіб.

* Секції, які взяли на себе це зобов'язання під час ухвалення 4-го рішення Міжнародної ради на зборах у 1993 році в Бостоні.

- ✓ оцінити адміністративні потреби під час кризи, оскільки неможливо реагувати на кризу, якщо немає належних процесів адміністрування. За результатами оцінки попередніх криз МС визнало надання адміністративної допомоги своїм пріоритетом. Ви можете вимагати допомогу із розсилкою кореспонденції, копіюванням матеріалів, перекладом тощо. Таку допомогу для більшості секцій надають волонтери;
- ✓ переглянути плани інформування. Які видання чи листівки плануєте видавати та поширювати серед членів та інших зацікавлених? Чи дозволяють вони зрозуміти, що АІ робить, що вона проводить акції та збирає пожертви?;
- ✓ скласти перелік доречних джерел інформації, визначити можливу цільову аудиторію для ваших акцій, та зв'язатися з ними, а саме:
 - відповідними представниками державної влади;
 - місцевим представництвом ООН, де можна отримати корисну довідкову інформацію;
 - знайомими журналістами, особливо тими, хто їде до зони кризи або повертається звідти;
 - місцевими неурядовими організаціями, які працюють в зоні кризи або у тому регіоні. Поміркуйте, яким чином вони можуть підтримати діяльність АІ, та навпаки. Наприклад, для деяких секцій корисним було створення робочих груп із залученням представників неурядових організацій, у той час як інші секції направляли журналістів до інших неурядових організацій/ представництв ООН за інформацією про кризу, яку АІ не змогла повністю або частково їм надати.
- ✓ Реагувати на запити МС щодо збору інформації та роботи з іншими неурядовими організаціями та на його заклик до дій. Деякі секції розглядають також можливість залучення своїх членів та контактів для роботи в МС чи в рамках спільних проєктів.
- ✓ Розглядати різні можливості збору пожертв, що мати більшу гнучкість заходів реагування АІ. Певні секції розміщують рекламу, яка описує позицію АІ та закликає надати кошти. Для інших секцій ефективним засобом збору пожертв виявилось додавання до регулярних матеріалів поштової розсилки інформації про кризу.
- ✓ Шукати найкращі способи залучення та інформування членів. З допомогою щотижневого бюлетеня можна повідомляти всіх про останні події,

проте це може бути дорого та/ чи вимагати багато часу. Можна вказати в регулярній листівці телефонний номер «гарячої лінії кризи», де на автовідповідач можна записати останні новини та ідеї щодо заходів.

Щоденні чи щотижневі наради допоможуть створити атмосферу досягнення спільної мети, коли люди самі пропонують, які заходи було б добре провести.

Дуже важливо своєчасно донести до груп та їх членів інформацію про реагування на кризу, якщо ви бажаєте залучити їх до дій. Звичні канали зв'язку в умовах кризи можуть виявитися занадто повільними. Отже, слід визначити тих членів групи, які першочергово мають отримувати таку інформацію у найбільш швидкий та доступний спосіб.

Кошти

За можливості слід зарезервувати певну суму коштів для того, щоби мати змогу проводити заходи реагування на кризи: нові акції, відрядження, переклад або додатковий штат.

Слід заздалегідь встановити критерії використання цих коштів та призначити людину, яка дозволить їх використання. Якщо зайвих коштів немає, слід чітко визначити, хто має повноваження перерозподіляти кошти з інших статей бюджету.

Координатори реагування на кризу

Механізми реагування на кризу вимагатимуть від секцій чітких процесів та вертикалей ухвалення рішення для корегування пріоритетів. Причому вони відрізнятимуться залежно від структури самої секції. Призначення координатора реагування на кризу дозволяє організувати добре виконання цих функцій, до того ж у повній відповідності до потреб всього міжнародного правозахисного руху.

Іноді секції вважають за доцільне запровадити у штаті посаду координатора реагування на кризу. Хоча в інших секціях цю роботу можуть виконувати координатори кампаній, або, як у випадку невеликих секцій, особисто директор чи голова секції.

Координатор реагування на кризу повинен мати повноваження самостійно ухвалювати рішення або мати негайний доступ до тих осіб, які їх ухвалюють. Нижче наведено перелік завдань, які, зазвичай, виконуватиме такий координатор:

- започаткування роботи механізму реагування на кризу в секції та координація праці всіх зацікавлених;
- підтримка зв'язку з МС; термінове надання інформації та консультацій за запитом;
- інформування МС про вжиті секцією заходи та про її нові ініціативи;
- залучення нових членів секції та волонтерів;
- ініціювання заходів на підтримку міжнародного руху та допомога в пошуку та залученні працівників секції та волонтерів до роботи з МС;
- здійснення контролю за використанням коштів бюджету реагування на кризу;
- постійна розбудова можливостей секції реагувати на кризові явища;
- участь у нарадах, дослідженнях та семінарах щодо розбудови можливостей АІ реагувати на міжнародні кризи та розробки відповідної стратегії.

- громадськість цікавитиметься багатьма кризами, тому ті групи або члени, які бажали щось зробити, але їм не знайшлося належної ролі, почуватимуться дедалі більш розчарованими та деморалізованими.

Водночас, дуже важливо майже негайно провести певний стратегічний захід. І коли члени АІ побачать, що на кризу вже реагують, вони оперативніше зможуть переписати передовицю інформаційного бюлетеню чи відредагувати зміст листа-звернення, або ж додати окремого листа про кризу до пакету розсилки.

Може виявитись необхідним запровадження системи "червоної тривоги". Це означає мобілізацію попередньо відібраних членів до заходів реагування на кризу на постійній основі, Водночас вони відкладають виконання інших завдань на цей період. Слід чітко пояснити членам порядок функціонування даної системи.

Отже, чи створюватиме ви нові структурні підрозділи з реагування на кризу, чи працюватиме в рамках чинної структури? Поміркуйте над можливістю застосування наведених нижче підходів, поодиночі та комбіновано.



З огляду на ефективність доводиться вибрати тих, кому перш за все необхідно передати матеріали про акцію чи захід. Швидка комунікація, зазвичай, коштує дорожче. Тому намагайтеся і досягайте того, щоби ви могли швидко мобілізувати ваші дії.

Групи та членство

Часто мобілізація членів місцевих груп та правозахисників для реагування на кризу виявляється важчим завданням, ніж на рівні центральної секції. По перше, це вимагає багато часу. Під час кризи ситуація постійно змінюється, що ускладнює завдання інформувати членів про останні ініціативи та пропоновані дії.

Отже, чи слід секціям обмежуватися лише участю в централізованих заходах? Багато секцій так не вважають, адже:

- прояви громадського жалю, розпачу та реагування на кризу у сфері дотримання прав людини можуть добряче вплинути на політиків у вашій країні та на тих, хто порушує права людини;
- масштабні або символічні заходи можуть надати жертвам та правозахисникам значну моральну підтримку, оскільки саме за часів кризи підтримка населення сприяє роботі секцій з лобювання, зв'язкам із ЗМІ, поширенню інформації, тощо;
- якщо не залучати якомога більше членів до заходів реагування, можна втратити можливість скористатися навичками, знаннями та досвідом членів АІ. Адже якщо вони вважатимуть, що кризу подолають «експерти» з центру, то і не знатимуть чи потрібна їм допомога;

Мережа Акцій термінової допомоги

Ваша мережа Акцій термінової допомоги часто отримувала пропозиції щодо заходів у кризовій країні ще до того, як було офіційно оголошено статус кризи. У кризовий період ваша мережа немовби наново мобілізується. Для мережі дуже характерною є швидка реакція, тому у вас, напевно, існують швидкі форми комунікації із членами – зокрема, електронна пошта, телефони, тощо.

Деякі члени мережі готові залучатися до заходів реагування на кризу з використанням таких методів роботи, які їм вже відомі під час підготовки Акцій термінової допомоги (написання листів, розсилка факсових повідомлень, робота з місцевими періодичними виданнями). Отже, потреба в освіті тут мінімальна, оскільки члени вже обізнані з цими методами роботи.

Такий варіант вимагає консультації із мережею та вашим(и) координатором(ами) Акцій термінової допомоги. Скоріше за все, за залучення мережі Акцій термінової допомоги до такої роботи, треба буде погодити чіткі принципи співпраці, щоб уникнути зайвого навантаження на мережу та дозволити їй і надалі виконувати свою основну роботу.

Мережа реагування на кризу

Секції можуть створювати окремий перелік членів своїх груп, які готові залучатися до дій у стислі терміни. (Цих членів можна також залучати до інших заходів швидкого реагування у випадках, коли частота та рівень їх залучення настільки низькі, що можуть підірвати ентузіазм до такого проекту).

Досвід, який ви отримали під час створення мережі Акцій термінової допомоги, особливо практичні аспекти, стануть у нагоді і в цьому проекті. Також слід подумати про наступне:

■ Як заохочувати залучення груп/членів

Коли ви працюєте з кризовою ситуацією, ви поведетесь інакше, ніж коли ви працюєте від імені окремих жертв, оскільки масштаб кризи може призвести до зневіри в те, що ви особисто, та АІ в цілому можете зробити.

■ Встановлення реалістичних очікувань та відповідальності для мережі

Іноді ви помічаєте, як ваші члени стають більш жвавими, коли вони чують про кризу. Тому вам слід постійно надавати їм мотивацію в часи, коли немає необхідності реагувати на кризу. З огляду на розмір вашої мережі, він повинен забезпечувати баланс між зусиллями щодо реагування на кризу та виконанням регулярних завдань.

■ Зв'язок

Подивіться, як функціонує ваша мережа Акцій термінової допомоги зараз: різні секції з різною швидкістю передають інформацію. Отже, слід встановлювати реалістичні очікування щодо швидкості передачі інформації різними секціями.

■ Стосунки мережі з секцією та проміжними структурами

Забезпечте чіткі процедури звітування та розподілу повноважень між секцією, проміжними структурами (такими, як деякі спільні групи) та мережею.

■ Навчання персоналу та підготовка мережі

Не чекайте, поки прийде криза. Краще заздалегідь подумати про можливі підходи до вирішення проблем чи проведення потрібних тренінгів. Чим краще ви підготувалися, тим результативнішим буде реагування вашої мережі. Що би ви хотіли, щоб люди робили під час кризи? Може, для цього слід навчити ваших людей якись спеціалізованим навичкам, скажімо, у сфері комунікаційних технологій?

■ Оцінка роботи мережі, покращення її діяльності та матеріально-

технічне забезпечення

Яку б систему ви не обирали, слід зарезервувати час для проведення оцінки. Спробуйте провести її після того, як ваша система використовувалася двічі для реагування на кризи. Якщо ви бажаєте отримувати зворотній зв'язок від членів мережі, вам слід самим надавати його. Інформуйте їх про успіхи АІ в подоланні кризи та про наміри руху щодо продовження роботи в конкретній країні на довгострокову перспективу. Не дозволяйте мережі відчувати, що ви більше не цікавитесь країною. Нехай підрозділ МС щодо реагування на кризи розповість про ваш позитивний досвід та уроки, які ви засвоїли, іншим.

Координатори по країні/ регіональних мереж дій та їх групи

Ви завжди можете скористатися досвідом організації щодо організації заходів у вашій країні та регіоні в часи реагування на кризи. Якщо в кризовій країні функціонує координаційна група по країні, від неї можуть забагато очікувати. Отже, іноді координатори регіональних мереж також можуть залучатися до цієї роботи, особливо якщо не створили координаційної групи. Нижче наведені підказки, як залучити цю частину ваших членів до діяльності під час кризи:



Підказки

- 1 За можливості секція має спрямовувати зусилля на підтримку роботи координаційних груп по країні, які можуть покрити своєю діяльністю можливі кризові країни. Одна із секцій ввела посаду координатора, який виступав у ролі "плаваючого ресурсу", тобто він спеціалізувався на роботі з реагування на кризи та у наданні допомоги координаторам по країні у їхній діяльності. Інша секція створила координаційну групу з реагування на кризи з тими ж самими функціями та структурою, що й координаційна група по країні, яка, по суті, стала проміжною структурою, брала участь у проведенні нарад тощо.
- 2 Встановіть систему швидкого інформування - між секцією та групою. Деякі секції для цього обладнали групи факсами або забезпечили їм доступ до електронної пошти.
- 3 Якщо певну країну кваліфіковано як "ризикову" під час розгляду стратегії роботи по цій країні, то слід підсилити діяльність співгруп для таких країн (або створити таку, якщо її ще не створено) заздалегідь, до потенційної кризи.

- ❑ Слід продумати, які питання будуть важливими під час кризи та які заходи наймовірніше будуть пріоритетними. Наприклад, якщо це робота з місцевими ЗМІ, слід вже зараз відшукати досвідчених журналістів та започаткувати робочі стосунки з ними, надаючи їм інформацію та проводячи брифінги. Якщо пріоритетом буде лобювання, то слід налагодити стосунки з тими працівниками уряду, котрі відповідають за цю країну, а також визначитися із переліком усіх посадовців, які можуть впливати на формування відповідної урядової політики.
- ❑ Надавайте підтримку та зміцнюйте діяльність певних координаторів регіональної мережі дії та груп, які активно працюють у структурі такої мережі дії.
- ❑ Проводьте спільні освітні заходи для координаторів регіональної мережі дії та координаційних груп з питань реагування на кризу та планування практичних і стратегічних заходів у випадку початку кризи.
- ❑ Слід чітко поділити коло відповідальності та перелік завдань між регіональною мережею та координаційною групою. Крім того, необхідно встановити чіткі процедури зв'язку між секцією та координаційною групою та/ або координатором регіональної мережі (до речі, останніх слід також залучати до діяльності координаційного комітету реагування на кризу, якщо його створили на рівні секції).
- ❑ Координатор регіональної мережі дії під час тренінгу інформує групи регіональної мережі дії про потреби, що виникатимуть під час реагування на кризу, щоб швидко, оперативно виконати ці вимоги під час кризи.
- ❑ Оцінка систем, які ви використовували під час кризи та результатів від їх запровадження, має також відтворювати те, як ця робота вплинула не лише на обрану країну, але й на виконання довгострокової програми.



Під час кризи в Руанді у 1994 році лише після того, як інформація про ситуацію в країні постійно висвітлювалася в ЗМІ протягом тривалого часу, уряди багатьох країн почали діяти. Розуміючи стосунки між вашим урядом та ЗМІ, ви можете вибрати найбільш вдалий кут чи фокус висвітлення кризи.

Мобілізація для масштабного реагування

Для реагування на кризу дуже важливо залучати якомога більшу кількість ваших членів та широких верств населення. Коли переважна більшість ваших членів отримує можливість висловити своє занепокоєння, це має не менший вплив на подолання кризи, ніж конкретні заходи окремої частини ваших членів.

Нижче наведені приклади, як можна швидко поінформувати членів AI та інших про те, що роботу з подолання кризи вже розпочато.

Підказки

- ❑ Сповіщайте на радіо та в газетах (особливо коли це робиться безкоштовно, або зі знижкою) про те, чим займається AI, та закликайте людей зв'язатися з AI для того, щоб приєднатися до правозахисної діяльності.
- ❑ Якщо ви бажаєте залучити людей до масових заходів або надати більше інформації про кризу, повідомте телефонний номер "гарячої лінії" секції, за яким люди можуть отримати детальну інформацію (навіть якщо це запис автовідповідача).
- ❑ Можна створити телефонну мережу, щоби повідомити про оголошення початку кризи, а також щоби члени могли телефонувати до секції з ідеями та для отримання інформації. Наприклад, кожного члена мережі реагування на кризу можна попросити подзвонити іншим п'ятьом контактним особам місцевої групи.
- ❑ Групи та окремих членів можна попросити підготувати переліки організацій та осіб, з якими вони могли б швидко зв'язатися та залучити до термінових заходів.
- ❑ Якщо вашою секцією створено сайт AI в інтернеті або ви плануєте це зробити, подумайте про те, як з його допомогою можна інформувати про кризу та надавати поради щодо проведення заходів та акцій.
- ❑ Зверніться через офіс секції із закликом до волонтерів приєднатися до ваших заходів, оскільки робота в офісі під час кризи є настільки ж важливою, як і прями дії у кризовій країні.
- ❑ Розсилаючи інформаційні бюлетені групам та організовуючи наради, одразу започаткуйте обговорення шляхів залучення більшої кількості людей до реалістичних та результативних заходів під час виникнення кризи у сфері дотримання прав людини.

Методи проведення кампаній

У принципі, методи проведення кампаній негайного реагування на кризу схожі на ті, які ми використовуємо під час інших ситуацій. Проте серйозність кризової ситуації вимагає від нас більш творчого підходу та більшої оперативності. Ось чому важливо ретельно проаналізувати ситуацію та можливий вплив ваших заходів на її покращення. Нижче наведено ключові напрями, на які слід звернути особливу увагу.

ЗМІ

Під час кризи МС спробує вже протягом перших днів кризи надіслати секціям, як мінімум, текст звернення до громадськості. Можливо це звернення не міститиме багато нового, проте дозволить секціям підготуватися до коментарів пресі. МС завжди намагається забезпечити свою присутність у зоні кризи якомога швидше. Часто це дозволяє започаткувати роботу зі ЗМІ безпосередньо в цьому регіоні чи спочатку на рівні МС.

Якщо ЗМІ висвітлюють події кризи, журналістів можуть зацікавити новини, що подаються під "місцевим кутом зору", та які ви можете зібрати, влаштуовуючи, наприклад, пікети, демонстрації або символічні акції.

Саме ЗМІ можуть у найбільш драматичний спосіб висловити позицію АІ, оскільки якщо меседж АІ подати у формі творчих заходів та демонстративних акцій, його можна донести як до тих, хто відповідає за скоєння порушень, так і до тих, хто може вплинути на них через ЗМІ.

ЗМІ можна також використовувати як важливе джерело інформації про кризу, оскільки журналісти можуть дізнатися про останні події в агенції новин чи репортажах кореспондентів. І хоча секції АІ не можуть базувати свої заходи винятково на цих повідомленнях, вони можуть їх використовувати для того, щоби заяви АІ завжди були актуальними і відтворювали перебіг останніх подій.

Зв'яжіться із журналістами, які або від'їжджають до зони кризи, або повертаються звідти, та переконуйте їх повідомляти у репортажах про ситуацію з дотриманням прав людини в країні.

Якщо ж питання прав людини не розкриті, або якщо у матеріалах не вистачає аналітики, пропонуйте провести брифінги для журналістів.

Просіть членів, щоб вони писали редакторам видань та вимагали від них розкриття правозахисної тематики.

Надайте журналістам послугу, а саме: спрямуйте їх до надійних джерел інформації, таких як звіти ООН або неурядових організацій. Особливо у тих випадках, коли АІ ще не встигла терміново зібрати всю детальну інформацію.

Перевіряйте, чи змушують ЗМІ ваш уряд почати діяти.

Зверніться до "академіків" або "експертів", які спеціалізуються у тематиці кризової країни, з проханням виступити в ЗМІ. Інформуйте їх про питання, які непокоять АІ, та спробуйте переконати їх обговорити ситуацію з правами людини в кризовій країні під час інтерв'ю пресі.

Лобіювання

Під час кризи АІ матиме дуже чітке уявлення про те, що повинні робити іноземні уряди, поодиночі або разом із ООН та/або регіональними міжурядовими організаціями. Уряди деяких країн готові до дій, тому вони іноді створюють спеціальні підрозділи реагування на кризу в складі своїх міністерств іноземних справ, які можуть стати безцінним джерелом інформації та впливу на цільову країну.

Перед остаточним затвердженням стратегії слід зробити такі кроки:

- знайти потрібного посадовця з уряду і зв'язатися з ним;
- дізнатися, що вже зроблено урядом, щоб подолати кризу;
- дізнатися, що уряд робить зараз та що планує зробити;
- запитати, чи обізнаний уряд із позицією АІ та запропонувати інформацію;
- запитати, чи проводили вже переговори з урядами інших країн з приводу кризової ситуації та яких домовленостей досягнуто;
- дізнатися, що робить ваше посольство в кризовій країні та на міжурядовому рівні;
- дізнатися, які заходи вони вважають найбільш доцільними та ефективними;
- дізнатися, як уряд інформуватиме неурядові організації, включаючи АІ, про свої майбутні дії.

Іноді є сенс залучати членів до лобіювання, оскільки місцеві групи, як і інші організації, можуть чинити тиск на уряд, щоб змусити його діяти.



AI розпочала заходи з реагування на кризу на Великих озерах 31 жовтня 1996 року після ескалації конфлікту у східному регіоні Демократичної Республіки Конго (колишній Заїр)

© UNHCR



Місія АІ до Танзанії під час реагування на кризу на Великих озерах привернула до себе значну увагу ЗМІ в Танзанії. Про заходи також повідомляли ЗМІ Данії, США, Австралії та Канади. Зліва направо: Девід Булл, директор британської секції АІ; Еверест Обує, голова секції АІ в Танзанії; пан Бравім, начальник відділу по роботі з біженцями Міністерства внутрішніх справ Танзанії; представник уряду (прізвище та посада невідомі); Фірозе Манжі, колишній директор програми МС з Африки.

© АІ



Якщо написання листів виявляється не ефективним заходом (до обраної країни – через пануючий там хаос, до свого уряду – через необхідність діяти швидко), меседж АІ можна донести через збір петицій, громадські заходи, або ж зустрічі віч-на-віч із місцевими представниками влади.

Секції, створені в тому ж краї, де відбувається криза, можуть чинити особливо важливий тиск на уряди своїх країн та на регіональні організації. Якщо ж їхні можливості обмежені, слід залучити до акцій всі групи та всіх членів, а також секцію.

Написання листів

Наш традиційний підхід до написання листів, використання факсів та телефонних дзвінків часто буде важливим методом залучення багатьох членів до реагування на кризу у випадках, коли в країні кризи працює центральний уряд.

Якщо ж уряд розформовано або лінії зв'язку перервано, написання листів та подібні методи все ще можуть використовувати як важливі важелі впливу, але на представників дипломатичного корпусу кризової країни, включаючи тих, хто працює в міжурядових організаціях. Або можна спрямувати свої дії на ЗМІ чи уряд своєї країни.

Робота з населенням

Під час кризи деякі організації будуть більше, ніж інші, залучатися до вирішення питань, які входять до мандату АІ. Тому, можливо, ваша секція рідко співпрацює з ними.

До них часто належать організації із захисту прав людини та організації, які надають економічну та медичну допомогу країнам, що постраждали від стихійних

лих та техногенних аварій. Тому вони часто мають місцеві представництва та можуть засвідчити все, що там відбувається під час кризи. Правозахисні питання стають складовою частиною їхньої роботи. Слід швидко визначити ті з них, котрі можуть допомогти в:

- обміні інформацією про ситуацію з правами людини;
- наданні порад щодо належної стратегії із протидії порушенням;
- визначенні тих заходів (наприклад, з огляду на залучення вашого уряду), які вони можуть проводити окремо або разом із АІ.

Деякі секції встигають організувати або взяти участь у роботі спільних робочих груп, які створюються неурядовими організаціями на період кризи.

Інформацію з місць від національних неурядових організацій слід надавати до МС, тому треба підтримувати контакти з такими організаціями.

Крім того, до ключових секцій можуть звернутися з проханням провести консультації з конкретними регіональними чи міжнародними неурядовими організаціями.

Оцінка

Важливо оцінювати нашу роботу з реагування на кризу. Водночас оцінювати слід як результати (тобто досягнення поставлених цілей), так і процеси та організацію роботи.

Зазвичай, підрозділ МС з реагування на кризу проводить оцінювання роботи всього руху, проте неможливо недооцінювати роль секцій у наданні результатів оцінки своїх дій з реагування на кризу в складі широкого руху.

Збір добровільних пожертв та проведення кампаній

Кожна відповідальна за кампанію особа знає про важливість коштів під час реалізації заходів. Але погляд на збір пожертв тільки як на засіб досягнення мети, ймовірно, призведе до втрати можливостей як для організації кампаній, так і для збору пожертв. Щоби правильно використати потенціальну підтримку, члени АІ на кожному рівні мають визнавати, що, як особи, відповідальні за кампанії, так і активісти збору добровільних пожертв хочуть діяти на підтримку прав людини. Їхні дії можуть бути і в формі часу, що вони приділяють, і у вигляді грошей, що надають.

“

«Плата за свободу є меншою, ніж ціна репресій».

Дюбуа, Вільям Едвард Бургардт.

Зміст

- Що таке поєднання збору пожертв та проведення кампаній? / 79
- Навіщо поєднувати? / 80
- Засади діяльності зі збору пожертв / 80
- Методи залучення підтримки / 81
 - Пряма поштова розсилка / 82
 - Реклама та популяризація / 83
 - Телемаркетинг / 83
 - Мерчандайзинг / 83
 - Спеціальні заходи / 84
- Методи об'єднання підтримки / 85
 - Пряма поштова розсилка / 85
 - Постійні схеми віддавання / 86
 - Топ-клуби прибічників / 86
 - Телемаркетинг / 86
 - Спадщини та заповіти / 86
 - Інші засоби / 86
- Стала стратегія / 87
- Наскільки у вас поєднані збір пожертв та проведення кампаній? / 88
- Допомога у зборі пожертв / 89

Що таке поєднання збору пожертв та проведення кампаній?



«У деяких організаціях люди, які збирають пожертви, є аутсайдерами, наче особами, що втручаються не в свої справи; їхня інтеграція до організації відтворює та може серйозно вплинути на їхню здатність виконувати роботу... Збір пожертв працює найкраще, коли його включають до всіх видів діяльності та про який звітується на найвищому рівні. Фандрайзери не можуть бути відокремленими, наче вони не існують, та мають бути таким ж цінними та надійними, як будь-яка інша функціональна частина організації».

Сем Кларк, голова відділу зі збору пожертв організації «Оксфам», з книги «Повний посібник зі збору пожертв».

«Якщо б тільки у нас були гроші, ми б могли...». У статусі відповідального за кампанію ви, ймовірно, не раз так думали, а якщо ні, то будете.

Фандрейзинг (збір коштів, пожертв) – це складова частина роботи організації, яка проводить кампанію. У деяких секціях AI координатори кампанії також відповідальні за збір коштів. В інших секціях ці ролі відокремлені. В обох випадках координатор кампанії відіграє важливу роль у створенні культури, що визначає однакову значимість кампанії та збору коштів і усунення штучних бар'єрів, що можуть існувати між ними.

Найціннішими ресурсами для кампаній та збору пожертв AI є її прибічники (члени та фінансові «донори»). Щоб виконати більшість своїх зобов'язань, важливо планувати різні програми AI разом. Обслуговування та зберігання бази симпатиків AI – це відповідальність як учасників збору коштів, так і координаторів кампаній. Через це особам, відповідальним за кампанії, корисно знати хоча б основні техніки та практики збору коштів. Більше того, основи та технології маркетингу, які важливі для збору коштів, і можуть допомогти в роботі з проведення кампаній.

Комплексний збір коштів та проведення кампаній переконують, що:

- Кампанія включає меседжі, що AI потребує підтримки (гроші та час) та дає можливість надати цю підтримку; наприклад, використовуючи талони листівок, які закликають людей приєднатися або пожертвувати кошти;
- Діяльність зі збору пожертв якнайкраще сприяє поточним цілям AI;
- Кампанія пропонує широкий спектр дій для всіх учасників та структури AI;
- Поєднання зусиль зі збору пожертв та проведення кампаній має відбуватися систематично, на загальному, стратегічному етапі планування та й у діяльності.

Графіки та періоди планування збору пожертв та проведення кампаній можуть не співпадати. Отже, важливо, щоби планування акцій (що часто є менш тривалим) відбувалося згідно із об'єднаним планом.

Досвід багатьох секцій AI показав, що члени та прибічники змінюють свої методи підтримки: від приділення власного часу до грошей та навпаки. Молодші прибічники, наприклад, можуть приділяти час. Коли вони дорослішають і отримують інші обов'язки, вони можуть бажати підтримати й фінансово. Важливо, щоб AI мала систему, яка б давала змогу та заохочувала людей робити такий вибір.

Головне завдання збору пожертв для секції – це створення та розвиток бази членів та донорів за межами будь-якої групової структури. Формування такої бази підтримки може коштувати грошей, але це вірний шлях до фінансової самодостатності та збільшення пожертв у будь-якій країні.

Зрештою, збір пожертв – це кампанія, оскільки обидва види діяльності:

- Ставлять на меті впливати на поведінку;
- Базуються на цільових повідомленнях, спрямованих до різних верств населення;
- Потребують чіткої комунікації та закликів до дії;
- Потребують досягнення результату, з яким легше говорити «так», ніж «ні»;
- Базуються на побудові тривалих відносин з прибічниками;
- Забезпечують для людей можливості підтримувати роботу AI із захисту прав людини;
- Містять просвітницький компонент.

Професійне керівництво

Професійні інструменти маркетингу можна з успіхом використовувати у проведенні кампаній. Саме професіонали у сфері маркетингу збирають аргументи з таких питань, як, наприклад, який відтінок кольору викликає певні реакції, чи день доставки пошти викликає у людей бажання відповісти. Закликаючи, професіонали з маркетингу забезпечують адресатів оплаченим зворотним конвертом та бланком чи квитанцією, які необхідно заповнити. Вони додають термінову примітку, наприклад, пишучи: «будь ласка, дайте відповідь... тому що». Вони викликають стимул відповісти, наприклад, пишучи: «усі ті, хто візьме участь в акції... отримають футболку за спеціальною ціною...», щоби допомогти суспільству...».

У 1995 р., після поновлення роботи у профспілковому русі, найбільша профспілка Німеччини, ІС Метал, зробила АІ пожертву в розмірі 65 000 доларів США.

Протягом проведення кампанії АІ у 1993 р. на Всесвітній конференції ООН з питань дотримання прав людини, профспілка Австралії зробила пожертву в розмірі 2 000 австралійських доларів для заохочення члена профспілки з Азії відвідати конференцію, щоби підтримати в деяких азійських державах позицію ставити питання із захисту прав людини на перший план.

Підходи голландської секції до проведення кампаній містять схеми, з якими погодились працівники та за якими будуть здійснювати автоматичні відрахування до АІ із кожної заробітної платні.

Збільшення пожертв від робітників

Навіщо поєднувати?

Існує декілька причин, чому АІ необхідно об'єднувати збір пожертв та проведення кампаній.

- Збір пожертв АІ посилює її репутацію для незалежності від влади та головних спонсорів, таким чином, зміцнюючи довіру до АІ та підвищуючи її ефективність.
- Об'єднання не дозволяє наявним та потенційним прибічникам розглядати АІ як дві різні організації: з яких одна просить про гроші, а інша про час.
- Меседжі АІ як до своїх симпатиків, так і до громадськості, мають бути чіткими та зрозумілими. Якщо АІ проводить кампанію щодо важливості обізнаності про окремі ситуації із захисту прав людини, то такий меседж буде підсилений або послаблений тим фактом, що він пов'язаний (або ні) зі збором пожертв.
- Об'єднання в одне ціле забезпечує чітке розуміння того, що підтримує, та що робить АІ. Якщо АІ надмірно використовує образи дітей для збору пожертв,

то існує ризик, що АІ може бути сприйнята як дитяча організація.

- Об'єднання дозволяє багаторазово використовувати той самий матеріал, таким чином, зберігаючи гроші та забезпечуючи додаткові ресурси для кампанії. Наприклад, футболки кампанії можна продавати, талони можна приєднувати до літератури кампанії, листівки, що характеризують образи (поняття) кампанії, можна надсилати членам, а звіти АІ можна продавати.
- Головний принцип збору пожертв – це те, що «люди віддають, щоб допомогти людям, а не організаціям». Це означає, що фандрайзери повинні мати інформацію про кампанію, щоб відповідати на звертання. Вони також мають вміти передавати інформацію у вигляді захоплюючих особистих історій, щоб потенційні симпатики могли відчутти та побачити необхідність пожертвувати або приєднатись до АІ. Люди щось роблять завдяки поєднанню емоційних та інтелектуальних причин: закликів до розуму та серця!



Уникайте називати тих, хто дає гроші, активістами, а тих, хто тільки пише листи, – пасивними (або ж інакше!).

Засади діяльності зі збору пожертв

Коли АІ потребує дій, люди, до яких вона в першу чергу звертається, це її члени або відомі симпатики, що можуть пожертвувати час або гроші. Отже, успішна довгострокова стратегія збору пожертв (та проведення кампанії) залежить від залучення та збереження підтримки.

Основний схематичний інструмент – це піраміда збору пожертв (див. діаграму на звороті сторінки). Принцип Парето констатує, що 80 відсотків надходжень йде від 20 відсотків прибічників (вершина піраміди). Тому багато енергії та ресурсів збору

пожертв йдуть на спроби дістатися до людей у фундаменті піраміди: перший жест підтримки через час або гроші. Енергію та ресурси витрачають на привертання симпатиків, що пізніше об'єднується із намаганням перемістити людей до верхівки піраміди підтримки через розвиток їхніх знань та зобов'язань перед АІ.

У деяких країнах саме фандрайзери секцій АІ частіше за інших контактують з членами та базою підтримки. В інших країнах заклики до зборів коштів – це публічний імідж АІ, що справляє враження.

Методи залучення підтримки

Прибічники та суспільство не повинні проявляти відмінностей у цінностях або виявляти різну реакцію, якщо вони вкладають час або гроші.

Залучення підтримки через рекламу, через вкладиші або через листи - може бути дорогим. Аі з'ясувала, що принаймні в деяких країнах люди часто приєднуються після того, як спершу серйозно подумують про це три або чотири рази. Тому важливо надати людям якнайбільше можливостей подумати про долучення, взяти участь або зробити грошову пожертву.

Важливо також мати на місці систему для запису деталей про людей, що приєднуються або зацікавлені у приєднанні. Таким чином, ви зможете і надалі спілку-

ватись з ними. Це може бути проста картотека або комп'ютерна база даних. Головні техніки залучення підтримки:

- Пряма поштова розсилка
- Реклама та популяризація
- Телемаркетинг
- Мерчандайзинг
- Спеціальні заходи

Піраміда збору пожертв

- Принцип Парето: 80% надходжень йде від 20% осіб, які жертвують
- Чим тепліші взаємини, тим вища піраміда, тим кращий подарунок (пожертва).

■ За межами піраміди:

Події, трасти/фонди, спонсорство, ліцензування, збирання по домівках, жертва компанії тощо.

■ В межах піраміди:



ГОЛОВНІ ПИТАННЯ:

- Скільки коштує здобути нового члена/донора?
- Як багато ви плануєте вкласти у бюджет наступного року – 25% збільшення?
- Як довго вони (донори) залишаються? Скільки свого часу вони приділяють?
- Як багато часу ви витрачаєте на роботу з ними?
- Ваш журнал виходить 4 або 6 разів на рік – зазвичай, не більше?

Пряма поштова розсилка – це просте мистецтво надсилання листів або «закликів» до ваших прибічників з проханням про додаткові пожертви або до потенційних прибічників з проханням приєднатись чи зробити грошову пожертву. Перевага цієї техніки збору пожертв над усіма іншими зумовила швидкий розвиток AI у 1980-х рр.

Як правило, пакет прямої поштової розсилки складається з 5 елементів:

- Зовнішній конверт. Він, зазвичай, містить інтригуюче повідомлення та малюнок, щоби переконати отримувача відкрити його. Він матиме віконечко для адреси, зворотню адресу та марку зі знижкою. У багатьох державах національні поштові служби пропонують суттєві знижки на масову розсилку поштових відправлень.
- Сам лист. Він має читатися, як лист від товариша. Досить чітким повинно бути прохання до читача пожертвувати гроші або приєднатись. Дайте йому можливість дізнатись, яку проблему його гроші можуть вирішити, переважно використовуючи реальні приклади. Лист добре писати у позитивному тоні: запевняти людей, що вони можуть щось зробити. Перший абзац читається частіше, ніж усі інші. Наприкінці має бути примітка про терміновість, що змусить читача заповнити талон для відповіді. Існують різні погляди на довжину листа та на інші його характеристики. Експериментуйте!
- Талон для відповіді. Він може бути окремим або як відривна стрічка від листа. Він має містити ім'я людини та адресу, що буде вказана на зовнішньому конверті. Має заново формулювати запит: «Так, я хотів би приєднатись/ зробити пожертву Міжнародній Амністії...». Дайте читачеві знати, чого ви від нього хочете та дозвольте йому зробити додаткову пожертву. Графа для помітки з різними сумами значно збільшує надходження (зазвичай, люди обирають середню лінію). Дозвольте людям оплатити будь-яким чином. Ніколи не дозволяйте людям просто запитувати інформацію: це марнує час та гроші. Отже, менша кількість людей приєднуються або зроблять пожертву. Кодуйте талон, так ви зможете оцінити його успіх.
- Додаткова листівка. Це дасть вам змогу показати зображення (що можуть бути важливішими за тисячу слів), забезпечити зв'язок з минулою кампанією або показати більш широку картину роботи AI.
- Зворотній конверт. Він має бути оплаченим, містити вашу адресу та ім'я людини, яка підписала лист, та тієї, котра буде підписувати лист з подякою за кожен пожертву. Конверт має бути достатньо великим, щоби вмістити чек.

Пряма поштова розсилка

Пряма поштова розсилка – це одна із найбільш успішних методик AI для залучення нової підтримки в країнах з недорогими та ефективними поштовими системами. Оскільки вартість друку та поштові витрати можуть бути доволі високими, пряма розсилка, ймовірно, буде найефективнішим рішенням з огляду на затрати. Але тільки тоді, коли вона чітко спрямована до людей, котрі, напевно, найбільше можуть підтримати AI. Таких, як члени організації, які можуть співчувати цілям AI.

Іноді можна обмінюватися листами з іншими організаціями. Інша організація надсилає ваш лист своїм прибічникам, а ви надсилаєте їхній лист прибічникам AI. У деяких ситуаціях можна орендувати, або ж купити список розсилки. У певних країнах існують «поштові брокери», котрі опікуються розсилкою.

Пряма поштова розсилка може також залучити підтримку за допомогою схеми «член за членом». Ваші члени просять своїх друзів приєднатись або ж надсилають вам можливі імена та адреси для прямого адресування листа. (Британська секція має допоміжний список принципів, якими керується для поштового обміну з іншими організаціями).

Надсилайте заклики прямою поштовою розсилкою вашим членам та донорам хоча б 4 рази на рік. Головні неурядові організації та секції AI роблять це приблизно 6 разів на рік. Ваші члени будуть почувати себе залученими до справи та оцінюватимуть ваші миттєві листи з подякою. Обсяг відповідей від прибічників становить 6 – 12 відсотків.

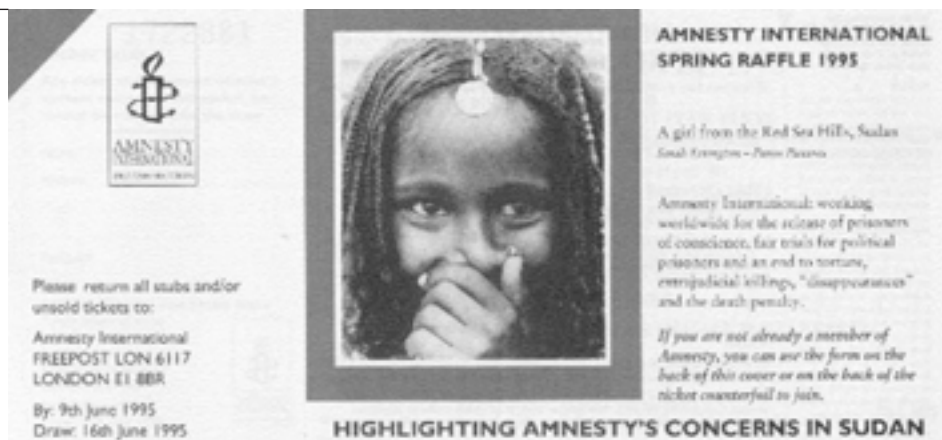
Від поштового обміну з іншими організаціями ви можете отримати збільшення надходжень до 5 відсотків. Багато організацій очікують не на те, що перший поштовий контакт принесе дохід, а на те, що через деякий час, впродовж якого кожна



Переконайтеся, що всі матеріали кампанії (такі як листівки та плакати) містять талон для приєднання до AI.



Лотерея завжди була популярним засобом збільшити розмір надходжень до АІ. Цей лотерейний квиток, розроблений британською секцією, привабливо оформлений і висвітлює мету збору пожертв. Весняний лотерейний квиток Міжнародної Амністії 1995 р.



нова особа продовжуватиме спілкування з організацією, вона може вкласти певну суму.

Реклама та популяризація

Реклама в національній пресі, на радіо, телебаченні та в кіно може бути ефективним засобом, хоча й дорогим. Важливо полегшити для людей реагування на рекламу, додаючи зрозумілий купон або номер телефону. Найкращий шлях оцінити ефективність вашої реклами – це перевірити кількість відповідей.

Якщо можливо, зробіть аналіз перед тим, як інвестувати. Ви можете зробити це, з'ясовуючи, наскільки успішними були інші організації у використанні подібної системи, вивчаючи стандарти галузі або виконуючи невеликий тест перед початком роботи над головним проектом.

Додавання проспектів для членства/донора до журналів або газет може бути вдалим засобом. Хоча й вимагає ретельного спрямування на цільову аудиторію, вид того, як ви звернетесь залежатиме успіх чи поразка. Проаналізуйте минулі результати.

Журнали та газети можуть надати вам результати досліджень ринку. Це може допомогти вам у підборі обраної аудиторії, яка має ті самі характеристики, що й ваші симпатики. Ви також можете поширювати листівки для членства у крамницях, кав'ярнях або ресторанах.

Телемаркетинг

Телемаркетинг – це усталена технологія, яку використовують у дослідженнях ринку та для продажу у багатьох країнах. Її використовують чимало благодійних організацій та організацій з проведення

кампаній. У тому ж числі, таке роблять і секції АІ. Така технологія передбачає дзвінки прибічникам або потенційним прибічникам і переконання їх зробити додаткову пожертву чи й надалі підтримувати. Це найбільш прямий та навіть особистий шлях повідомлення, що АІ потребує підтримки. Він забезпечує набагато більший відсоток відповідей, ніж під час використання прямої поштової розсилки, хоча витрати на нього й вищі. Деякі секції використовували цю технологію, щоби поновити допомогу колишніх членів.

Телефонні компанії можуть надати номери телефонів (можливо, за певну плату) або ж телефони можна зібрати зі членських заявок та з власної бази даних.

Норвезька секція, наймовірніше, має найбільш успішну програму телемаркетингу, вона створила посібник (існує його англомова версія), як проводити операцію телемаркетингу.

Мерчандайзинг

Мерчандайзинг – це будь-що (від поромних переправ у Сьєрра-Леоне до листівок в Ісландії), що забезпечує важливу частину доходів АІ та ще одну можливість для людей проявити свою підтримку АІ. У деяких секціях, особливо там, де пряма поштова розсилка недоцільна, мерчандайзинг став істотним джерелом надходжень. Багато товарів просто просувають АІ, додавши свічку або назву на таких виробках, як ручки, футболки або косметички. Деякі просто додають повідомлення, що прибуток піде на підтримку АІ. В інших випадках футболки популяризують певні повідомлення кампанії.

Мерчандайзинг може стати гарним засобом досягнення нової аудиторії та залучення нових прибічників. І знову мають бути докази, що існує ринок збуту для продукту. Члени АІ можуть бути достатньо великим ринком, але краще було б поглянути і поза його межі, а не припускати, що члени АІ мають однакові смаки.

Поширення мерчандайзингу може бути реалізовано через місцеві групи для продажу виробів з символікою AI у кіосках, через рекламу, розміщену в розсилках AI та інших організацій, або через каталог.

Програма маркетингу та дистрибуції документів AI також може бути корисним засобом збільшення підтримки та поширення меседжів AI. Публічні бібліотеки, шкільні та університетські бібліотеки, державні відділи та спеціальні книжкові магазини можуть зацікавитись у залученні всіх або деяких публікацій AI.

Спеціальні заходи

До видів діяльності, яка часто асоціюється зі збором пожертв, належать спеціальні заходи, такі, як музичні концерти, театральні вистави, мистецькі нагороди, аукціони та вуличні заклики.

Існує вислів для збору пожертв за допомогою спеціальних заходів: «Перший раз для помилок, другий – для надходжень». Тому для багатьох подій варто шукати професійну допомогу перед тим, як ухвалювати рішення щодо інвестування значних ресурсів або продовження події.

Деякі секції AI мають досвід спеціальних заходів, спрямованих на збір пожертв. Необхідно звернути увагу на їхні поради. Скоріш за все, це буде дешевше!

Постійні спеціальні заходи можуть стати цінною частиною стратегії збору пожертв і цілком надійним фінансовим джерелом. Вони також можуть бути «громадським транспортом» для осіб високого рангу, щоби показати їхню підтримку.

Звичайно, краще звертатися до перевірених жертводавців, ніж пробувати зовсім нові речі. Навіть коли досягається успіх у зборі коштів, більшість спеціальних заходів AI не відзначаються хорошими показниками, якщо йдеться про довгострокову підтримку діяльності AI чи інших організацій. Спеціальні заходи дуже ризиковані та передбачають великий внесок без гарантії того, що витрачені гроші повернуться або буде отримано прибуток. Чим амбітніший план, тим він більш ризикований.

Багато організацій втратили гроші навіть у проведенні заходів з дуже відомими

виконавцями. Заходи високого рівня надають поштовх, який вже неможливо зупинити. Оскільки вони передбачають високі внески та ризики, із малою кількістю (якщо такі взагалі є) переваг, то вони не повинні становити основу програми збору коштів.

Ризик може бути зведений до мінімуму, якщо врахувати такі пункти:

- Чітко визначайте аудиторію, яку ви бажаєте привернути: залучення багатьох виконавців може перешкоджати цьому, оскільки їхні заклики спрямовані до дуже різної публіки;
- Заздалегідь продайте якнайбільше квитків;
- Використовуйте місця зустрічі із встановленою публікою та робіть так, щоби власники рекламували подію та брали на себе витрати;
- Встановіть бюджет та очікуваний прибуток перед проведенням заходу: переоцініть витрати, недооцініть прибуток та перевірте час, витрачений на штатних працівників і добровольців;
- Вирахуйте ефект безбитковості – як багато квитків повинно бути продано, щоби покрити витрати;
- Перевірте заходи на відповідність законодавству: правила ліцензування, стандарти безпеки та здоров'я, страхування цивільної відповідальності і т.д.
- Добре зберігайте показники надходжень, витрат та організації, щоби було легше організувати подібну роботу в майбутньому;
- Забезпечте рекламу заходу (витрати за рекламу впишіть до вашого бюджету);
- Дослідіть інші можливості отримання доходу від цієї події, такі як прохання контролерів про пожертви, продаж футболок тощо.

Але спеціальні заходи збору пожертв можуть мати і багато переваг. Вони можуть встановити контакт AI з суспільством, забезпечити AI громадською підтримкою та програмами підвищення кваліфікації для суспільства та стати розвагою для всіх учасників. Проте це додаткові переваги. Основною метою повинно бути саме збільшення фінансування!



Приготуйте деякі звичайні талони, які ви зможете легко використувати в різних публікаціях.

Гарне: у 1989 р. австралійська секція надіслала листи 20 000 прихильникам агенції з надання допомоги за кордоном і отримала прекрасний рівень відповідей, у понад 10 відсотків. Хорошим рівнем було б і 2 відсотки. Заклик зображував країни та питання, що, напевне, були цікавими для цих симапатиків.

Погане: того ж року австралійська секція надіслала листи тисячі покупців, які замовили поштою шерстяні покривала. Відповіла одна людина. Було важко зрозуміти, як зацікавити людей інтересами AI.

Гарне та погане визначення мети

Збір пожертв під час залучення нових членів

У 1995 р. новозеландська секція провела залучення нових членів до кампанії - телефоном. Вони обдзвонили приблизно 46 000 людей і попросили пожертвувати 25 новозеландських доларів. До організації приєдналися 1 768 нових прибічників, котрі зробили пожертви, що в середньому становили 27,11 новозеландських доларів. Члени секції вірять, що прохання про певну суму грошей зробить внесок успіх кампанії.



Навіть коли рекламні агенції пропонують пожертвувати всю працю та послуги безкоштовно, вартість матеріалу та обладнання для виготовлення телевізійного ролика та радіореклами може швидко вичерпати ресурси. Більше того, неоплачувані ресурси можуть обмежувати ваш контроль над тим, що створює агенція.



Навіть за місяців підготовки, витрат та організації, має бути продано майже 80 відсотків квитків, щоб концерт став прибутковим, тобто джерелом пожертв.

У цілому на спеціальному заході незначний збір пожертв – це чудово. Такі події, як обіди, вечори кіно або відео та музичні вистави можуть бути значним джерелом надходжень коштів до груп AI. Вони також можуть підвищувати авторитетність AI та кампанії у суспільстві.

Координатори кампаній можуть заохочувати групи організовувати невеличкі заходи зі спеціальною темою кампанії:

- Протягом кампанії збору пожертв у

країні можуть бути організовані обіди, де представлятимуть кухню обраної країни.

- Заходи можна назвати «кампанія в країні», а лозунг та логотип кампанії можуть з'являтися в усій літературі та рекламі, що асоціюється із заходом.
- Може бути організований спеціальний концертний вечір, де звучатиме музика країни.
- На заходах можна провести лотерею з призами, що походять із обраної країни.

Але будьте обережні, щоби не скласти враження, що всі гроші із заходу підуть тільки на кампанію (якщо вони дійсно підуть). Нагадайте групам оцінити подію: що спрацювало, а що їм необхідно зробити інакше наступного разу.

Секція AI в Канаді (англомовна) підготувала чудовий всеохоплюючий посібник для організації спеціальних заходів, який вони будуть раді надіслати іншим за потреби.

Методи консолідації зусиль

Головний шлях формування зобов'язань AI та можливість для її прибічників дістатися до верхівки піраміди підтримки – це постійне спілкування, включаючи особистий контакт. Це означає, що необхідно звітувати прибічникам про результати кампанії, включаючи хороші нові історії людей, яким допомогли. Дайте людям можливість знати, що вони допомагають, щоби відчути різницю!

Для розвитку постійного спілкування із тисячами прихильників, які становлять базу підтримки, використовують такі техніки :

- Пряма поштова розсилка
- Постійні схеми пожертви
- Топ-клуби прихильників
- Телемаркетинг
- Спадок та заповіти

ханнями заохочують знову пожертвувати. Насправді дуже ефективно, коли листи поєднуються з кампанією: коли вони базуються на конкретних теперішніх кампаніях.

Варто зробити перевірку, щоби побачити, чи ці заклики можна підсилити, наприклад, листівкою, що можна надіслати уряд. Така перевірка, зазвичай, передбачає вкладання половини листівки до листа і половини вкладишу - кодування талона. Так ви зможете побачити, яка половина забезпечує більші пожертви.

Знову ж таки, кампанія потребує персоналізації з допомогою використання історій тих випадків, за якими відбулися зміни.

Деякі секції AI 6 разів за рік з успіхом надсилали листи своїм прибічникам з проханням про пожертви. Вірогідність змістовної відповіді варіюється від 6 до 14 відсотків на кожен окремий лист.

Такі заклики також забезпечують можливість отримувати зворотну інформацію, чого досягла організація, та розвивати знання прихильників і відданість AI.

За кожен пожертву має бути висловлена подяка, якщо можливо, листом з подякою. Деякі організації успішно використовують лист з подякою, щоби отримати майбутню пожертву. Деякі дякують у телефонній розмові за великі пожертви.

Пряма поштова розсилка

Пряма поштова розсилка – це важливий спосіб для відновлення та отримання підтримки. Якщо люди приєднались або зробили пожертву раз, потім їх знову про-

Постійні схеми пожертви

Пряма поштова розсилка може також використовуватися для заохочення прихильників робити пожертви регулярно – переважно автоматично. Це забезпечує велике зростання рентабельності, економію при наданні допомоги і т.д. Цей рівень відданості служить ще одним кроком до верхівки донорської піраміди. Досвід AI показує, що люди, які віддавали приблизно 40 доларів пожертв щороку, можуть бажати віддавати 10 доларів щомісяця – потроюючи свої пожертви. Якщо так відбувається через механізм автоматичного перерахунку коштів або зменшення суми на кредитній картці, то це може тривати рік за роком, забезпечуючи стабільне джерело прибутку за незначні витрати.

Топ-клуби прибічників

Для заохочування симпатиків перейти до іншого рівня донорської піраміди деякі секції AI та інші організації створюють спеціальні схеми, щоб заохотити людей збільшити їхню підтримку. Такі речі часто відомі як донорські клуби, такі як «Партнери совісті», де люди можуть платити набагато більше щомісяця або щороку.

Розумно визнавати цих людей, що вони зможуть оцінити. Це може бути гарна нагрудна відзнака або зустріч з директором. Це може бути просто телефонний дзвінок з особистою подякою або подарунок календаря AI наприкінці року. Коли прийде час, щоби купувати цінні речі (такі як комп'ютерне обладнання), це саме ті люди, до яких можна звернутись.

Телемаркетинг

Секції використовували телемаркетинг, щоб залучити людей до спеціальних, постійних та особливих програм збору пожертв, а також щоби поновити підтримку. Організації з'ясували, що поєднання з прямою поштовою розсилкою є дуже ефективною технікою, наприклад, звичайна пошта, телефонний дзвінок та електронна пошта.

Вечір для AI

Ірландська секція провела дуже успішний концерт, коли виконавець Філ Коллінз запропонував провести додатковий вечір у своєму турі тільки для AI. Квитки на усі його інші концерти були розпродані, забезпечуючи хороший показник попиту. Уся головна організаційна робота вже була виконана, а решту, замість AI, взяв на себе організатор концертів.

Спадок та заповіти

На верхівці піраміди підтримки розташований спадок, що іноді називають заповітними пожертвами. Це дуже велике джерело прибутку. Багато секцій врятувались від фінансової кризи після своєчасного отримання спадку. Таким чином, це складний взаємозв'язок між активним пошуком коштів та їх отриманням, але прибічники організації повинні знати, що така можливість відкрита для них.

Важливо те, що впродовж того періоду, коли прихильники піднімалися на вершину піраміди, вони розвивали все тісніші взаємини з AI. Люди не будуть підніматися на верхівку піраміди, доки вони не відчують, що AI відповідає їхнім потребам. Наші прибічники мають вибір. Отже, вони легко можуть віддати пожертву іншим організаціям, якщо ми не вважаємо ті проблеми, які їх хвилюють, важливими або не інформуємо їх про наші інтереси так, як вони це вважають за потрібне. Тому важливо розвивати розуміння нашими прибічниками питань, які стосуються прав людини та того, як робота AI допомагає у вирішенні проблем дотримання прав людини.

Інші засоби

Секція США значно збільшує капітал через трасти та щорічні ренти. Багато податкових систем пропонують стимули для здійснення пожертв таким організаціям як AI. Це варте дослідження.

“

Зростає співпраця між програмами мерчандайзингу в секціях. Дизайн деяких продуктів, таких як листівки та футболки, є загальним. Для підготовки будь-якої великої кампанії проконсультуйтеся з іншими секціями (такими як французька, голландська, австралійська або британська, у яких діють великі програми мерчандайзингу), щоб перевірити, чи є в них відповідний дизайн, який ви можете використати.

Ефективним шляхом спілкування з членами служить комп'ютерна база даних, що дозволяє записувати основну інформацію, таку як ім'я та адреса, як і коли люди зробили перший внесок, і як багато вони пожертвували. База даних робить можливими багато форм збору пожертв.

Існує багато доступних комерційних комп'ютерних баз даних, хоча деякі секції AI створили свої власні бази даних. Можна спитати поради з цього питання у МС.

База даних збору пожертв

Стала стратегія

AI повинна викладати всі свої види діяльності в одному плані, який потім можуть реалізувати різні (спеціалізовані) штатні працівники та добровольці. Спільне планування на цій стадії може запевнити, що існує злагоджений вибір часу для усіх видів діяльності, що сприяє максимальному результату.

Одна із головних пасток під час збору пожертв – це створення організації на дуже вузькій основі (з одного чи двох джерел надходжень). Одного дня вони можуть припинити існування. Це може статися несподівано, особливо в теперішніх нестабільних умовах.

Гарна стратегія збору пожертв повинна шукати способи різноманітного спектру акцій для збору пожертв та мати впевненість у тому, що вони стабільні, а не одноразові. Плануйте розвиток вашої структури обережно – так, щоб за такі кілька років ви знали, яку техніку ви підтримуватимете, від якої відмовитися, та які нововведення ви будете розвивати.

Головна частина цієї стратегії – це знати, які ресурси вам необхідні на наступні роки для збору пожертв, і які люди будуть виконувати роботу. Ріст без належної структури, зазвичай, обертається поразкою.

Коли ріст припиняється, існування високих фіксованих витрат (таких як персонал) швидко «з'їдає» невеликі запаси. Тому секції, які повинні інвестувати додаткові кошти у збір пожертв, щоб повернути свою втрачену силу, вважають нелегким завданням забрати ці кошти з програмної діяльності. Розуміння взаємозалежності між збором пожертв та проведенням кампаній може зробити легшим відновлення їхньої позиції.

Розвиток стратегії збору пожертв дуже схожий з розвитком стратегії кампанії. Перегляньте вашу теперішню ситуацію, відповідаючи на деякі головні питання.

П'ять кроків до успіху

- Популяризація AI та збільшення кількості прибічників
- Запрошення нових прибічників та забезпечення їх участі та підтримки AI
- Відновлення підтримки
- Підтримка відданості
- Ефективні адміністративні процедури

? ЗАПИТАННЯ

- ❑ Яким набором видів діяльності щодо збору пожертв ви володієте? Яка економічна ефективність кожного з них?
- ❑ Яка частина надходжень йде від членів? Які результати різних видів діяльності збору пожертв? Як довго люди є членами? Чи заміняєте ви тих, хто йде?
- ❑ Чи можна замінити таких без негативного впливу на надходження? Який масштаб розвитку існуючих програм?
- ❑ Чи необхідні нові програми?
- ❑ Чи є у вас природне середовище AI, до яких було б найкраще спрямовувати заклики?
- ❑ Чи існують перепони для розвитку, такі як брак комунікаційної системи, недостатність банківської системи, негативний публічний імідж AI, урядові обмеження?
- ❑ Якими ресурсами (час і гроші) ви володієте для розвитку програм збору пожертв?

SWOT-аналіз, як вказано у першій главі, може допомогти у цьому завданні, як і декілька інших кроків.

- Узгодьте певні необхідні зміни. Розвивайте базу даних, додайте листи із закликами до поштових розсилок членами організації, забезпечте групи порадами щодо збору пожертв, залучіть фандрайзерів до планування.
- Сплануйте виконання. Хто має зробити, що і до якого часу?
- Контролюйте та оцінюйте. Чи працюють програми настільки добре, наскільки це можливо? Чому одне завдання провалилось чи, може, провалилось в одному місці, а в іншому було успішним?
- Виходьте із того, що ви маєте, та використовуйте одну програму або вид діяльності, щоб посилити іншу(ий).

Важливо постійно переглядати вартість пропорції прибутку за програмами збору пожертв. Деякі форми збору пожертв (такі як постійна схема пожертв) можуть мати пропорцію 1:10. Особливі заходи збору пожертв, ймовірно, мають пропорцію 1:2. Перший лист потенційним прибічникам або реклама можуть мати про-



Платіжна картка AI Visa була випущена у співпраці з Кооперативним Банком Об'єднаного Королівства. AI отримує 0,20 фунтів стерлінгів від кожних 100 фунтів стерлінгів витрачених з картки та 5 фунтів стерлінгів пожертви – з кожного нового рахунку.

Нова зброя для боротьби з утисками



порцію 1:0,75 (але дійде до пропорції 1:4 через рік, оскільки ці нові прихильники роблять додаткові пожертви).

Перед тими, для кого AI працює, а також перед своїми власними симпатиками,

вона зобов'язана звести витрати до мінімуму. Все більше й більше проводиться критичний аналіз цих витрат зі сторони. Якщо витрати не можуть бути підтверджені, це може мати руйнівний вплив на імідж та дієвість AI.

Наскільки поєднані ваші зусилля зі збору пожертв та проведення кампаній?

✓ Контрольний перелік

- ✓ Чи залучені фандрайзери та особи, відповідальні за кампанії, до процесу стратегічного планування в секції?
- ✓ Чи залучені люди, відповідальні за збір пожертв, до дискусій з планування дій, мозкових штурмів, тощо?
- ✓ Чи додається заклик приєднатись або пожертвувати до кожної частини матеріалу кампанії?
- ✓ Чи містять плакати вашої кампанії вашу адресу та номер телефону?
- ✓ Чи зображає ваш матеріал збору пожертв та кампанії сталий образ?
- ✓ Чи включили ви практичні пропозиції та поради збору пожертв до наборів вашої кампанії для місцевих груп?
- ✓ Чи підвищуєте ви профіль вашої кампанії у важливі моменти року для закликів щодо збору пожертв?
- ✓ Чи робите ви заклики до збору пожертв, щоб отримати користь від кампаній високого рівня або після того, як порушення прав людини отримує широкий розголос?



Якщо ваша кампанія висвітлюватиметься у новинах, то лист прибічникам, що ілюструє туж саму кампанію, буде спиратися на їхнє сприйняття події. Більш вірогідно, що такий лист надасть їм відчуття, що вони становлять частину успішної організації. Таким чином, вони ймовірно нададуть свою підтримку.



Така невеличка річ, як закладка, може поширювати повідомлення кампанії читачам і надавати талон для приваблення нових членів.

30 personnes comptent sur vous.
Trente hommes, femmes et enfants emprisonnés, torturés, exilés ou starués par d'autres hommes. Pour les sortir de l'ombre, Amnesty a besoin de vous.

Voilà ce que vous pouvez faire: découper le bon sous ce signal et appelez le 077/3 45 6 7 8*. Nous vous ferons parvenir une affiche, des autocollants et des cartes postales à expédier pour exiger le respect de leurs droits. Avec votre aide, Amnesty peut sauver trente personnes à la fois. Participez. Sortez-les de l'ombre.

Amnesty International
9 rue Dierckmann - 1050 Bruxelles
(077) 3 4 5 6 7 8
*Pour plus d'infos: N° INFOCROQUE
(0,35 F/20 sec.)




SORTEZ-LES DE L'OMBRE.

Amnesty International

A remplir et à envoyer à Amnesty International - rue Dierckmann 9 - 1050 Bruxelles

Nom _____ Prénom _____

Adresse _____

Code Postal _____ Localité _____

Age _____ Profession _____

Envoyez moi les cartes à sortir en Belgique
 un talon pour devenir membre d'Amnesty
 un talon pour être un don à Amnesty

Допомога у зборі пожертв

Допомога забезпечується МС, Директором міжнародного збору пожертв. Також під рукою знаходиться Робоча група зі збору пожертв (РГЗП), спеціаліст підкомітету Міжнародного виконавчого комітету АІ. РГЗП має представника, що охоплює кожен регіон та ресурсну групу фандрайзерів, які надають проводять різноманітні експертизи. До усіх цих людей можна звернутись за порадою та допомогою у зборі пожертв - телефоном, факсом або електронною поштою, а деякі кошти виділяють для відвідувань секцій.

РГЗП публікує інформаційний бюлетень зі збору пожертв Direct Communication. Поінформуйте голову РГЗП, чи бажаєте ви бути у списку розсилки.

РГЗП заохочує фандрайзерів ходити на семінари АІ зі збору пожертв. Вони можуть повідомити вам, де і коли буде найближчий семінар.

Найлегший шлях добре ознайомитись зі збором пожертв – це приєднатися до місцевих неурядових організацій, благодійних організацій або організацій зі збору пожертв, отримувати їхні листи та закликати про пожертви та спробувати їхні ідеї для АІ.

Міжнародні правозахисні стандар- ти та організації

Міжнародні правозахисні стандарти та угоди вимагають від урядів звітувати, як один перед одним, так і перед регіональними та світовими міжурядовими організаціями (МУО). AI та інші організації несуть велику відповідальність за те, щоби впевнитися, що уряди це роблять. МУО та міжнародні правозахисні стандарти дуже важливі для кампаній AI за певними темами та як частина конкретних стратегій у певній країні. AI завжди посилається на міжнародні стандарти та шукає шляхи для їхнього посилення та покращення. Вона також лобіює міжнародні організації, щоб популяризувати та захистити права людини, та намагається забезпечити здатність та результативність їхньої роботи із захисту прав людини.

“

Неурядові організації відповідальні за пильний нагляд за системою, яку вони допомогли встановити. Варто очікувати, що вони можуть і мають утворюватися, щоби служити захисту прав людини та виконувати дії, передбачені статутном ООН».

**Гелена Кук,
колишній дирек-
тор Програми
для юридичних
та міжнародних
організацій у
Міжнародному
секретаріаті.**

Зміст

- Міжнародне законодавство з питань прав людини / 91
- Глобальні та регіональні стандарти з питань прав людини / 91
- Стандарти з конкретних тем у сфері захисту прав людини / 92
 - Установи ООН, що займаються питаннями прав людини / 92
 - Регіональні міжурядові організації / 97
- Важливість міжурядових організацій / 98
- Важливість міжнародних стандартів з прав людини / 98
- Зміцнення міжнародної правозахисної мережі / 99
- Використання міжнародної правозахисної мережі / 99

Міжнародне законодавство з питань прав людини

У 1993 р. Всесвітня Конференція ООН із захисту прав людини у Відні підтвердила, що держави мають поважати усі права, які містяться у Всесвітній декларації прав людини (ВДПЛ). ВДПЛ та інші міжнародні інструменти рівня ООН та регіональних МУО визначають обов'язки держав щодо захисту та популяризації прав людини в межах країни та у міжнародному масштабі. Віденська Конференція підтвердила також, що права людини – це не просто місцеве поняття окремих національних держав. Угоди (такі як, Конвенція проти катувань та іншого жорстокого, негуманного або принизливого ставлення чи покарання) включають зобов'язання держав запобігати та припиняти порушення прав людини та створювати механізми для міжнародного моніторингу, звітування та відповідальності.

Особливим правам, закріпленим у ВДПЛ, надано більш детального та часто правового характеру в декількох міжнародних та регіональних стандартах. Ці стандарти

мають форму декларацій, договорів, протоколів та інших інструментів. Вони забезпечують правову структуру для захисту прав людини в усьому світі.

Деякі з цих стандартів призначені для захисту людей від зловживань, таких як дискримінація, геноцид, катування або рабство. Інші призначені, щоби захистити членів особливих груп, таких як біженці, жінки та діти. Треті стосуються певних проблем, таких як свобода інформації, голод та мирне використання технологій. Багато із цих стандартів юридично випи-сані, а також були визначені механізми для їхнього зміцнення.

Тільки деякі з цих стандартів або окремі пункти у них стосуються мандату АІ. Корисно їх використовувати, коли робиш заклики. Але від членів АІ не очікують, щоби вони були експертами в цих стандартах, хоча необхідно мати загальне уявлення про стандарти, що стосуються нашої роботи.

Глобальні та регіональні стандарти з питань прав людини

Корисні терміни в міжнародному законодавстві

- Декларація: загальне затвердження принципів, що, доки не обов'язкові юридично, можуть мати значні повноваження.
- Конвенція/ Пакт: формальний, юридично обов'язковий договір або угода між суверенними державами.
- Протокол: формальна, юридично обов'язкова угода між суверенними державами, що, зазвичай, служить доповненням до іншого договору або угоди.
- Ратифікація або приєднання: Рішення суверенної держави пристати до договору або угоди та бути зв'язаною їхніми положеннями.
- Держава-учасник: країна, уряд якої затвердив або приєднався до договору або угоди та є юридично зобов'язаним виконувати їхні положення.
- Підписання: вираження суверенною державою її наміру утриматися від дій, що скасують мету договору або угоди та наміру затвердити або приєднатись до угоди у майбутньому.
- Всесвітня декларація прав людини: ухвалена Генеральною Асамблеєю в 1948 р. Це не угода, але більшість її гарантій стали настільки впливовими, що їх вважають обов'язковими для всіх держав, як звичайний міжнародний закон.
- Міжнародний пакт з економічних, соціальних та культурних прав (МПЕСКП): набув чинності з 1976 р. і захищає, наприклад, права створювати профспілки та права на харчування, здоров'я та освіти.
- Міжнародний пакт з цивільних та політичних прав (МПЦПП): набув чинності з 1976 р. і захищає, наприклад, право не бути свавільно позбавленим життя або катованим; права на справедливий суд, свободу висловлення, свободу асоціації та асамблеї; право не страждати від дискримінації. (Перший) необов'язковий протокол визнав право особи на оскарження випадків, коли вона стала жертвою порушень МПЦПП, у Комітеті ООН з прав людини. Другий необов'язковий протокол скасував смертну кару.
- Американська конвенція з прав людини: набула чинності в 1978 р. і захищає переважно громадянські та політичні права.
- Африканська хартія з прав народів та людини: набула чинності в 1986 р.

і захищає громадянські та політичні права, а також економічні, соціальні та культурні права, а ще права деяких груп (такі як право на самовизначення). Майже всі члени Організації Африканської Єдності виступають сторонами цього договору.

■ Європейська конвенція з захисту прав людини та основних свобод: набула чинності в 1953 р. та захищає громадянські та політичні права. Коли держава стає членом Ради Європи, вона повинна стати державою-учасницею цього договору.

Стандарти з конкретних тем у сфері захисту прав людини

Існує безліч договорів та інших стандартів, що захищають, зокрема, вразливі групи або стосуються окремих зловживань. Деякі приклади таких особливих стандартів:

■ Обрані договори ООН;

- Конвенція проти катувань та іншого жорстокого, негуманного або принизливого поводження (набула чинності в 1987 р.);
- Конвенція з ліквідації всіх форм дискримінації жінок (1981 р.);
- Конвенція з прав дитини (1990 р.);
- 1951 Конвенція, що стосується статусу біженців (1954 р.).

■ Вибрані декларації ООН та інші стандарти не на основі договору

- Запобіжники, що гарантують захист прав тих, кому загрожує смертна кара (ухвалена у 1984 р.);
- Декларація права на розвиток (1986 р.);
- Кодекс принципів захисту усіх людей, що потрапили під будь-яку форму ув'язнення або ізоляції (1988 р.);
- Головні принципи використання сили та вогнепальної зброї офіцерами правоохоронних чи силових органів (1990 р.);

- Декларація із захисту всіх людей від насильницького зникнення (1992 р.);
- Декларація ліквідації насильства щодо жінок (1993 р.).

Установи ООН, що опікуються питаннями прав людини

■ Комісія з прав людини

Комісія з прав людини – це головний орган ООН з прав людини. Вона може мати справу з будь-яким аспектом прав людини. Це міжурядовий або політичний орган, що означає, що дипломати на зборах комісії представляють свої уряди. Комісія складається з 53 держав, що обирають кожні 4 роки. Вони зустрічаються у Женеві на 6 тижнів щороку у березні-квітні. НУО, такі як AI, котрі мають консультативний статус в ООН, можуть бути присутніми на зборах комісії та робити письмові або усні заяви. Цей доступ дозволяє НУО лобіювати уряди на зборах комісії. Стандарти дії комісії можуть включати:

- Ухвалення резолюції осуду або занепокоєння.

Комісія може вимагати конкретної дії від уряду, причетного до питання. Це може



Підказки

Важливі моменти року

Березень/квітень

Лобіювання навколо нинішньої сесії комісії ООН з прав людини. AI посилює свою присутність у Женеві протягом засідання комісії. Досвід показав, що тісний контакт з секціями може дозволити виконати важливе негайне лобіювання та проведення кампанії з урядами.

Серпень/вересень

Лобіювання для наступної сесії Генеральної Асамблеї ООН.

Вересень/жовтень

Лобіювання для сесії комісії ООН з прав людини. Комісія ООН з прав людини зустрічається протягом 6 тижнів з середини березня. Багато урядів починають обговорювати свої позиції в країнах та теми, що були на порядку денному комісії на попередніх засіданнях вересня/жовтня.

- Аналіз виявляє пробіли в існуючих стандартах з прав людини або нестачу механізму для підкріплення стандартів.
- Проконсультуйтеся з експертами, іншими НУО, особами, що пройшли через конкретні порушення їхніх прав, та вирішіть, які реформи необхідні.
- Проведіть кампанію, щоб переконати уряди погодитися на реформування та зміцнення стандартів та механізмів.
- Проведіть кампанію, щоби забезпечити підзвітність уряду за більш вимогливим стандартом через новий, ефективний механізм.
- Оцініть та проаналізуйте дієвість, запропонуйте покращення і т.д.

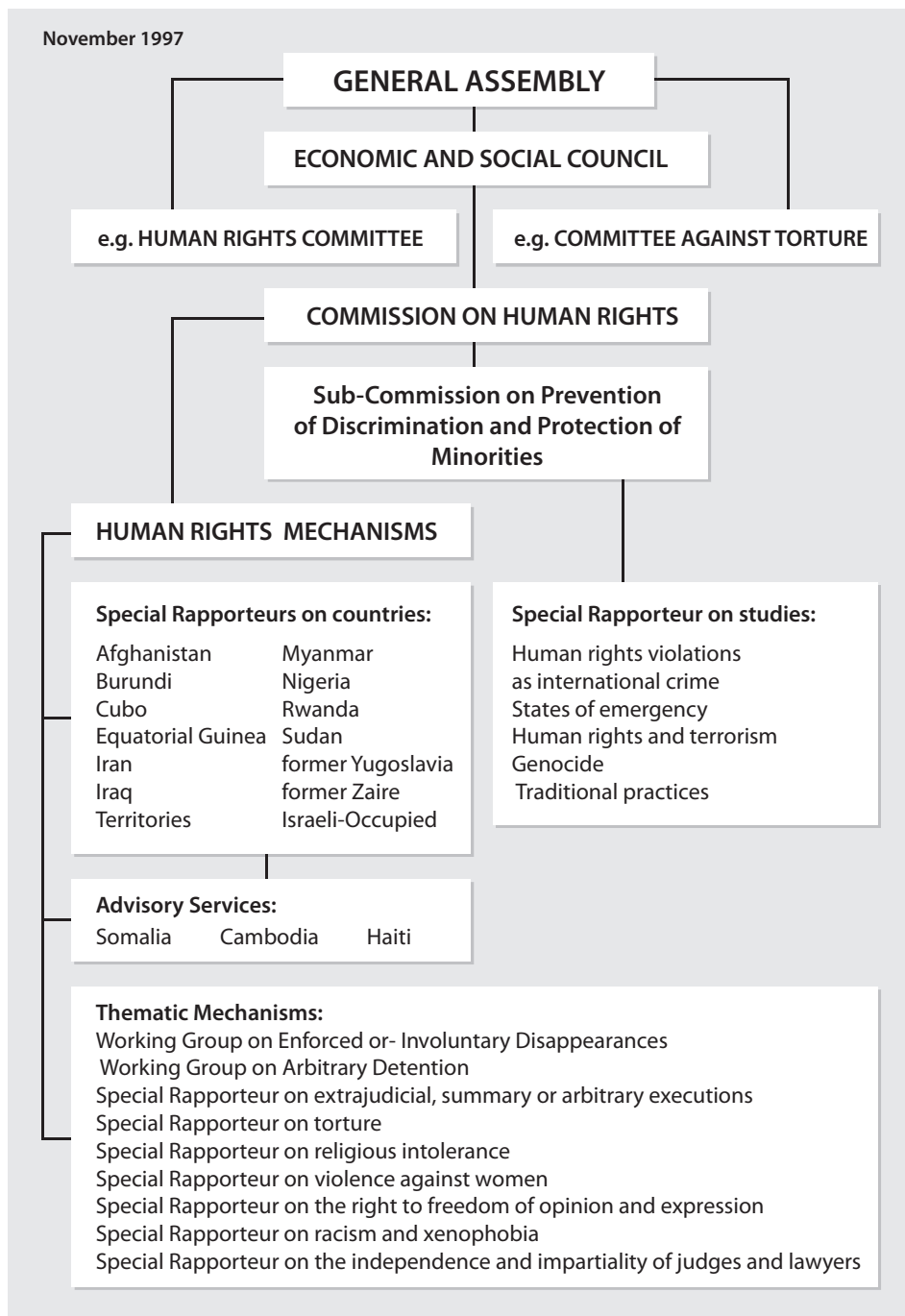
Це безперервний процес, який від початку до кінця може зайняти багато років.

Приклад процесу стратегії AI щодо певної теми

“

«Неурядові організації відповідальні за пильний нагляд за системою, яку вони допомогли встановити. Варто очікувати, що вони можуть і мають утворюватися, щоби служити захисту прав людини та виконувати дії, передбачені статуттом ООН».

Гелена Кук,
колишній директор
Програми
для юридичних
та міжнародних
організацій у
Міжнародному
секретаріаті.



включати необхідність для держави запросити тематичний механізм (такий як спеціальний доповідач з катувань) щоб провести розслідування. Резолюція може містити сильну критику.

● **Призначення спеціального доповідача (щодо певної країни).**

Доповідач уповноважений розслідувати порушення прав людини у країні, доповісти про це на наступній сесії комісії та рекомендувати, що необхідно зробити. Вони узгоджуються резолюцією та є найсильнішою дією, що може бути реалізована. Комісія складається з представників уряду та може виявити, що важко стимулювати політиків виконувати необхідні дії. Також відчувається недостатність повноважень на здійснення впливу. Уряди йдуть на серйозні заходи, щоб уникнути

публічних санкції, показуючи, що ці публічні зауваження можуть бути ефективним джерелом тиску.

● **Створення тематичних експертів (спеціальних доповідачів та робочих груп).**

Багато років комісія призначала індивідуальних експертів (спеціальні доповідачі) або групи експертів (робочі групи) для зосередження на окремих темах. Існують тематичні експерти (або механізми) з таких питань, як катування, позасудові страти, «зникнення», свавільні затримання, насильство щодо жінок, незалежність судової системи, релігійна нетолерантність, особи, переміщені всередині країни, та розвиток. Більшість здійснюють візити на місця для розслідування зловживань, якщо уряд дозволяє їм роби-

ти це в країні. Ці звіти публічні та можуть містити детальні рекомендації щодо змін законодавства та практики. Деякі експерти також надсилають термінові гуманітарні скарги в окремих випадках на основі звітів, які вони отримують від НУО, таких як AI. У своїх щорічних звітах, наданих комісії, вони також роблять загальні рекомендації, як світ має долати окремі порушення. AI часто переконує, що комісія повинна вживати заходи, коли її власні тематичні експерти (або експерти країни) викривають порушення у країні. Звіти експертів доступні в інформаційних офісах ООН в усьому світі або на веб-сайтах ООН в інтернеті (див. зліва). До експертів безпосередньо звертається МС, а не секції.

● Розробка нових стандартів з прав людини та освіти.

Багато договорів та інших стандартів ООН з прав людини складаються робочою групою комісії, де представники уряду обговорюють умови тексту. В більшості випадків НУО також можуть висловлюватися та брати участь у діяльності робочих груп. Часто ініціатива створення нового стандарту йде від НУО, що відшукуює державу для його розробки та запровадження до системи ООН. Іноді комісія проситиме про освітні заходи з певних тем перед ухваленням рішення.

● Підкомісія із запобігання дискримінації та захисту меншин.

Члени комісії обирають також 26 експертів, що складають підкомісію. На відміну від комісії, ці експерти мають бути незалежними та не представляють жодного уряду, хоча на практиці їхня незалежність дуже різна. Головна функція підкомісії

– вивчати теми, такі як безкарність, держави критичного становища або компенсація для жертв. Деякі з їхніх досліджень підштовхують комісію затвердити нові стандарти або встановити новий механізм щодо вирішення окремих проблем. НУО можуть спостерігати та висловлюватися на засіданні підкомісії, як і на засіданні комісії. Члени підкомісії зустрічаються у Женеві щосерпня.

■ Верховний комісар з прав людини.

Головною фігурою з прав людини в ООН є верховний комісар з прав людини, що призначається Генеральним секретарем ООН терміном на 4 роки. Мері Робінсон, колишня президент Ірландії, стала Верховним комісаром у вересні 1997 р.

Офіс Верховного комісара з прав людини у Женеві забезпечує експертну та адміністративну підтримку для програми ООН з прав людини, включаючи органи договору, механізм щодо вирішення окремих проблем, безпосередні дії із захисту прав людини та комісію з прав людини.

Верховний комісар може бути дуже впливовим, якщо висловлюється проти порушень прав людини в окремих країнах та на підтримку нових стандартів з прав людини. Він може відвідувати країни, щоб переконати уряд співпрацювати з ООН та покласти край порушенням. Він може робити практичні кроки, такі як пропозиції надання технічних та консультативних послуг уряду, щоби допомогти змінити закон та проводити навчання службовців або безпосередньо діяти на захист прав людини, так, як це було у Бурунді, Руанді та Колумбії.



Корисні веб-сайти

Про ООН:
<http://www.un.org>

Про всі організації ООН (французькою та англійською):

<http://www.unsystem.org>

Про Європейський суд з прав людини (французькою та англійською):

www.dhcour.coe.fr

Робота AI з МУО направлена на те, щоб:

- Зупинити та запобігти порушенням в окремих випадках (наприклад, велику кількість випадків AI відсилає тематичним та іншим механізмам);
- Зупинити та запобігти схемам порушення в країнах;
- Зробити законодавство з прав людини більш могутнім інструментом для правозахисного руху (встановлення стандарту) та підсилити здатність інституцій МУО щодо захисту прав людини (створення установ);
- Здійснити вплив міжнародних доповідей на дотримання прав людини (наприклад, щодо універсальності прав людини).

Крім того, робота AI з МУО:

- Підкреслює, що права людини – це належний предмет міжнародного контролю, та що окремі уряди відповідальні за свої дії;
- Забезпечує те, що окремі особи та НУО визнані частиною міжнародного суспільства та відіграють належну роль у контролі за діяльністю уряду в поширенні та захисті прав людини;
- Забезпечує майбутніми можливостями для контакту з урядами;
- Дозволяє AI пропонувати експертизу та пораду іншим НУО, що не мають таких джерел або доступу до них.

Робота AI з міжурядовими організаціями



Деякі члени Комісії з прав людини міняються щорічно. Важливо знати, чи ваш уряд є членом комісії, оскільки це, ймовірно, може надати додаткового впливу щодо певних ситуацій з прав людини.

Верховний комісар виконує важливу роль, щоби переконатися, що інші установи ООН (котрі мають справу з розвитком, гуманітарною допомогою, підтриманням миру або правами жінок), інтегрують права людини в свою власну роботу, а не залишають всі питання на розгляд офісу Верховного комісара.

■ Органи контролю за виконанням угод

Деякі угоди з прав людини мають групу експертів (яка називається орган контролю виконання угод), що контролює, як держави-учасниці виконують свої обов'язки згідно з угодою. Більшість з них зустрічаються 2 або 3 рази на рік у Женеві або у Нью-Йорку приблизно на 2 тижні. Експерти обираються державами, що затвердили певну угоду та не призначені представляти жоден уряд.

Кожні 4 або 5 років держави-учасниці мають відправляти звіт експертам, демонструючи, як вони виконали певну угоду. Контролюючий орган перевіряє звіт, опитує представників уряду на зустрічі та робить висновки (зазвичай, письмово), які зміни уряд має зробити. НУО, такі як AI, часто надають детальну інформацію та поради, щоби допомогти експертам проїти опитування. Якщо рекомендації хоро-

ші, НУО можуть потім провести кампанію з їхнього залучення. НУО також часто помічають, що багато держав-учасниць надсилають звіти дуже пізно або зовсім не надсилають їх.

Все більше і більше контролюючих органів вживають заходи між сесіями, щоби відреагувати на термінові ситуації, включаючи вимогу термінових звітів або вчинення негайного тиску на уряд. Деякі з контролюючих органів також роблять загальні коментарі щодо можливого трактування угоди. Це може бути впливовим моментом у розумінні, що зобов'язання означають на практиці.

Деякі з контролюючих органів:

- **Комітет з прав людини має 18 експертів та контролює МПЦПП.** Члени зустрічаються 3 рази на рік у Женеві або Нью-Йорку. Коли держави затвердили (перший) необов'язковий протокол МПЦПП, особи можуть подавати скарги комітету щодо порушень урядом їхніх прав за МПЦПП.
- **Комітет з економічних, соціальних та культурних прав** також нараховує 18 членів і контролює МПЕСКП. Право подання особистої

Робота над новим механізмом захисту прав людини

Глобальна кампанія AI, спрямована проти катувань та постійне залучення нових членів були головним фактором під час затвердження Конвенції ООН проти катувань. Кампанія залучала місцеві групи AI, які працюють над індивідуальними випадками, написанням листів урядам, лобіювання діяльності членів секції, відповідальних за кампанії, громадську роботу щодо урядів і лобіювання та забезпечення багатьох зустрічей експертизою МС.

Прикладом впливу AI була кампанія затвердження посади Верховного комісара з прав людини напередодні та після засідання Світової конференції ООН з прав людини у Відні в 1993р.

1992 р.

AI забезпечила аналізом недоліків існуючої системи захисту прав людини та зробила пропозиції провести реформи, включаючи створення посади Верховного комісара.

Жовтень 1992 р.

Пропозиція була формально зроблена на підготовчій зустрічі Світової конференції в Африці. AI почала роботу з іншими НУО, щоби створити підтримку для неї.

Січень 1993 р.

Секції та МС лобіювали уряди Латинської Америки, і пропозицію схвалено підготовчою конференцією Латинської Америки.

Січень-червень 1993 р.

Секції лобіювали місцеві уряди, використовуючи лобістські зустрічі, публічні акції під час кампанії, роботу з іншими НУО та засобами масової інформації, щоби отримати підтримку для пропозиції.

Червень 1993 р.

Лобіювання та кампанія AI у головних містах та безпосередньо в ООН, а також тиск з боку інших НУО та головних урядів забезпечили підтримку ідеї у остаточному варіанті Віденської декларації.

Грудень 1993 р.

Потужне лобіювання та робота засобів масової інформації призвели до голосування про створення посади Верховного комісара з прав людини Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку.



© UN

© AI

петиції відсутнє, хоча зростає тиск щодо запровадження цього права.

- **Комітет проти катувань** має 10 членів та контролює конвенцію проти катувань. Члени збираються 2 рази на рік у Женеві. AI проводить кампанію для нового органу, що має бути пов'язаний із цим комітетом і буде перевіряти місця ув'язнення в усьому світі та робити рекомендації урядам, як запобігти катувань.
- **Комітет з прав дитини** контролює конвенцію з прав дитини. Це один із найбільш новаторських комітетів, що розвиває тісніші стосунки з НУО та здійснює візити на місця до держав-учасниць.
- **Комітет з ліквідації дискримінації жінок** налічує 23 експертів та проводить збори у Нью-Йорку для контролю Конвенції з ліквідації усіх форм дискримінації жінок.
- **Комітет з ліквідації расової дискримінації** складається з 18 експертів, що контролюють Міжнародну Конвенцію з ліквідації усіх форм расової дискримінації.

■ Інші політичні органи ООН

Інші політичні органи ООН також у різні способи працюють з правами людини. Генеральна Асамблея, що складається зі всіх 185 держав-учасниць ООН і збирається у Нью-Йорку, обговорює всю роботу ООН, від розвитку та контролю зброї - до зловживання наркотиками, біженців, морського законодавства та законодавства щодо відкритого космосу. Один з їхніх комітетів (третій комітет) має справу конкретно з правами людини.

Генеральна Асамблея може засуджувати порушення, призначати експертних дослідників та навіть реалізовувати конкретні дії. Саме Генеральна Асамблея створила посаду Верховного комісара, призначила експерта для спостереження за дітьми у збройних конфліктах та пра-

цювала згідно з пропозицією постійного Міжнародного кримінального суду. НУО не можуть висловлюватися або брати участь у діяльності Генеральної Асамблеї.

Роль Ради Безпеки – підтримувати міжнародний мир та безпеку, тобто запобігати війнам та припиняти їх. Вона складається з 5 постійних і 10 тимчасових членів. Рада Безпеки говорить, що вона не займається правами людини. Але на практиці багато її роботи стосується прав людини, включаючи засудження порушень законів війни, впровадження операцій, спрямованих на підтримку та відтворення миру, що містять елементи захисту прав людини, або створення двох спеціальних міжнародних трибуналів для колишніх Югославії та Руанди.

■ Спеціалізовані агенції ООН та інші агенції

ООН має декілька агенцій з децентралізованими безпосередніми повноваженнями в усьому світі, які все більше і більше працюють з проблемами прав людини. Робота офісу Верховного комісара з проблем біженців завжди включала захист біженців та прохачів притулку від повернення до країн, де вони можуть зустрітися з переслідуванням. Біженців завжди забезпечують їжею, охороною здоров'я та іншою практичною допомогою. Програма розвитку ООН (ПРООН) та Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ) все більше визнають, що їхня робота повинна включати допомогу в побудові інституцій у певній країні. А також гарантують дотримання законів, та використання їхнього голосу у просуванні поєднання стандартів з прав людини, які підтримують їхню роботу з розвитку. ЮНІСЕФ, наприклад, прямо говорить, що він працює, щоб забезпечити впровадження Конвенції з прав дитини. Робота AI переважно передбачає розвиток робочих стосунків з такими агенціями. Ви можете дізнатися більше про будь-які кампанії чи заходи, які ці агенції, можливо, проводили у вашій країні в їхніх офісах у вашій країні.



З правого боку: Елеонора Рузвельт з екземпляром Всесвітньої декларації з прав людини. Вона була головою комітету, що склав декларацію. Зліва направо) Хав'єр Перес де Куельяр, колишній генеральний секретар ООН, Томас Хаммерберг, колишній Генеральний секретар AI та Сурія Вікрамасінгх, колишня голова AI.



Головна тема кампаній AI часто зосереджена на міжнародній схемі захисту прав людини, як найбільш доречній для висвітлення прикладів порушень та невідповідностей та забезпечення міжнародної відповіді на них. Тому загальна мета таких кампаній – створити імпульс для нових, сильніших стандартів та механізмів.

Приклад стратегії МУО АІ в країні – Шрі-Ланка

- У 1980-х роках АІ дослідила та задокументувала систематичні «зникнення» у Шрі-Ланці.
- АІ та інші НУО подали на розгляд 12000 індивідуальних випадків до Робочої групи ООН з примусових зникнень, яка описала це у своїх звітах до Комісії ООН з прав людини як найбільшу кількість випадків, що мали місце в будь-якій країні.
- АІ та інші НУО провели кампанію для комісії, щоб вжити заходів, тому що їхні власні експерти зі «зникнень» документували таку серйозну проблему. Комісія закликала уряд Шрі-Ланки затвердити візити Робочої групи у країні.
- Робоча група (та АІ) відвідали Шрі-Ланку та надали детальні рекомендації щодо змін.
- АІ та інші НУО провели кампанію на наступних сесіях комісії для політичного тиску на уряд, щоб змусити його здійснити рекомендації. Це мало успіх щодо багатьох рекомендацій.
- Дослідження АІ показало, що зміни сприяли різкому зменшенню «зникнень».

Регіональні міжурядові організації

АІ виділяє важливі джерела для роботи з регіональними МУО, так само як і з ООН. Африка, уся Америка та Європа мають регіональні МУО з органами з прав людини. Хоча Близький Схід та Азія не мають схожих регіональних установ, що опікуються правами людини, в них є регіональні організації, на які може бути спрямована робота з проблем прав людини – як частина їхньої політичної роботи, роботи з безпеки та економічної роботи.

Організація Африканської Єдності (ОАЄ), Організація з безпеки та співробітництва в Європі (ОБСЄ), Рада Європи та Органі-

зація Американських Держав (ОАД), усі вони мають міжурядові та політичні органи, що зустрічаються хоча б раз на рік та здійснюють роботу організації. Вони часто стають головною мішенню, оскільки мають повноваження посилити роботу з прав людини в своїх МУО. Всі організації, крім ОБСЄ, мають хоча б деякі процедури для людей, що дають можливість вносити скарги про порушення їхніх прав урядами та неоднаково впливають. Судові системи з питань прав людини в ОАД та Раді Європи є найбільш розвинутими.

Експерти Африканської комісії з прав людини та народів та Міжамериканська комісія з прав людини, котрі обидві звітують політичним органам відповідно ОАЄ та ОАД, мають доволі широкі повноваження, щоб розслідувати ситуації в країні, відвідуючи певну країну та складаючи звіт. Рада Європи та ОБСЄ також мають парламентські асамблеї, які можуть бути корисним засобом створення підтримки та тиску на міжурядові структури.

Іноді, коли з'являється можливість, АІ робить своєю мішенню низку інших МУО, включаючи Британську Співдружність Націй, Франкомовні країни або саміти Великої сімки (G7), Організацію Ісламської Конференції та Рух неприєднання.

Існують тисячі інших МУО у світі. АІ зробила лише невелику кількість програм для роботи, але буде розробляти інші схеми, як тільки це виявлятиметься корисним для певної країни або тематичної роботи.



Ян Мартін (справа), колишній Генеральний секретар АІ, на засіданні ООН на зустрічі, що була організована АІ для сприяння ратифікації угод з прав людини, 1988 р.



Важливість міжурядових організацій

МУО – це урядові клуби. Більшість держав бажають бути частиною цих клубів. Вони можуть використовувати тиск різних типів, щоб робити своїх відповідальних осіб підзвітними перед правилами та духом організації.

AI присвятила багато зусиль, щоби дискусія та діяльність стосовно прав людини були важливим питанням порядку денного міжнародних організацій і щоб AI та інші НУО були присутні за столом переговорів, коли такі питання дискутують.

Спільні уряди залишаються одними із впливовіших акторів на міжнародній сцені з прав людини. Той факт, що це організації урядів, водночас є їх сильною стороною та слабкою стороною для AI.

Як організації урядів, вони можуть висловлювати міжнародні прагнення так само, та з такими самими повноваженнями, що й деякі інші інституції. Багато урядів у певному розумінні непокояться щодо критики їхніх відповідальних осіб у міжнародних організаціях. Іноді це трапляється через їхню національну самооцінку. Часом так відбувається через те, що вони хвилюються, що визнання їх порушниками на міжнародному рівні матиме економічні наслідки. Звідси впливає той факт, що AI та інші НУО досягали успіхів у переконанні урядів побудувати механізми, які активно привернуть таку критику відповідальних осіб. Це чудове досягнення.

Але той факт, що МУО перш за все включає уряди, означає, що дискусії дуже політизовані та підкорені взаємодії суперечливих економічних, культурних, безпекових та військових інтересів. Також може бути здійснено тиск, що має на меті досягнення компромісу та консенсусу щодо прав людини, який загалом приводить до бездіяльності чи злагоди, заснованої на нижчій, але слабкій, частині усього фундаменту.

Деякі МУО створили органи захисту прав людини, що послідовно пов'язані з AI. Але усі функції та сфери відповідальності МУО відповідні до роботи AI. Тому організація реалізує необхідні дії та лобює будь-яку

частину МУО у випадку необхідності.

Наприклад, хоча Рада Безпеки ООН не відіграє певної ролі у питанні прав людини, вона є центральною у стратегії кампаній AI в таких країнах, як Ангола, Боснія, Ірак, Лівія, Руанда та інших, де теми безпеки та війни пов'язані з порушеннями прав людини.

AI відкриває нові можливості, щоб впливати на думку уряду щодо прав людини в економічних та торговельних організаціях, таких як Азійсько-Тихоокеанська економічна співдружність (АТЕС), що не має статутів з прав людини або органів, які опікуються правами людини.

Стратегія AI стосовно МУО частково спрямована на те, щоб вони визнавали права людини у повному обсязі й в усіх аспектах, чи то у проведенні операцій підтримки миру, чи у визначенні правоохоронних чи безпекових стандартів, розвитку політики, економічної політики або політики щодо біженців. МУО також забезпечує AI величезним спектром вибору дій на регіональному рівні.

Одна з цілей роботи AI – це отримання за тверджень та резолюцій від МУО. Часто важко оцінити їхній вплив на схеми порушення прав людини. Одним із показників їхньої ефективності служить реакція урядів на таку критику. Інший – це обсяг дій, які деякі уряди здійснюють, щоб запобігти такій критиці.

ООН та інші механізми можуть на підґрунті своєї експертизи розробляти детальні рекомендації щодо дій, спрямованих на те, щоб покласти край порушенням. Ці рекомендації мають велику вагу, особливо коли їх додають до рекомендацій та кампаній AI та інших організацій. У деяких країнах можна побачити помітний спад порушень певного виду після ухвалення рекомендацій.

Інші галузі роботи МУО, які AI шукає для впливу, включають і місцеві місії, моніторинг прав людини, закулісні представництва, формальні розслідування та внесок у розвиток громадського суспільства.

Важливість міжнародних стандартів з прав людини

Перший заклик AI у газеті Observer ґрунтувався на двох статтях (18 та 19) ВДПЛ, що гарантували свободу совісті та висловлювання. Коли організація збільшила свій мандат, вона і надалі демонструвала, як практика, проти якої вона проводить кампанію, порушує стандарти прав людини, що були узгоджені на міжнародному рівні, чи проводила кампанію із затвердження нових стандартів, щоб усунути недоліки. Це важливо з таких причин:

- Показує, що цінності, які намагається підтримувати AI, є універсальними на відміну від поглядів однієї організації або культури. Це підкреслює незалежність та неупередженість AI.
- Міжнародні стандарти – результат тривалих переговорів між урядами, а отже, вони відтворюють правила поведінки, що затвердили самі уряди.

- Міжнародні стандарти встановлюють міжнародну практику застосування; деякі зі стандартів за певний час набирають статусу міжнародних законодавчих актів. Оскільки більшість урядів можуть бути визнані порушниками законів, стандарти можуть діяти щодо них, як обмеження поведінки.
- Міжнародні стандарти встановлюють широке поле для застосувань законодавства та практики, згідно з якими можна оцінювати національне законодавство та практику.
- Коли досягнуто згоди щодо стандартів, стало можливим зосередитися на міжнародній дискусії та дії щодо механізмів для підтримки та моніторингу їх дотримання.
- Міжнародні стандарти підкреслюють, що повага до прав людини – це не просто внутрішня справа будь-якого окремого уряду.

З цих та інших причин головною частиною стратегії АІ щодо кампаній мають бути розробка та посилення міжнародних стандартів. Вона послідовно проводила кампанію, наприклад, щоб смертну кару визнали порушенням прав людини в міжнародному законодавстві. Доказ, що це стає успішним, хай і поступово, можна знайти у зростаючій кількості урядів, які підтримують Другий необов'язковий протокол до МПЦПП, спрямований на скасування смертної кари у мирний час. Це допомагає протистояти аргументу деяких урядів, що смертна кара – це закон, та підняти питання, більш ніж правозахисне.

Але стандарти самі по собі – це лише один крок на тривалому шляху. Безсумнівно, головна мета – забезпечення поваги до стандартів з боку урядів. Тому АІ та інші організації витрачають багато енергії та ресурсів на розвиток дієвого міжнародного механізму для контролю за дотриманням урядами стандартів, які вони обіцяли підтримувати.

Зміцнення міжнародної правозахисної мережі

**Бакр Валі Ндіайє, Спеціальний уповноважений ООН з питань спрощених чи свавільних позасудових покарань.*

АІ почала працювати з ООН у 1964 р. АІ має формальний консультативний статус (II Категорії) з ООН (через Економічну та Соціальну раду – ЕКОСОС), затверджений у 1969 р. Це надає АІ формального міжнародного статусу і доступу та право приходити та виступати на відповідних засіданнях ООН.

АІ та інші НУО проводили потужну кампанію, а для кращого ефекту мають поширювати практичне трактування такого доступу та участі, щоб лобіювати дії в окремих країнах та вдосконалювати стандарти.

Була залучена кожна секція чи відділ АІ. Їхні дослідження ситуацій та моніторинг міжнародних організацій виявив, що порушення є і надалі, а також слабкості та можливості для роботи міжнародних ор-

ганізацій. Консультації з АІ, НУО та окремими експертами виявляють, які потрібні зміни, які уряди необхідно переконувати в необхідності дій. Кампанія членів АІ в секціях переконала уряди підтримати пропозиції АІ.

Знання механізму ООН та проведення експертизи дало змогу АІ отримати користь від можливостей розвитку стандартів. Це також дозволило не залишатися осторонь загроз існуючим та запропонованим стандартам.

АІ і надалі допомагає підтримувати встановлений механізм, лобіюючи ресурси та забезпечуючи інформацією про права людини. Принаймні один доповідач публічно заявив, що три чверті інформації він отримав від АІ.*

Використання міжнародної правозахисної мережі

ООН та регіональні МУО об'єднані для стратегії АІ у багатьох країнах і їхня потенційна роль та вплив завжди розглядали під час підготовки стратегії у певній країні.

У ситуаціях, коли держава ослабла або втратила ефективний контроль, МУО можуть бути найважливішими органами, що впливають на права людини. У багатьох краях, регіональні МУО відіграють все важливішу роль. Отже, АІ працює, щоб впевнитися, що їхнє лобіювання та інші

кампанії цих МУО координуються між членськими структурами у цих країнах.

Спочатку АІ зв'язується з ООН та регіональними МУО через офіси МС у Лондоні, Нью-Йорку та Женеві. Стратегії для реформи міжнародної системи також координує МС. Завдяки координаційній функції МС, секції не мають наближатися безпосередньо до штаб-квартир секретаріату, головних фігур, таких як Верховний комісар з прав людини або інституцій, таких як контрольні органи та тематичні

експерти. У Брюсселі є окремий офіс Європейського союзу (ЄС), який відповідає за відносини АІ з ЄС і звітує перед секцією АІ.

Хоча відносини АІ та МУО – це відповідальність МС, секції АІ відіграють важливу роль у цій сфері роботи. Перед зустрічами (такими як сесії Генеральної Асамблеї ООН та Комісії з прав людини) секції піднімають інтереси АІ перед власними представництвами країни на цих зустрічах. Окремих членів АІ часто просять взяти участь у зустрічах міжурядових інституцій у якості представників руху АІ.



Підказки

▣ З'ясуйте, до яких міжнародних органів належить ваш уряд

Корисно знати, до яких міжнародних органів належить ваш уряд, наприклад, до Ради Безпеки ООН, Комісії ООН з прав людини і т.д. У Генеральній Асамблеї ООН та інших органах усі уряди отримують один голос. Керівники цих різних міжнародних органів чергуються за країнами і можуть забезпечувати нові можливості для кампаній.

▣ Сесії Комісії з прав людини для нових членів

Якщо ваш уряд недавно став або планує стати членом комісії вперше, ваша секція має запропонувати провести освітню сесію для посадових осіб на тему: як працює комісія. Це навчання може включати питання інтересів АІ та статусу МУО в комісії. Попросіть МС про допомогу.

▣ Медіа-брифінг для журналістів

Якщо ви вважаєте, що публічний тиск може переконати ваш уряд обійняти позитивну позицію у МУО, або якщо ви хочете досягти розголосу для ситуації з прав людини у певних країнах з допомогою дискусії, вам необхідно провести брифінг для журналістів. Зустрічі ООН та інших МУО не дуже «дружні до журналістів». Тому важливо добре подумати про журналістів, яких ви хочете запросити, та як ви хочете представити проблеми, щоб вони були цікавими та доречними для публіки.

▣ Інтегруйте роботу МУО у стратегію кампанії

Під час формування національної стратегії кампанії АІ в різних країнах перевірте документи/циркуляри кампанії, щоби

Секції часто отримують прохання про лобювання дій МУО перед їхнім урядом, що становить частину миттєвої відповіді АІ на збройний конфлікт або кризу у сфері прав людини.

В цілому АІ найуспішніше діє тоді, коли вона може викликати публічний тиск на уряди в межах своїх країн, вжити заходи щодо проблеми, а потім доповнити це детальним лобюванням щодо особливих пропозицій на рівні національних урядів, та, якщо це доречно, на міжнародних зустрічах та конференціях.

Зрозуміти, які посилання робити на міжнародні стандарти та на дії МУО. Порушення визнаних міжнародних стандартів може бути висвітлене у підходах до місцевих урядів. Адже співробітництво з міжнародними механізмами може виявитися невдалим, наприклад, внаслідок відмови у доступі до спеціальних доповідів ООН. Ви можете бажати зробити ці теми головною й особливою рисою вашої кампанії та публічної роботи.

▣ Використовуйте звіти ООН з питань прав людини

Звіти окремих країн щодо тематичних механізмів ООН та контролюючих органів можуть бути джерелом корисної додаткової інформації під час підготовки кампанії та акцій. Іноді корисно посилатися на журналістів та інших осіб у цих звітах, оскільки вони можуть підкреслювати серйозність ситуації та сприяти публічному визнанню механізму. Звіти мають бути у вашому найближчому Інформаційному офісі.

▣ Забезпечте інші зацікавлені МУО інформацією про стандарти та механізми

Сприяйте поширенню інформації про ці стандарти та механізми, а також органи їхнього виконання та контролю у більш широкому колі МУО, щоб організації могли вирішити, який внесок вони можуть зробити до їхніх кампаній з прав людини.

ЯК МИ ДОСЯГАЄМО ВИКОНАННЯ НАШИХ ЦІЛЕЙ ТА ЗАВДАНЬ

- Технології проведення кампаній
- Підготовка матеріалів кампанії
- ЗМІ та робота з громадськістю
- Залучення громадськості
- Лобіювання місцевого уряду
- Освіта з прав людини
- Оцінювання

Технології проведення кампаній

У цьому розділі наводимо деякі пропозиції щодо різних технологій проведення кампаній і дій, які AI може застосовувати для захисту та підтримки прав людини. Цей список не вичерпний.

Проведення кампаній є і має бути динамічним, з постійним застосуванням нових та змінням існуючих технологій. Методи, описані у цій главі, такі як написання листів та спікер-тури, потрібно поєднувати із технологіями, описаними у інших главах, такими як робота зі ЗМІ, робота з населенням та лобювання. Вибір найбільш доречних технологій залежатиме від вашої стратегії. Обирайте вірні інструменти для роботи.

У наступних розділах подано опис деяких переваг та обмежень різних технологій, а також практичні поради щодо їх застосування.

Зміст

- Написання листів та петицій / 103
- Спікер-тури / 111
- Громадські заходи та протести / 118
- Контакт з посольствами / 124
- Підтримка знаменитих людей / 131

“

Не припиняйте писати... Якщо ви надасте нам моральну підтримку, ми зробимо решту».

Кім Де Чун (Kim Dae Jung), колишній в'язень сумління

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ НАПИСАННЯ ЛИСТІВ ТА ПЕТИЦІЙ



Члени японської секції беруть участь в організованих зборах для написання листів

© AI



Написання листів – це технологія проведення кампаній, яку найчастіше пов’язують з AI, і яка залишається важливим засобом для досягнення змін у різноманітних ситуаціях. Як і в інших технологіях, її вплив залежить від багатьох факторів, у тому числі від способів поєднання з іншими методами ведення кампаній. Для деяких кампаній ключовим фактором є кількість надісланих листів, для інших надзвичайно важлива їх якість. У цьому розділі розглядаємо:

Зміст

- Написання листів: сильні та слабкі сторони / 104
- Хто отримує листи AI? / 104
- Організація акції з написання листів / 105
- ‘Якісні’ листи / 106
 - Листи підвищеного впливу / 106
 - Листи від суспільних груп / 107
- Особисті листи / 107
- Масові звернення / 108
 - Підготовлений лист / 108
 - Листівки / 108
- Петиції / 109
 - Дизайн / 110

Написання листів: сильні та слабкі сторони

Велика кількість листів може бути гарним способом демонстрації міри розуміння та занепокоєння у вашому суспільстві щодо порушень прав людини в іншій країні. Цей рівень занепокоєння може відіграти важливу роль у впливі на політику вашого власного уряду або влади в обраній для кампанії країні.

Листи, написані в індивідуальному порядку, можуть демонструвати глибину знань та особистого занепокоєння, а листи від видатних людей можуть мати особливо великий вплив.

Написання листів – це настільки давня та звична технологія для АІ, що виникає запитання, чи досі вона ефективна; частко-

во тому, що деякі уряди набули великого досвіду у протистоянні кампаніям написання листів. Урізноманітнення – це один зі способів збереження ефективності.

Якщо виглядає, що написання листів одній офіційній особі не приносить результату, можливо, настав час почати переговори з кимось іншим або перекопати когось іншого звернутися з листом до цієї офіційної особи. Якщо уряди починають надсилати стандартні відповіді на листи, можливо, настав час урізноманітнити ваші листи або виробити питання для повторних листів. У «Довіднику АІ» та «Посібнику для авторів листів» подано більш детальні поради щодо стилю та тону листів.

Хто отримує листи АІ?

Стандартний лист АІ адресований особисто урядовцю іншої країни. У ньому ввічливо висловлюють занепокоєння і просять про конкретну дію. Листи, зазвичай, описують матеріалах, які додають до циркулярів щодо проведення кампанії, що їх надає Міжнародний секретаріат (МС). Однак написання листів настільки гнучка технологія, що її можна використовувати багатьма різними способами. Листи можна направляти:

- Представникам місцевої влади, військовим командирам та іншим особам, які несуть пряму відповідальність за порушення прав людини, як спосіб прямого тиску на них та вияв занепокоєння, який стимулював би їх думки та дії щодо прав людини;
- Редактору газети у обраній або власній країні, оскільки публікація – це гарний спосіб створення, заохочення та відповіді на висвітлення у ЗМІ та початку обговорення. Це слід робити після консультації зі структурою АІ у обраній країні, якщо така структура існує (див. Главу 9);
- Газетам та іншим ЗМІ, як спосіб проведення кампанії, який заохочував би їх більше висвітлювати події у певній країні, закордонні справи чи права людини загалом;
- Прибічникам, як ефективний спосіб збору коштів (див. Главу 5);
- Посольствам, як гарний спосіб донесення інформації до уряду обраної країни;
- Урядовцям як спосіб надати їм доказ занепокоєння АІ, який вони можуть ви-



Чому написання листів може не бути доречним чи ефективним

- Деякі цільові аудиторії майже несприйнятливі до міжнародного занепокоєння, донесеного з допомогою листів. Наприклад, переповідають, що коли один урядовий лідер почув, скільки листів занепокоєння прийшло з Німеччини, він сказав: "А коли це люди в Німеччині востаннє за мене голосували?"
- Масова розсилка листів може бути непродуктивною, якщо у обраній країні погана поштова система.
- Листи мають дуже обмежену користь у ситуаціях хаосу чи кризи, коли системи влади розпадаються.
- У деяких суспільствах низький рівень письменності або висока вартість поштових відправлень роблять написання листів недоречним.

Головні переваги кампаній з написання листів:

- їх просто організувати;
- вони надають людям простий спосіб щось зробити та відчутти себе задіяними;
- меседжі кампанії можуть бути націлені на різні аудиторії як у власній країні, так і у світі;
- вони користуються тим, як зазвичай працюють бюрократичні апарати влади;
- вони гнучкі;
- вони дешево коштують у багатьох країнах;
- вони особисті;
- вони можуть підняти бойовий дух жертв і тих, хто задля них працює;
- вони звертають увагу на авторів листів;
- вони посилюють імідж АІ як масового руху.

Переваги кампаній з написання листів



Можливо, варто опублікувати лист підвищеного впливу, оскільки він може добре посилити розголос кампанії. До того, як ухвалити рішення про вихід на широку громадськість, потрібно зважити, чи буде розголос довкола 'відкритого' листа більш ефективним, ніж лист, надісланий приватно.

користати для тиску з метою внутрішніх змін;

- Тим, хто може вплинути на ситуацію у сфері прав людини, наприклад, урядовцям чи військовим командувачам, які можуть відчувати занепокоєння щодо певної політики, але почуваються самотньо і тому не бажають діяти (листи надають їм моральну підтримку);
- Власним урядам, як спосіб висловити і продемонструвати занепокоєння щодо політики або закликати до певних дій (див. Главу 11);

- Правозахисним неурядовим організаціям (НУО), як спосіб надання моральної підтримки та заохочення, який може допомогти мотивувати їх і надалі працювати;
- В'язням та їхнім родичам, як спосіб покращити моральний стан і запропонувати їм можливість спілкування із зовнішнім світом;
- Окремих верствам суспільства у обраній країні, таким як лікарі чи юристи, як спосіб переконати їх вжити заходи на підтримку прав людини (див. Главу 10).

Організація акції з написання листів

Такі запитання можуть допомогти вам спланувати акцію з написання листів:

7 ЗАПИТАННЯ

- 7 На вашу думку, скільки листів повинна відіслати кожна група і за який час?

Чітко пояснюйте, що ви хочете: це дозволяє групі складати плани і вносити рішення щодо пріоритетів роботи.

- 7 Що важливіше: надіслати дуже багато листів чи менше листів з більшою індивідуальністю?

Якщо найважливішим, наприклад, є індивідуальний характер листів, тоді краще не надавати чорновий варіант тексту листа. Надайте низку пунктів, які слід включити до листа (зазначаючи, що листи не обов'язково повинні містити усі пункти),

або надайте кілька взаємозамінних абзаців, які можна вставити у різні частини листа. Запропонуйте тип особистої інформації, яку можна включити до листа, наприклад, професія або рід занять авторів, чи відвідували вони країну або деталі про середовище життя автора – щоб продемонструвати особисту природу занепокоєння.

- 7 Листи будуть більш чи менш ефективними, якщо люди згадають про своє членство у AI?

У суспільствах, де ставлення до AI несприятливе, згадувати про членство у AI може бути непродуктивним. Відсутність згадки про членство у AI може також допомогти справити враження, що підняття питання – не частина кампанії, а спонтанна дія. З іншого боку, AI – це поважна організація, яку урядам важко ігнорувати, тому згадка про AI може забезпечити серйозне ставлення до змісту листа. Запропонуйте групам включити інформацію про діяльність AI у їх власному суспільстві, якщо вони пишуть як члени AI, щоб показати масштаб підтримки, який вона має.

- 7 Чи матимуть листи від окремих груп суспільства більше впливу?

Якщо це так, вам, можливо, буде потрібно надати групам окремі пропозиції щодо питань, які ці групи повинні підняти, важливості використання офіційних звань, посад та бланків, а також будь-яких особливих адресатів, які можуть бути доречними у певних галузях. Вам також може бути потрібно надати їм поради і пропозиції щодо роботи з населенням серед цих груп (див. Главу 10).

- 7 Наскільки повинні відрізнятися листи до різних офіційних осіб?

Якщо ви хочете, щоби міністру закордонних справ та міністру в'язниць надіслали різні листи, було б найкраще надавати окремі консультації або опис дій.

- 7 Які матеріали потрібні?



"Ви постійно намагалися допомогти мені протягом років ув'язнення".

Хуа Хуан, колишній в'язень сумління, який провів 21 рік у в'язниці на Тайвані, отримував листи підтримки від членів AI.



Групам потрібно достатньо інформації, щоб зрозуміти, що від них вимагається, і це виконати. Для цього їм, зазвичай, слід надати:

- Загальні матеріали з теми, країни та конкретної справи, а також узагальнену інформацію про стратегію AI щодо цих питань;
- Можна зазначити відповідні аспекти занепокоєння, можливо, у формі взаємозамінних абзаців;
- Рекомендації AI;
- Адресатів, яким надсилати листи, із зазначенням посад і звертань;

- Пораду щодо потрібної кількості надісланих листів, які адреси найважливіші, наскільки довгими мають бути листи, скільки аспектів варто підняти у кожному листі, тощо.

Для єдиної акції з написання листів загальна інформація, поради і пункти, які слід зазначити, не повинні бути більшими за обсягом за одну-дві сторінки. Зазначення конкретних аспектів залежить від того, чи цей документ є частиною пакету кампанії.

Якщо групі надається базова інформація про цільову країну та стратегія роботи з питаннями, вони легко зможуть вирішити, які аспекти підкреслити і як їх листи зможуть найкраще вплинути.

Якщо вкласти готового листа, найімовірніше, що члени просто його скопіюють і ви втратите перевагу отримання індивідуальних листів.

«Якісні» листи

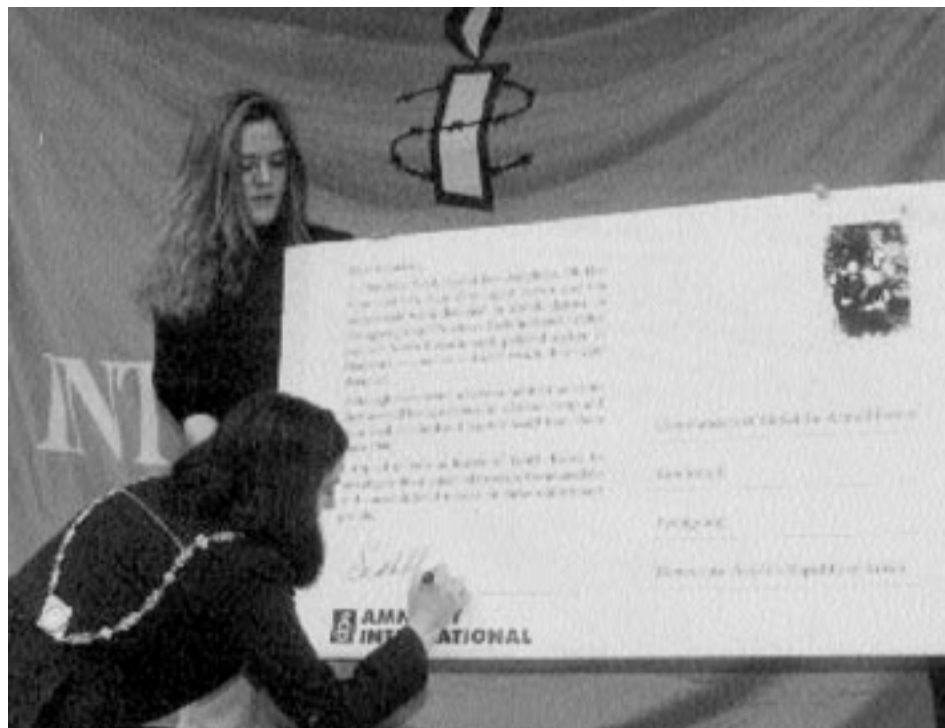
Листи підвищеного впливу

Лист від колишнього президента, спортивної зірки, відомого співака, голови корпорації, науковця, судді чи генерала може справити більший вплив на адресата, ніж лист від пересічного члена AI чи громадянина. Спільний лист від усіх них чи кількох з них іноді може бути дуже вдалим рішенням.

Коли ви вирішуєте, хто може найбільше вплинути, потрібно врахувати питання, яке розглядається; суспільство у обраній країні та будь-які особливі зв'язки між обраною для кампанії і вашою власною країною (див. Главу 2).

Може виникнути спокуса зв'язуватися з одними і тими ж людьми для листів підвищеного впливу або просити про це людей, які вже виступали публічно з питань прав людини. Але лист може мати підвищений вплив частково тому, що він надходить від людини, яку, зазвичай, не асоціюють із висловленням занепокоєння з питань прав людини – що символічно ілюструє масштаб занепокоєння щодо конкретної справи чи питання.

Організація листа підвищеного впливу найімовірніше буде різною у кожному випадку. Однак існує кілька загальних порад, які варто тримати у пам'яті.



Садт О'Ніл (Sadh O'Neill), заступник лорд-мера Дубліна, Ірландія, підписує гігантську листівку на Відкритому дні AI в Дубліні у 1994 році, на заклик щодо звільнення трьох жінок-в'язнів сумління у Північній Кореї.



Підказки

Підготовлені листи

Розтиражований лист потрібно уважно вичитати і включити до нього:

- додане ім'я та адресу урядовця;
- додане звертання (наприклад, "Ваша Високоповажність");
- повний текст листа з достатнім обсягом інформації, який дозволив би відправнику бути впевненим у фактах;
- ствердження на зразок такого: "Міжнародна амністія, всесвітня організація, яка бореться за права людини, вважає, що (ІМ'Я) є в'язнем сумління";
- додану заключну фразу (наприклад, "З повагою");
- місце для підпису;
- відсутність дати;
- достатньо великий поля згори і внизу, щоб можна було скопіювати листа на офіційний бланк.

- ❏ Зробіть так, щоб людині, з якою ви зв'язуєтесь, було якомога простіше сказати «так».
- ❏ Продумайте уважно, що ви хочете, і на що їм буде комфортно погодитись. Найважливішим фактором може виявитися підпис. У такому випадку зміст може достатньо м'яко висловлювати занепокоєння – за умови, що він відтворює головні питання.
- ❏ Дуже чітко пояснюйте, що, на ваш погляд, людина має написати, чому ви хочете, щоб вона написала листа і чому, на вашу думку, вона може захотіти це зробити. У багатьох країнах вам, можливо, доведеться діяти через агентів знаменитостей, одним із посадових обов'язків яких є фільтрування таких прохань. Вам, можливо, доведеться захищати своє прохання багато разів, тож краще, щоб у вас були готові аргументи.
- ❏ До того, як звернутися з проханням, уважно продумайте, які заперечення людина може висловити, і як ви могли б попередити або подолати їх. Наприклад, деякі люди можуть вважати, що це занадто політична дія. Чи корисно було б зауважити, що інші люди, яких вони, ймовірно, поважають, вже висловили свою позицію? Чи корисно було б згадати широту підтримки, якою користується АІ у багатьох суспільствах? Переконати цих перших кількох людей «висловити підтримку АІ», найімовірніше, буде найважче, але тоді їх підтримку можна використати, щоб заручитися подальшою підтримкою.
- ❏ Якщо потрібна будь-яка адміністративна робота, запропонуйте її зробити. Дуже ймовірно, що хтось з відомих людей попросить вас скласти чорновий варіант листа їм на підпис. В інших випадках вам слід надати список пунктів і будь-яку інформацію, що стосується справи. Ця інформація повинна бути якомога більш стислою, чіткою та простою.
- ❏ Листи підвищеного впливу можна організувати централізовано на національному рівні, хоча інші відділення АІ також можна заохотити до участі. Можливо, звернення місцевої групи до тамтешньої знаменитості буде більш плідним, ніж звернення від секції? Може, лист від мера чи представника місцевого бізнесу чи органу влади дасть кращий результат, ніж лист від члена секції?
- ❏ Робити такі чи подібні прохання вперше може бути надзвичайно важко. Матеріали, які секція надає групам, можуть багато що змінити і дати групам впевненість висловлювати такі прохання.

- ❏ Якщо людина дала згоду і це вигідно, може бути корисно опублікувати лист підвищеного впливу.

“ВІДКРИТІ ЛИСТИ”

- ❏ Якщо це відкритий лист, його копії можна надіслати газетам для друку на сторінках листів.
- ❏ Його публікація може сприяти зміцненню іміджу АІ у вашому суспільстві як поважної організації і, таким чином, підвищити її вплив.
- ❏ Він може допомогти заручитися підтримкою від інших.
- ❏ На ньому може зосереджуватися решта публікацій та заяв, особливо якщо підписант бажає і може говорити з представниками ЗМІ на дану тему та про АІ.
- ❏ Може існувати можливість організувати «публічне підписання» як початок більш публічного заходу, на яке можна запросити ЗМІ.
- ❏ Його копію можна надіслати до посольства країни, про яку йдеться, і до вашого власного міністерства закордонних справ.

Листи від суспільних груп

Листи від різних груп вашого суспільства можуть мати більший потенціал впливу на деякі ситуації, ніж загальні листи від приватних осіб. Юристи, наприклад, користуються повагою у багатьох суспільствах, і тому листи від них можуть бути більш впливовими. Якщо занепокоєння стосується військових, можливо, вони більш ймовірно дослухаються до колег у військовій професії (див. Глава 10).

Особисті листи

Індивідуально написаний лист часто має більше шансів бути поміченим урядовцями, ніж стандартне звернення. Урядам також складніше виробити на це стандартну відповідь.

Що більш інформативні, індивідуальні та особисті листи, то краще. Члени АІ – це найбільш надійне джерело для таких листів.

Масові звернення

Підготовлений лист

Один із найлегших способів згенерувати велику кількість листів – це підготувати їх заздалегідь. Можна скласти простий стандартний текст, до якого потрібно лише додати підпис, зворотну адресу, конверт та марку (див. на полі, стор. 117). Цей шаблон тоді можна дешево розтиражувати і поширити серед членів АІ.

Нові технології електронної обробки текстів та друку дозволяють підготувати цілий спектр листів різним представникам влади. Їх можна копіювати і розповсюджувати так само, як і стандартний текст.

Ймовірно, що перші з цих заздалегідь підготовлених листів, які опиняться на столах урядовців, матимуть найбільший вплив, оскільки урядовець швидко зрозуміє, що такі листи кажуть те ж саме і є частиною кампанії. Після цього вплив листів полягає в основному у їхній кількості: загальне число ілюструє рівень занепокоєння.

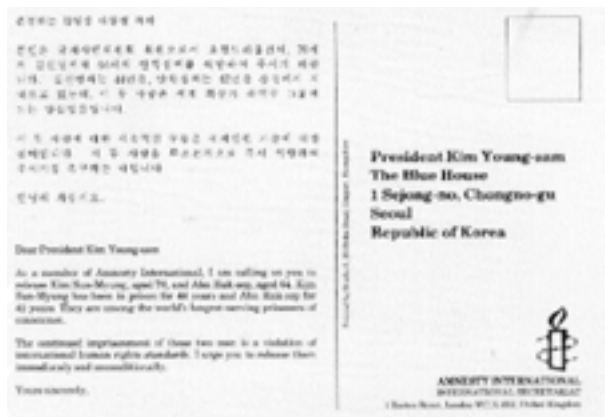
Поширення листів для підпису та розсилання також може підвищити обізнаність громадськості з даних питань і запропонувати перший крок у залученні людей до захисту прав людини.

Деякі групи АІ влаштовують намети у громадських місцях – з підготовленими листами та конвертами з марками – і просять людей підписати листа, додати зворотну адресу і зробити пожертву, щоби відшкодувати поштові витрати. Це дає гарантію того, що листи будуть надіслані.

Інші групи розповсюджують листи ширше і вільно роздають їх на громадських зустрічах, на робочих місцях, тощо. Це забезпечує більш широке розповсюдження, однак не зрозуміло, скільки листів відішлють.

Листівки

Листівка кампанії із заздалегідь надрукованим текстом може бути ще одним спо-



На лицьовій стороні листівок кампанії АІ розміщували:

- цитату Генерального секретаря ООН про зв'язок між правами людини та миром, викладену мовами регіону, і зображення голуба;
- фотографію в'язня сумління;
- фотографію або малюнок речей, які належали "зниклому";
- фотографію акції, яку проводили члени АІ;
- вірш;
- ім'я в'язня різними шрифтами та мовами.

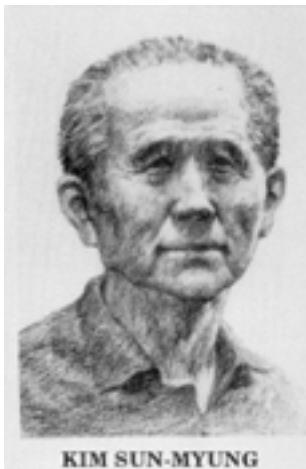
Дизайн листівки

собом доказу занепокоєння щодо прав людини з боку АІ. Крім того, завдяки цьому, послання АІ виділятиметься з маси, поки йтиме поштою.

Листівки можна надсилати урядовцям. Їх також можна надсилати організаціям із захисту прав людини як жест солідарності, щоби підтримати їх роботу і підняти бойовий дух.

На одному боці листівок може бути що завгодно, від картинки до дуже чіткого меседжу кампанії. На звороті можуть бути викладені питання, які викликають занепокоєння АІ, відповідними мовами і зазначена зворотна адреса, щоби потрібно було додати лише підпис і марку.

Це також простий спосіб дати окремим членам якусь практичну роботу на підтримку кампанії. Набори листівок можна вкласти до інформаційних розсилок або іншої кореспонденції між членами. Листівки можна роздати групам АІ для розповсюдження у наметах в громадських місцях.



Ця листівка кампанії, адресована Президенту Південної Кореї, закликає до звільнення в'язнів сумління Kim Sun-Myung (Kim Sun-Myung) та Ahn Hak-sop (Ahn Hak-sop).



Список для перевірки

Створення листівок кампанії

✓ **Перевірте у своєму поштовому відділенні відповідні регуляторні норми та обмеження стосовно:**

- вартості поштового відправлення;
- кольору чи дизайну лицьового боку листівки;
- товщину/вагу картки;
- розмір картки (довжину та ширину);

✓ **Перевірте у редактора бюлетеня:**

- розмір сторінок інформаційної розсилки;
- чи підвищать вкладені картки вартість поштового відправлення;
- чи планують вкладати ще щось у цей випуск інформаційної розсилки;

✓ **Перевірте у дизайнера та/або друкарні:**

- різницю у вартості між кольоровим і чорно-білим, одно- і двостороннім друком;

- скільки карток можна надрукувати на картковому листку, який увійде до інформаційної розсилки і відповідатиме вимогам пошти до розмірів;

✓ **Перевірте кольори, щоб упевнитися у відсутності проблем зі сприйняттям певних кольорів у обраній країні з політичних, націоналістичних чи релігійних причин;**

✓ **Перевірте, щоб на картці були зазначені:**

- дані про справу/питання;
- причина занепокоєння;
- рекомендації AI щодо подальших дій;
- ім'я та адреса офіційної особи, якій буде надіслано картку;
- необхідна вартість поштового відправлення;
- місце для підпису.

Деякі секції AI повернули нових членів та прихильників, написавши листи людям, які підписали петиції AI.



Мати і дитина підписують вуличну петицію, організовану мексиканською секцією

© AI



Петиції

Петиції часто використовують у кампаніях AI. Вони є традиційним елементом громадських протестів протягом багатьох століть.

Хоча у деяких країнах петиції використовували у таких масштабах, що вони могли втратити частину свого колишнього впливу, вони все ж можуть залишитися ефективним інструментом кампанії. Серед переваг:

- вони можуть добре зосередити діяльність груп і громадськості;
- вони є простим способом надання людям можливості висловити підтримку;
- вони можуть показати рівень занепокоєння громади/спільноти з певного питання;
- їх легко (і дешево) організувати.

Такі питання можуть допомогти вам вирішити, як найкращим чином підготувати петиції:



ЗАПИТАННЯ

❑ **Що ви хочете сказати у петиції?**

Зробіть її якомога коротшою та простішою. Що більше ви напишете, то більше люди відчуватимуть незгоду зі змістом.

❑ Чи відповідає це будь-яким законодавчим актам щодо формулювання петицій чи запитів, які мають юридичну силу?

❑ Чи хочете ви використати цю петицію у роботі зі ЗМІ?

Якщо так, приділіть особливу увагу її стислості.

❑ Кому вона адресована?

Чи є у них повноваження, щоб задовольнити вимоги, які ви висловлюєте? Ваші дії мають бути зосереджені на вашому уряді, на уряді обраної країни чи конкретних міністрах?

❑ Як ви її подасте?

Ви хочете, щоб місцеві групи та приватні особи напряму надсилали готові петиції до представників влади, чи ви хочете зібрати їх на центральному пункті, щоби підрахувати загальну кількість? Чи будете ви відсилати усі заповнені петиції? Чи попросите про особисту зустріч для того, щоби передати заповнені бланки? Чи варто буде провести церемонію передачі / відсилання (за участю знаменитості)?

❑ Чи хочете ви її опублікувати?

Чи хочете ви організувати «церемонію підписання за участю зірок» для початку кампанії? Чи хочете ви вкласти бланки петиції до видань, які вам співчують? Чи хочете ви оголосити кількість підписів, які ви плануєте зібрати або вже збрали? Варто обережно поставитися до зазначення цілі, якої ви можете не досягти, оскільки це може справити враження поразки акції. Зібрана вами кількість підписів вражає порівняно з іншими подібними акціями?

Дизайн

- Макет повинен бути чітким. Упевніться у тому, що є достатньо місця і окремі колонки для імен, адрес та підписів.
- Вкажіть дату, до якої петиції потрібно відіслати назад.
- Вкажіть адресу, на яку потрібно надсилати заповнені петиції, і телефонний номер, за яким можна замовити додаткові бланки.



Величезна вулична петиція, розгорнута на вулицях Брюсселя

© AI

- Упевніться, що назва і адреса AI вказані на кожному аркуші.
- Використовуйте гасло кампанії як спосіб донести загальний меседж.
- Включіть колонку, у якій люди можуть зробити позначку, якщо вони хочуть отримувати додаткову інформацію щодо кампанії чи AI.

У деяких випадках ефективними бувають варіації дизайну. Зробіть петиції з великих шматків тканини. Вкажіть на ній назву місця проведення акції та виставляйте її у наметах на огляд разом із фарбою, щоб люди змогли додати відбитки рук чи ніг до своїх імен і меседжу на підтримку мети кампанії. Це також може надати хороші можливості зробити фотографії для досьє кампанії, і їх можна передавати у посольства, тощо.

Зробіть гігантські петиції. Для місцевих груп це також може бути хорошим способом привернення уваги до кампанії. Акратно напишіть петицію на початку великого рулону паперу. Розкладіть його на дорозі, яка веде до намету кампанії, або підвісьте на вершечку стіни.

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ КАМΠΑНІЙ СПІКЕР-ТУРИ



Штатний працівник Міжнародного секретаріату Гіларі Фішер (з лівого боку) з Мунга Гатого (у центрі) та Джуді Мутоні Камау (з правого боку), двоє членів кенійської групи зі звільнення політичних в'язнів, на виступі у Міжнародному секретаріаті у жовтні 1997 року.

© AI



Особиста розповідь людини, що пережила порушення прав, розказана своїми словами – це один з найбільш сильних способів донесення меседжів AI. Те ж саме може зробити і свідчення правозахисника, який працює на передовій, або офіційного представника ООН з питань прав людини, якого уповноважили працювати без достатніх ресурсів. Спікер-тури можуть надати таким людям платформу та відкрити хороші можливості проведення кампанії багатьма різними способами. У цьому розділі розглядається:

Зміст

- Чого може досягти спікер-тур / 111
- Вибір виступаючого / 112
- Організація спікер-турів / 112
 - Запрошення / 112
 - Підтвердження спікер-турів / 113
 - Інструктаж для виступаючого / 113
 - Тренінг з питань роботи зі ЗМІ / 113
 - Програма / 113
 - Залишаємось на зв'язку / 115
- Як отримати максимум від спікер-турів / 115
 - Висвітлення у ЗМІ / 115
 - Лобювання / 116
 - Мотивування членів / 116
 - Збір коштів / 117
 - Програми роботи з населенням / 117
 - Розбудова AI / 117

Чого можна досягти спікер-турами

На першому етапі організації спікер-туру потрібно упевнитися, що ви чітко розумієте мету спікер-туру та конкретні цілі, яких сподівається досягти. Спікер-тур може зробити внесок у проведення конкретної кампанії та досягнення організаційних цілей у таких сферах як:

- Висвітлення у ЗМІ
- Лобювання
- Мотивація членів АІ
- Збір пожертв
- Програми роботи з населенням
- Розбудова АІ

Вибір виступаючого

До спікер-туру можна залучити будь-кого, але у цьому розділі зосереджено увагу на міжнародних гостях, які виступають з промовами, припускаючи, що ви будете відповідати за визначення, організацію та координацію їх програми.

Чітке розуміння мети та пріоритетів запропонованого туру допоможе вам вирішити, кого слід запросити. Можна проконсультуватися із дослідниками та учасниками кампаній з Міжнародного секретаріату і попросити їх порекомендувати можливих промовців, а також попросити про пораду спеціалістів з питань вашої країни, які працюють у місцевій секції та інших неурядових організаціях.

Особа, яка пережила порушення прав людини, або родич жертви можуть найефективніше привернути увагу ЗМІ або отримати підтримку громадськості. Однак у них може бути мало знань у сферах політики, важливих для вашого лобювання, або мало досвіду у наданні великих інтерв'ю для ЗМІ. Розуміння цих питань допоможе упевнитися у тому, що ви знайдете потрібну людину для виконання потрібної вам роботи.

Секції організували спікер-тури за участі:

- жертв порушень прав людини;
- родичів жертв порушень прав людини;

- правозахисників;
- інших активістів широкого правозахисного руху;
- провідних діячів АІ;
- експертів у відповідній сфері, напр., у сфері міжнародного законодавства.

Якщо основною метою спікер-туру є висвітлення у ЗМІ, тоді вам, ймовірно, потрібно:

- приділити особливу увагу будь-яким мовним питанням; наприклад, деякі медійні організації дуже неохоче користуються послугами перекладачів;
- націлюватися на ті види інформаційних ЗМІ, які особливо зацікавлені питанням чи виступаючим;
- вирішити, яку аудиторію ви намагаєтесь поінформувати.

Якщо лобювання – це найважливіший аспект візиту, навряд чи мова буде важливою (за умови, що перекладача можна запросити). Однак ви повинні бути впевнені, що ваш виступаючий робитиме внесок до цілей вашого лобювання переконливими аргументами чи заявами на вашу підтримку, і для тих, на кого ви намагаєтесь вплинути, його слова матимуть вагу завдяки особистій репутації людини або її статусу в певній організації.

Організація спікер-туру

Запрошення

Ваш лист запрошення повинен містити:

- мету візиту;
- загальний опис запропонованої програми – як надовго ви хочете запросити виступаючого, з ким він/вона зустрічатиметься, чи заплановано інтерв'ю зі ЗМІ, тощо;
- що ви пропонуєте оплатити, наприклад, подорож, щоденні витрати, проживання.



«Я хочу проголосити вимогу щодо звільнення політичних в'язнів як у Індонезії, так і у Східному Тиморі». Колишній в'язень сумління Трі Аргус Сусанто Сісвовіхарджо (Tri Argus Susanto Siswowardjo). Він відвідав МС та Міжнародну Амністію у Великій Британії (АІВБ) у вересні 1997 після того, як відбув дві третини дворічного терміну ув'язнення. Його промова у АІВБ показала його намір продовжувати кампанію проти порушень прав людини в Індонезії. Беккі Гесс, координатор Акції термінової допомоги АІВБ, тримає примірник Акції термінової допомоги, виданий від імені Трі.

© АІ



Інформаційний пакет для ЗМІ не повинен порушувати ембарго на новини, які ви захочете використати, щоб привернути увагу ЗМІ протягом спікер-туру.

Підтвердження спікер-туру

Як тільки потенційний виступаючий прийме ваше запрошення, потрібно надіслати листа-відповідь, щоби подякувати йому і надати більше інформації. У ньому повинні міститися:

- деталі запропонованої програми, у тому числі, якщо можливо, відомості про людей, з якими вони будуть зустрічатися; очікувану тривалість виступів на різних заходах; ваші сподівання щодо досягнень спікер-туру; деталі про будь-які заплановані висвітлення у ЗМІ чи інтерв'ю; та корисну загальну інформацію про країну, політичну систему, тощо;
- практична інформація – наприклад, яка може бути погода; хто зустріне виступаючого в аеропорту чи на станції; а також телефонні номери на випадок непередбачуваних обставин (вам також слід запитати, чи є у виступаючого будь-які особливі потреби, чи хоче він/вона з кимось зустрітися протягом перебування у вашій країні);
- прохання надіслати коротку автобіографію виступаючого, пояснивши, яку інформацію ви хочете побачити (див. таблицю нижче), і фотографію. Ці деталі будуть важливими під час пошуку зустрічей, для зацікавлення ЗМІ, у підготовці матеріалів для публікацій та організації програми.

дати відповідь на будь-які питання, які у них можуть виникнути стосовно програми, дозволити їм відчувати себе бажаними гостями і встановити робочі стосунки з ними.

Ви також можете використати цей час, щоб зрозуміти, як краще надати виступаючим потрібну інформацію. Можливо, краще буде дати загальний огляд, а потім проводити більш детальне ознайомлення кожного дня? Корисніше інформувати їх у усній чи письмовій формі?

Виступаючі також повинні бути впевнені, що вони можуть висловити вам будь-які проблемні питання чи побоювання щодо програми чи зустрічей.

Інформування протягом візиту проводиться на ваш розсуд. Іноді спільна поїздка у таксі або машині на майбутнє інтерв'ю чи зустріч може бути доброю можливістю обговорити з виступаючим попередній захід; запропонувати влучне слово чи фразу, яка може полегшити і спростити донесення думки до аудиторії; або надати трохи більше інформації про важливу людину, яка також виступатиме на такій зустрічі.

Також було б корисно наприкінці кожного дня розглянути будь-які проблеми, що виникли, обговорити, як минув день, і дати можливість трохи розслабитись.

Тренінг з питань роботи зі ЗМІ

На початку візиту часто буває корисно організувати тренінг з питань роботи зі ЗМІ для вашого виступаючого, щоб основні теми і ключові моменти можна було подати «доступною» ЗМІ мовою. Можна також виділити час на обговорення та підготовку до складних питань, які можуть виникнути.

Перевірте, чи має виступаючий будь-який досвід роботи зі ЗМІ, щоб ви могли взяти це до уваги на тренінгу. В ідеалі цей тренінг має проводити професійний журналіст, який підтримує вашу справу, але можна це зробити і з допомогою простої вправи у формі рольової гри (див. Главу 9).

Програма

Під час розробки програми для будь-якого спікер-туру, слід пам'ятати, що публічні виступи можуть бути виснажливими. Промови перед різними аудиторіями, участь у зустрічах і надання інтерв'ю для ЗМІ протягом короткого періоду часу забирає дуже багато сил. Виступаючий також може втомитись через переїзд, незнайоме харчування, звикання до спілку-



«Як людина з особистим досвідом перебування у в'язниці, я бачу, що Міжнародна Амністія займає фундаментальну позицію у захисті прав людини». Діолінда Алвес де Соуза, колишній в'язень сумління. Її ув'язнили в 1996 році за зв'язок з акціями на підтримку земельної реформи у Бразилії. Вона провела кампанію в Європі у серпні 1997 року проти засудження свого чоловіка; її кампанія набула форму спікер-туру. Вона тримає примірник Акції термінової допомоги, виданий від імені чоловіка.

© AI

Інформування виступаючого

Якщо дозволить графік, добре було б залишити перший день візиту вільним, щоб виступаючі могли відпочити, розміститися і ознайомитися з питаннями, які, на ваш погляд, вони мають висвітлити. Перший день також дає можливість показати виступаючим визначні місця, якщо вони раніше не були у вашій країні чи місті,



вання з незнайомцями або мовні труднощі.

Тому найкраще уникати поєднання пізніх вечірніх інтерв'ю із ранніми ранковими заходами. Якщо графік візиту розрахований на чотири дні або більше, спробуйте забезпечити один повний день відпочинку. Спробуйте виділити перерви у програмі для розслаблення. Якщо програма передбачає зустріч із громадськістю або публічне звернення, упевніться у тому, що виступаючі мають достатньо вільного часу перед заходом, щоб продумати, що вони хочуть сказати.

Важливо також подумати, що виступаючий отримає від спікер-туру. Частково мета AI може полягати у прояві солідарності та/або підвищенні міжнародного рейтингу особистості, що може допомогти їх захистити.

Секції повинні обговорити з будь-яким виступаючим, чи існують дії, які можуть становити додатковий ризик для їхньої безпеки після повернення додому. Якщо виступаючий приділяє час AI, важливо також встановити, чи можете ви познайомити його з людьми за межами AI, які можуть виявитися важливими для нього, наприклад, донорські організації.

Гарний пакет для ЗМІ допомагає журналістам, надаючи потрібну інформацію у доступній формі. Журналісти часто працюють за дуже жорстким графіком і тому цінують, коли їхній увазі надають необхідну інформацію і чітко її викладають. Це також надає можливість AI зосередити увагу журналістів на питаннях та меседжах, які вона найбільше прагне донести до аудиторії.

Пакет для ЗМІ повинен бути якомога коротшим: кілька односторонніх сторінок, кожна з яких стосується певної теми – щоб їх було легко копіювати і передавати факсом.

На кожній сторінці повинна бути вказана принаймні одна контактна особа і телефонний номер, а також пропозиція надання подальшої інформації. Ключовими компонентами пакету для ЗМІ для спікер-туру є:

■ Біографічні дані про виступаючого

Вказуйте лише найкращі моменти. Біографія не повинна бути довшою за одну сторінку і давати, наприклад, таку інформацію:

- час народження;
- рід занять чи професія;
- експертні знання у певній галузі;
- діяльність у будь-яких організаціях;
- досвід порушення прав людини;
- попередні місця виступів/відвідування;
- будь-які інші зустрічі, у яких вони брали участь;
- будь-які отримані нагороди у галузі боротьби за мир чи права людини;
- будь-які цитати відомих осіб про цю людину.

■ Мета і програма візиту

Це можливість підкреслити питання, на яких ви хочете зосередити увагу журналістів. Чому виступаючий відвідує країну саме зараз? З ким він або вона зустрічатиметься? Які цілі візиту?

■ Загальна інформація про кампанії AI

Це можливість надати журналістам загальні дані, які, як ви сподіваєтеся, створять інформаційне наповнення для висвітлення і дадуть підґрунтя для запитань. Сюди слід включити головне щодо поточних кампаній AI, більше загальної інформації про порушення прав людини, про які говорить виступаючий, які заходи проводить AI у рамках кампанії і до чого AI закликає.

■ Фотографія

Бажано, щоб це був портрет (голова і плечі) достатньо доброї якості для друку. Гарне фото може допомогти переконати телевізійних продюсерів, що ваш гість зацікавить їх аудиторію.

Інформаційний пакет для ЗМІ до спікер-туру

Залишаємось на зв'язку

Легко забути, що протягом насиченої програми ви (або хтось з AI) проводитимете більшу частину часу із гостем далеко від робочого місця чи телефону тоді, коли журналісти, можливо, захочуть призначити чи змінити час інтерв'ю, міністри уряду шукатимуть можливості зустрітися або родичі гостя намагатимуться зв'язатися з ним.

Як отримати якомога більше від спікер-туру

Висвітлення у ЗМІ

Складіть короткий опис стратегії роботи зі ЗМІ, щоб пояснити іншим членам AI, чого ви намагаєтесь досягти у відносинах зі ЗМІ. Ця стратегія має включати головні моменти чи меседжі, які ви намагаєтесь донести до ЗМІ, на які ЗМІ ви націлюєтесь і матеріали, які можуть знадобитися для втілення ваших планів.

? ЗАПИТАННЯ

- ❑ Якщо у вас є можливість донести лише один центральний меседж, як це висловити одним реченням?
- ❑ Який другий за важливістю меседж, знову одним реченням?
- ❑ Хто є вашою найважливішою аудиторією? Це політики, інші люди, які ухвалюють рішення, жінки, люди, які особливо цікавляться закордонними справами, широка громадськість?

У багатьох суспільствах засоби масової інформації чітко націлені на дуже конкретно визначені аудиторії. Може також існу-

тому важливо, щоб на вашому постійному телефоні (або на контактному номері, вказаному на ваших буклетах та матеріалах для преси) була на зв'язку людина, яка мала б копію вашого графіку і була достатньо обізнана з програмою, щоби відповідати на прості запитання. Мобільний телефон також може зіграти важливу роль у подоланні комунікаційних проблем. В іншому випадку, бажано організувати систему контакту з «базою» для прийому повідомлень та оновлення інформації.

вати значна конкуренція між ЗМІ, тож вам, можливо, доведеться вибрати певні ЗМІ, які автоматично виключатимуть участь інших. Розмір – не головне: програми або газети з невеликими аудиторіями можуть бути найбільш впливовими або найбільш прихильними.

❑ Чому ЗМІ мають цікавитися вашим гостем?

Очевидно, відповідь на це питання буде різною для кожного окремого гостя, різних видів ЗМІ та для кожної країни. Один спосіб дати відповідь – це спробувати скласти список максимум з 10 причин, через які, на вашу думку, представникам ЗМІ мусить бути цікаво – пам'ятаючи ключові моменти, які ви хочете донести протягом візиту. Далі уявіть, що ви журналіст або продюсер, який чує ці причини і оцінює їх за параметрами, які потрібно зважити, щоб вирішити, що висвітлювати. До них входять оцінки важливості висвітлення у новинах, зацікавленість аудиторії, конкуренція за місце на шпальтах чи ефірний час, чи добре людина вміє спілкуватися, чи має досвід роботи зі ЗМІ, тощо. Нарешті, скоротіть список до п'яти найкращих причин, щоб ви могли бути впевненими у своїй справі, коли звертатиметесь до журналістів.

❑ Які матеріали потрібно розробити?

Відповідь буде сильно відрізнятись залежно від того, хто ваш гість (наприклад, наскільки він відомий), як працюють ЗМІ у вашій країні, та від природи ваших відносин зі ЗМІ. Однак журналістам, зазвичай, потрібні біографічні дані та загальна інформація про людину, щоб підготувати питання або, можливо, написати вступ до будь-якого матеріалу про неї.

Короткий пакет інформаційних матеріалів для ЗМІ може допомогти спланувати висвітлення. Розділи добре складені матеріалів, ймовірно, будуть відтворені у статтях та запитаннях журналістів.

На додачу до пакету матеріалів для ЗМІ також може виникнути потреба підготу-



Ханна Корома, член секції Сьєрра-Леоне, яскраво розповіла про те, як вона стала жертвою спотворення геніталій у дитячому віці, на конференції AI про каліцтва жіночих геніталій, яка проходила у Гані у 1996 році

© AI.





Саліма Гезалі, редактор алжирської газети «Ля Насьон» (La Nation), була спеціально запрошеною виступаючою на щорічній конференції AIBB (AIUK) у 1996 році з питань прав жінок та прав людини. Перед її зверненням на конференції алжирська влада вилучила випуск «Ля Насьон», де йшлося про порушення прав людини, вчинені протягом громадянської війни у країні.

© AI.

вати серію прес-релізів перед візитом і протягом його проведення:

- один, щоб повідомити ЗМІ про майбутній візит, чому це буде їм цікаво і з ким можна зв'язатися, щоб призначити інтерв'ю;
- один, щоб повідомити ЗМІ про будь-які особливі заходи, на яких гість виступатиме – медійні події чи інші конференції, зустрічі з громадськістю, тощо;
- один, щоб підкреслити важливі, варті висвітлення коментарі, які гість зробив на певному заході;
- один, щоб підсумувати результати візиту, підкресливши особливі події, тощо.

Лобіювання

Організація зустрічі між запрошеним виступаючим та чільними прихильниками AI в уряді, чи політичних партіях, може бути важливим способом визнання і консолідації підтримки для AI. Важливо заздалегідь розробити цілі лобіювання будь-якого спікер-туру з виступами задовго до візиту.



ЗАПИТАННЯ

- ❑ З ким гостю було б важливо зустрітись?
- ❑ На вашу думку, чого повинні досягти зустрічі?

❑ Чи може суспільний статус гостя відкрити для AI двері, які б інакше були закритими, і як можна залишити ці двері відкритими після від'їзду гостя?

❑ Які ролі мають взяти на себе гості та приймаючі представники AI під час зустрічі?

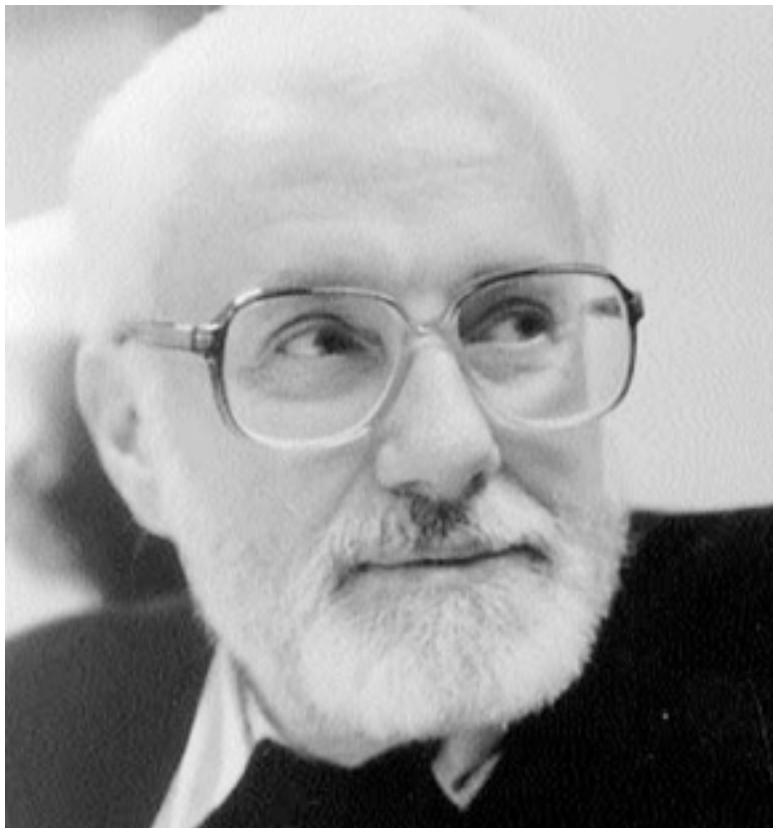
❑ Хто відповідає за відстежування будь-яких дій, узгоджених на зустрічах?

Мотивація членів AI

Можливість зустрітися чи дізнатися про погляди людей на передньому краї боротьби за права людини може стати важливим засобом мотивування членів AI та посилити їх відданість роботі AI. Організація світського заходу чи вечери, форум членів, чи обід для працівників та волонтерів - можуть бути серед таких варіантів.

Однак запрошені виступаючі можуть по-різному реагувати на такі заходи. Комуś вони дуже подобаються, а інші вважають їх важкими і виснажливими. Наприклад, людям, які провели тривалий час у в'язниці, буває складно перебувати у натовпі. Важливо бути чутливим до потреб гостя. Якщо ви все ж проводите такий захід, потрібно слідкувати за тим, щоб увага і час гостя не були зайняті лише одною людиною, що у нього є можливість поїсти або піти раніше.

У будь-якого гостя рідко буває можливість поспілкуватися з усіма членами, тож інтерв'ю, розміщене у внутрішньому бюлетені, допоможе виконати ту ж функцію.



“

Я вірю, що Амністія зробила вагомий внесок у те, щоб права людини стали стратегічним предметом занепокоєння суспільств. Ідеології можуть з'являтися і зникати, але Амністія поставила турботу про права окремої особи у центр політичної програми».

Професор Луїз Россі, щодо якого відбулась перша Акція термінової допомоги у 1960 році, на виступі у Міжнародному Секретаріаті у січні 1996 року.

Збір пожертв

Витрати на спікер-тур можуть швидко зростати, тож корисно також вивчити можливості отримання надходжень, які ті мають (більше деталей про збір пожертв див. у Главі 5).

■ Вечері з метою збору пожертв

Якщо ваш гість, ймовірно, може бути дуже цікавим певній аудиторії, можна дати запрошення на вечерю, у якому він чи вона буде особливим виступаючим, і призначити за це ціну, яка дасть достатній прибуток після покриття витрат, щоби влаштування вечері було доцільним.

■ Зустрічі з громадськістю

Призначте ціну за вхід на зустрічі з громадськістю, на яких виступатиме ваш гість, якщо ви відчуваєте, що це не відлякає від участі занадто багато людей. Проведіть збір коштів від аудиторії після заклик голоуючого.

■ Поштова розсилка листів-звернень

Гість може побажати підписатися під зверненням до ваших прихильників із поясненням того, як важливо, щоб у AI були кошти для продовження роботи. Або вони можуть побажати надати кілька цитат, які б підтверджували важливість роботи AI з їх власного досвіду.

■ Публічні звернення

Гість може отримати можливість висвітлити майбутні заходи AI зі збору пожертв,

або запропонувати дати гроші у інтерв'ю для ЗМІ, тощо.

Програми роботи з населенням

Гість може бути особливо привабливим або цікавим для окремих суспільних груп, що дає можливість поширювати роботу AI з населенням. Було б корисно, наприклад, запросити військового офіцера, який працює в іншій країні, прийти і розповісти про роль військових у питаннях прав людини, і це могло б стати кроком до створення або зміцнення структури з роботи з населенням у цій сфері.

У різних сферах роботи з населенням часто користуються власними засобами масової інформації та каналами публікації, які можуть зацікавитися висвітленням візиту.

Розбудова AI

Візити можуть забирати багато часу і грошей, і їх вплив може бути дуже не тривалим. Вони навіть можуть бути шкідливими, якщо після них організатори виснажені і, можливо, збіднілі. Варто уважно продумати, як внутрішні цілі організації можна інтегрувати до стратегії будь-якого візиту. Включайте у плани будь-яку додаткову роботу, яка може виникнути.



Підказки

Спробувати зберегти імпульс, який візит дав вашій кампанії, програмі роботи з населенням, роботі зі ЗМІ чи лобюванню. Можна різними способами.

- 🔍 **Фотографуйте, робіть відеозаписи, занотуйте цитати, які можна використати у подальшій комунікації.**
- 🔍 **Ведіть список тих, хто допомагав у проведеному візиті – наприклад, надав безкоштовне проживання – і упевніться, що вони отримають подяку.**
- 🔍 **Ведіть список тих, хто відвідував різні заходи та події, і запросіть їх вступити до AI, якщо вони ще не мають членського статусу.**
- 🔍 **Ведіть список корисних контактів серед широких кіл громадськості, до яких можна буде звернутися за підтримкою наступного разу – наприклад, представники інших НУО та журналісти.**
- 🔍 **Забезпечте виконання обіцянок щодо подальших дій, даних на зустрічах.**
- 🔍 **Підтримуйте постійний контакт з виступаючими у майбутньому.**

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ ГРОМАДСЬКІ ЗАХОДИ ТА ПРОТЕСТИ



Члени голландської секції привертають увагу громадськості до становища Дау Аун Сань Суу Кю (Daw Aung San Suu Kyi), використовуючи вражаючі маски і прості плакати. Червень, 1994 рік. У 1995 її звільнили після майже шестирічного утримання під домашнім арештом.

© AI

Громадські заходи, спрямовані на інформування, мотивування та мобілізацію широких кіл спільноти, були життєво важливим елементом кампаній AI протягом усієї історії організації. Вони дають можливість не лише поінформувати багатьох людей, а й продемонструвати занепокоєння і зміцнити прагнення до змін. Процес організації громадських заходів також надає нові можливості для роботи з населенням, промоції та роботи зі ЗМІ. У цьому розділі розглядаються:

Зміст

- Громадські зустрічі / 119
 - Час / 119
 - Місце / 119
 - Реклама / 120
 - Платформа виступаючих / 120
 - Головування / 120
- Дія / 121
- Пікети, демонстрації та протести / 121
 - Як організувати громадський протест / 122
 - Альтернативні саміти / 122
 - Реагування на поточні події / 123

Громадські зустрічі

Можливо, було б ефективніше організувати зустріч з партнером? Співпраця з іншою організацією може розірвати ваші цілі, але може бути також способом виходу на більш широку аудиторію (див. також Главу 10).

Гарна громадська зустріч дає людям відчуття душевного підйому, мотивації і відданості вашій кампанії. Зазвичай, вона потребує багато роботи, а часто й грошей. Погана громадська зустріч може деморалізувати та викликати пригнічення у людей, і так само вплинути на вас та інших організаторів. Тож перед тим, як ухвалити остаточне рішення про проведення громадської зустрічі, варто відповісти на кілька ключових питань.

ЗАПИТАННЯ

Чого, на вашу думку, має досягти громадська зустріч?

Основною метою є поінформувати людей

про конкретну кампанію? Показати владі занепокоєння широких кіл громадськості з певного питання? Залучити нових членів до АІ?

Хто є вашою цільовою аудиторією?

Як далеко люди готові їхати на громадську зустріч? Чи хочете ви привабити аудиторію з певної місцевості? Наскільки сильно зацікавлена громадськість у питанні, яке буде підніматися на зустрічі?

Чи є у вас виступаючі, які зможуть привернути аудиторію?

Це особливо важливо, якщо зустріч не стосується широко відомого питання, яке автоматично зацікавить громадськість.

Організація громадської зустрічі

Щоб провести успішну зустріч з громадськістю, потрібно приділити особливу увагу таким ключовим організаційним питанням, як:

- час
- місце
- реклама
- виступаючі
- головування
- наступні дії

Час

Залиште достатньо часу на те, щоб належно все організувати – від замовлення зали і запрошення виступаючих, до організації реклами.

Перевірте, щоб дата зустрічі не збігалась з датою конкуруючого заходу, націленого на вашу можливу аудиторію, або ж такого як спортивні події, інші заходи або свята.

Оберіть найкращий час для своєї аудиторії – зробіть так, щоб їм було якомога легше відвідати захід.

Оберіть найкращий час для вашої кампанії. Чи буде момент, коли ви захочете переключити увагу громадськості та ЗМІ на нову тему? Чи краще провести зустріч за короткий час до проведення дебатів чи перед ухваленням рішення з тем кампанії?

Місце

Потрібно вирішити багато питань до того, як обрати місце проведення заходу:

ЗАПИТАННЯ

Чи відповідає розмір приміщення вашій очікуваній аудиторії?

Чи легко вашій аудиторії дістатися місця проведення заходу?

Якщо зустріч запланована на вечір, чи добре освітлені під'їзні шляхи, щоб аудиторія почувалася безпечно під час приїзду та від'їзду? Чи є доступ для людей з особливими потребами? Чи воно розташоване біля великої транспортної розв'язки? Чи є місце для паркування?

Чи добра акустика у місці проведення заходу?

Розмір має значення

■ Тридцятьох людей у маленькій кімнаті дають відчуття заповненої аудиторії, сповненої ентузіазму. Жвава зустріч створює атмосферу збудження, дає людям відчуття, що вони – частина кампанії з великим імпульсом.

■ Тридцятьох людей у залі на 500 місць виглядають мізерно і жалюгідно. Тридцятьох учасників почуватимуться частиною меншості і можуть замислитися, чи варто і далі вести свою діяльність. Якою б запальною не була промова, важко створити враження, що порожня зала може змінити світ!

Єдиною відмінністю між цими двома подіями є розмір місця проведення заходу.

Чи будуть потрібні мікрофони і колонки? Чи є вони у залі? Чи можна змінювати освітлення? Чи перевірено усе необхідне обладнання? Якщо щось вийде з ладу, чи знає хтось, як швидко все полагодили?

■ Чи є необхідне вам обладнання у місці проведення заходу?

Чи є стільці і чи можна їх пересувати? Чи є їдальня? Чи є місце для спілкування після офіційної зустрічі? Чи є окрема кімната, щоб організатори та виступаючі могли зустрітися заздалегідь?

Інші фактори щодо місця проведення заходу також важливі:

■ Меседж приміщення

Різні приміщення можуть давати різний меседж. Громадська зустріч у будівлі парламенту дасть сигнал про рівень підтримки вашої кампанії у парламенті і також буде найкращим способом охоплення цієї аудиторії. Таким чином, громадська зустріч у місцевому залі зібрань може бути гарним способом демонстрації занепокоєння місцевої громади.

■ Опалення/кондиціонування та вентиляція

Середовище може впливати на час концентрації уваги людей. Приміщення, де занадто тепло або бракує свіжого повітря, може приспати людей (або відправити їх додому). Аудиторія, якій занадто холодно, найімовірніше, більше думатиме про те, як зігрітися, ніж про те, що каже виступаючий.

■ Оздоблення

Перевірте, де можна повісити банери. Приваблива задня стіна сцени доповнюватиме зустріч – меседж на банерах підсилить меседж зустрічі. Подумайте, звідки зніматимуть фотографії і телевізійники. Чи потраплять ваші банери у кадр? Повісьте плакати на прилеглі стіни, щоби людям було на що подивитися, поки вони чекатимуть початку зустрічі.

Реклама

Успіх громадської зустрічі понад усе залежить від аудиторії, і аудиторія, яку ви хочете залучити, повинна дізнатися про зустріч, щоб її відвідати. Необхідна гарна попередня реклама. Націлюйте рекламу на аудиторію, яку сподіваєтеся привернути, використовуючи плакати, буклети, оголошення у місцевих ЗМІ, тощо. Переконайте небайдужі організації рекламувати зустріч.

Не слід забувати про репортажі ЗМІ після зустрічі. Чи можна розмістити звіти про це у якихось газетах, можливо, з фотографією головного виступаючого? Чи можна організувати радіоінтерв'ю? Денним

новинним ЗМІ важко висвітлити вечірні громадські зустрічі – зазвичай вони відбуваються занадто пізно для теленовин і кінцевих термінів подання до друку газет, а на наступний день перестають бути новинами.

Платформа виступаючих

Кількість і «діапазон» виступаючих також важливі для настрою і відчуття громадських зустрічей. Зазвичай, головний виступаючий має говорити останнім. Це роблять для того, щоб аудиторія вийшла із зустрічі на емоційному піднесенні і залишила хороші спогади про подію. Це також забезпечить те, що будь-який ваш заклик до дій, зроблений наприкінці зустрічі – такий як прохання про пожертви, запрошення вступити до АІ або взяти участь у акціях кампанії – отримає найкращу можливу реакцію.

Усі аудиторії мають обмежений час концентрації уваги – не перебирайте його, запланувавши занадто багато виступів протягом занадто тривалого часу. Забезпечте, щоб кожен виступаючий знав, які питання йому потрібно підняти і скільки часу можна говорити.

Відчувайте настрої виступаючих та її сприйняття вашою цільовою аудиторією. Наприклад, загалом краще, щоби виступав змішаний склад чоловіків і жінок.

Розмаїтість виступаючих на вашій платформі (за умови, що вони виступають на підтримку вашої кампанії) може бути добрим способом продемонструвати рівень підтримки, яким ви користуєтеся, і побудувати зв'язки з різними організаціями. Імена виступаючих з'являться у публікаціях про зустріч і будуть асоціюватися з кампанією.

Частково з цієї причини важливо, щоб у платформах виступаючих не відчувалася політична заангажованість і щоб вони не натякали, що АІ підтримує організації, які можуть поставити під загрозу її незалежність, а внаслідок цього й ефективність. Наприклад, деякі уряди можуть шукати можливість використати присутність вигнанця чи організації солідарності з їхньої країни на платформі АІ, щоб «зробити напад» на мотиви АІ, підірвати довіру до неї і відвернути увагу від занепокоєння АІ правами людини. Політично збалансована платформа виступаючих може допомогти захистити АІ від такої критики.

Головування

Гарний головуючий є невід'ємною частиною хорошої зустрічі. Він забезпечує:

- щоб виступаючі дотримувалися часових рамок;
- щоб аудиторія знала план і формат зустрічі, а також будь-які практичні деталі;
- щоб аудиторія могла брати участь у зустрічі завдяки можливості ставити питання;
- щоб окремі представники аудиторії не могли домінувати на зустрічі чи перервати її;
- щоб зустріч йшла за планом і досягла своєї мети, наприклад, завершилася потужним закликком до дій.

Дія

Компонент дій становить важливу частину більшості зустрічей. AI прагне не просто інформувати людей, вона хоче переконати людей долучитися до того, щоб змінити світ.



Підказки

- 🔍 Розкладіть буклети, текст петиції та будь-які інші матеріали на стільцях аудиторії перед зустріччю. У буклетах повинні бути зазначені прості дії, які люди можуть виконати.
- 🔍 При вході попросіть зробити пожертви, щоб покрити витрати на цю зустріч і проведення кампанії, та пустіть по руках скриньку для пожертв протягом зустрічі або на виході після завершення зустрічі.
- 🔍 Організуйте у залі зустрічі стенд з інформацією про кампанію та AI, анкети для вступу, петиціями, листами для підпису і відсилання, товарами з символікою AI, тощо.
- 🔍 Попросіть різних виступаючих, особливо останнього виступаючого та голову, наголосити на важливості саме цієї аудиторії для кампанії і для змін, яких AI намагається досягти. Складіть список справ, які люди можуть зробити. Попросіть їх вступити до AI зараз.

Пікети, демонстрації та протести

Вуличні протести, такі як пікети та демонстрації, є важливою технологією проведення кампаній як на рівні країни, так і на рівні груп. Іноді це спонтанні реакції на події у світі. Частіше це заплановані частини кампанії. Під час планування будь-яких форм громадських протестів важливо чітко розуміти, чого ви намагаєтеся досягти, щоб ваш протест був якомога ефективнішим.



ЗАПИТАННЯ

🔍 Який головний меседж пікетування?

Чи хочете ви чинити тиск на ваш уряд, чи на органи влади у обраній країні? Це перш за все громадянський акт солідарності чи акт пам'яті та вшанування?

🔍 Чи місце проведення пікету сприяє донесенню меседжа?

Якщо ви хочете охопити якомога більше людей, найкращим варіантом буде пошук вулиця чи центр міста. Можна обрати місце, яке має символічне значення, наприклад, посольство чи туристичне бюро.

🔍 Чи важливий фактор часу?

Гарний час для висвітлення у ЗМІ може бути поганим часом для залучення людей до участі, оскільки вони будуть на роботі. Можна обрати день народження в'язня чи національне свято країни, щоби підсилити вплив протесту.

🔍 Чи хочете ви, щоб інші організації чи особи брали участь?

Це може посилити обсяг та вплив протестів, але це також може означати, що AI буде асоціюватися у думках громадськості з цими організаціями. Важливо зважити можливий вплив цього на ефективність роботи AI.

Законодавство

У багатьох суспільствах усі чи деякі громадські заходи та протести регулюються вимогами та обмеженнями, вказаними у законодавстві. Деякі норми можуть стосуватися питань здоров'я та безпеки (наприклад, протипожежні норми), інші можуть стосуватися проміжку часу, за який потрібно повідомити органи влади, або одержання дозволу від поліції, тощо. Загалом варто дізнатися якомога більше про будь-які юридичні вимоги до того, як вирішите, що будете робити. Джерела цієї інформації можуть бути різними, але проконсультуйтеся з іншими організаціями, юристами, а також органами державної та місцевої влади.

Як організувати громадський протест

Поданий нижче список може допомогти вам в організації успішного громадського протесту:



Список для перевірки

ЯК ОРГАНІЗУВАТИ ГРОМАДСЬКИЙ ПРОТЕСТ

- ✓ Роздавайте буклети, постери, тощо, щоб залучити якомога більше людей. Не забудьте зазначити час, дату та місце проведення протесту.
- ✓ Зв'яжіться зі ЗМІ і попросіть їх дати оголошення у відповідній частині газети або випустити прес-реліз, а також запропонуйте надати речника, який би пояснив, чому проводять протест.
- ✓ Доручіть відповідальним членам АІ стежити за виникненням можливих проблем. Якщо це доречно, їм можна дати нарукавні пов'язки чи значки, щоб їхня роль була чітко зрозуміла як учасникам, так і представникам влади. Це особливо важливо, якщо ви занепокоєні через інші організації, які можуть прийти, або через реакцію влади, і якщо ви не хочете, щоби висвітлення цієї події зосередилося навколо арешту учасників.



Підказки

- ❗ Великі транспаранти помітні. Попросіть кількох людей тримати їх або прив'язати на видноті. Громадські протести не обов'язково потребують багато учасників, щоб вплинути на ситуацію, але що менше людей, то більш важливими стають сильні візуальні образи.
- ❗ Певна кількість простих прапорів чи плакатів також помітна. Що більше людей їх тримають, то більше вражаючий образ. Використовуйте кілька тем або меседжів з повторенням, оскільки вони працюють краще, ніж велика кількість різних тем, які можуть спантеличувати. Нехай зорові образи будуть простими, а текст – мінімальним.

❗ Символічне зображення питання, яке виноситься у центр уваги, – наприклад, клітка, яка викликає асоціації з придушенням і ув'язненням, – може бути графічним способом підкреслення меседжу АІ і гарним зображенням для ЗМІ. Попросіть людей, можливо, когось відомого, побути короткий час усередині клітки.

❗ Маски можуть створити вражаючий образ. Прості, позбавлені рис картонні маски можна використати, щоби символізувати долю «зниклих». Зкопійоване фото людини можна розмістити на масках, щоб зробити наголос на конкретній справі, до якої привертає увагу пікет.

❗ Свічки, які тримають учасники протесту вночі, можуть створити яскравий образ і підкреслюють символ АІ. Надягніть на свічки невеликі кружальця картону, щоб гарячий віск не капав людям на руки, або вставте їх у скляні банки, щоб їх не задувало вітром.

❗ Силуети можуть вражаючим способом підкреслити складне становище «зниклих» та їхніх родин. Контури людей у повний зріст можна намалювати на цупкому картоні, вирізати і зафарбувати у чорний колір. Деталі конкретного випадку можна написати на утвореному полі. Можна притулити силуети до стін, просити людей тримати їх або покласти їх на тротуар чи проїжджу частину перед місцем протесту. Подумайте, як вони створять найбільш ефектне зображення для камери.

❗ Влаштуйте невелику виставку фотографій або постерів, щоби привернути цікавість перехожих.

❗ Музика і «шум» привертають увагу, підбадьорюють учасників протесту і допомагають донести меседж. Можна роздати учасникам тексти пісні або лозунгів; використайте мегафон; або залучіть до участі барабанщика, музичну групу, оркестр або хор. Музика може зачепити серця і душі так, як одні лише слова не зможуть.

❗ Замість того, щоб просто стояти на місці, заохотьте людей рухатися. Нехай кілька учасників одягнуться як жертви і зловмисники, щоби представити зазначені порушення.



Маска, яку надягали протягом акції протесту біля китайського посольства у Польщі протягом кампанії АІ щодо Китаю



Будьте обережними у прогнозуванні кількості людей, які, на вашу думку, можуть взяти участь в акції протесту. Це може дати зворотній результат, і успішний в усьому іншому захід може здатися поразкою.

Альтернативні саміти

Альтернативні саміти дуже ефективно використовували чимало організацій. Одним з прикладів був форум НУО у Бангкоку, який проходив напередодні Віденської конференції ООН з питань прав людини у 1993 році. На форумі представники НУО змогли виступити на захист прав людини і висловити стремління звичайних людей, спростувати аргументи деяких урядів на

конференції ООН, які шукали можливості показати, що універсальні права людини чужі азійським культурам. Присутність світових ЗМІ, які приїхали на конференцію ООН, також означала, що НУО могли отримати широке висвітлення своїх поглядів. Правозахисна робота учасників-НУО була посилена завдяки процесу зустрічей і спільної роботи на форумі.

Дедалі більше НУО організують альтернативні форуми на зустрічах міжнародних організацій або на міжурядових зустрічах, щоб лобювати офіційні зустрічі та викласти план роботи у сфері прав людини.

Ця тактика також може бути корисною, щоби переконатися, що права людини включені до порядку денного роботи ін-

ших зустрічей і самітів. Якщо ви заздалегідь знаєте, що до вашої країни заплановано візит голови уряду, може виникнути можливість організувати приїзд видатного діяча з прав людини на той же час, незадовго до або скоро після офіційного візиту, як спосіб підкреслити необхідність пріоритетного розгляду питань прав людини.

Реагування на поточні події

Громадські дії можуть бути найбільш ефективними, якщо їх сприйматимуть як реакцію на поточні події. Один з прикладів – це влаштувати захід, який співпадає з візитами голів держав або міністрів урядів до даної країни.

Вирішіть, чого ви хочете досягти за результатами візиту. Чи можна організувати особисту зустріч і чи варто це робити? Чи хочете ви, щоб ЗМІ зосередили увагу на

становищі у сфері прав людини в окремій країні чи на нездатності вашого уряду навести лад у цих питаннях? Чи важливіше вчинити тиск задля вирішення окремої справи? Вам потрібно вирішити, чи можна досягти більшого шляхом тихого лобювання, або більш помітно, шляхом громадських дій.

Деякі візити проходять під фанфари публічної уваги, а інші більш стримано. Проведення громадського протесту перед готелем, де зупинився високопосадовець чи голова уряду, може добре привернути увагу ЗМІ – особливо якщо офіційна особа відмовилася зустрічатися з АІ. Підготуйте листа, в якому викладаєте занепокоєння АІ, і якого можна передати; якщо вам не дозволять передати листа, то це, найімовірніше, буде сприйнято як вияв несправедливості.

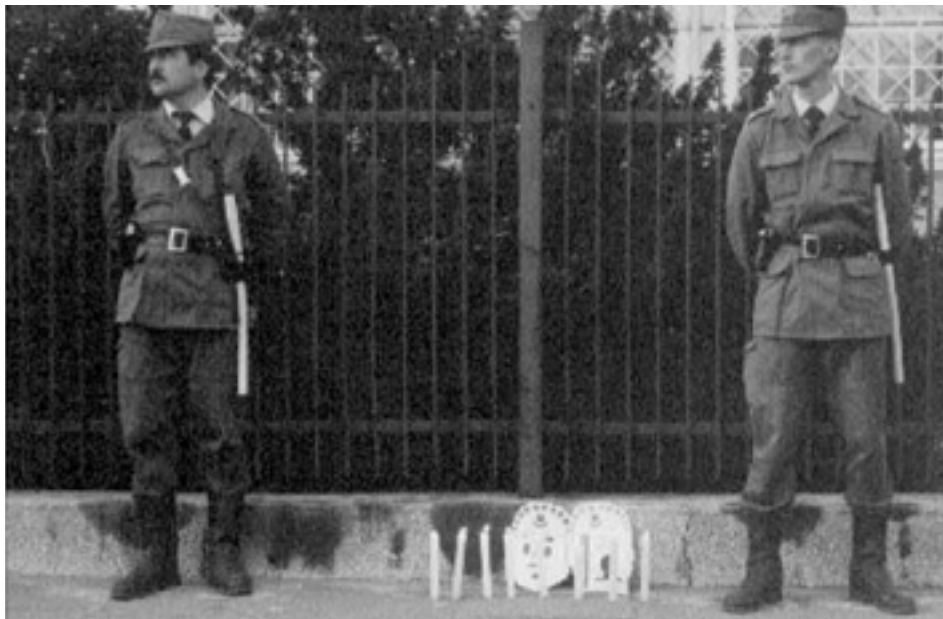
Спробуйте отримати копію графіка візиту. Чи можливо влаштувати громадську присутність АІ на кожному заході? Нехай меседж АІ буде простим: “АІ хоче говорити”, “Звільніть ... зараз!”, “Чи ... засудить катування учасників протестів у цій країні?”.

На кожному місці намагайтеся роздавати матеріали із висловами занепокоєння АІ іншим учасникам – або надайте їм листа із проханням підняти окреме питання або причину занепокоєння.

Національний форум

Бакре Уалі Ндіайє (Bacre Waly Ndiaye), Спеціальний уповноважений ООН з питань спрощених чи свавільних позасудових покарань, відвідав Австралію як гість Національного форуму, організованого австралійською секцією. Представники різних етнічних спільнот і родичі жертв дали свідчення про пережиті ними випадки порушення прав людини. Хоча цей захід не мав формального статусу, його активно висвітлювали ЗМІ; крім того, він надав організаціям і приватним особам набагато кращі знання про механізми ООН із захисту прав людини та їхнє практичне застосування. Він також підвищив поінформованість громадськості про масштаб порушень прав людини в усьому світі.

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ КОНТАКТИ З ПОСОЛЬСТВАМИ



Охорона стоїть перед китайським посольством у Варшаві, Польща, де учасники протестів залишили свічки і маски протягом кампанії AI проти порушень прав людини у Китаї. Члени AI провели акцію протесту протягом візиту китайської офіційної делегації до Польщі, щоби підкреслити порушення прав людини силами безпеки Китаю у Тибетському автономному регіоні. Учасники одягали маски, прикрашені на зразок традиційних тибетських масок.

© AI

Посольства є реальними і символічними представниками інших урядів у вашій країні. Як такі, вони надають AI цілий спектр можливостей для організації кампаній. Зустрічі з офіційними представниками посольств дозволяють AI передати занепокоєння безпосередньо урядам, отримати інформацію про ситуацію у сфері прав людини в країні і встановити діалог між AI та представниками влади. Посольства можуть надати точку прикладення зусиль для символічних акцій і демонстрації занепокоєння. Цей розділ розглядає:

Зміст

- Візити до посольств / 125
 - Підготовка візиту / 125
 - Організація візиту / 125
 - Делегація AI / 126
 - Зустріч / 127
 - Подальші дії / 128
- Повсякденні стосунки з посольствами / 129
- Встановлення контактів з посольствами / 130
- Протести біля посольств / 130

Візити до посольств

Посольства відіграють роль пунктів відстежування того, що відбувається у країні, де вони розміщені, щоб захистити інтереси власної держави. Загалом посол не має повноважень ухвалювати рішення незалежно і повинен буде звітувати своєму міністерству закордонних справ про зустрічі. Звісно, посольство може вчиняти значний вплив тим, як воно звітує перед своїм міністерством закордонних справ, або тим, як воно просить про подальші інструкції.

Більшість країн не мають посольств у кожній країні, з якою у них встановлені дипломатичні відносини. Часто представник відповідає за дипломатичні відносини з кількома сусідніми країнами. Якщо посол, акредитований в одній країні, має постійне представництво в іншій, важливо мати добру комунікацію між секціями AI у обох країнах для координування візитів і обміну інформацією. Листи можна надсилати без попередніх консультацій між секціями, хоча якщо плануєте масштабні ініціативи, варто провести консультацію.

Імена і адреси послів можна знайти у телефонних довідниках або у довідниках, які щорічно публікують більшість міністерств закордонних справ.

Підготовка до візиту

Підготовка – це ключ до успішного візиту до посольства. Якщо візит є частиною кампанії, матеріали кампанії повинні містити інформацію, необхідну для цього візиту. Делегати AI повинні бути добре поінформовані про занепокоєння AI і чітко розуміти, чого планують досягти з допомогою цього візиту. Корисно також продумати заздалегідь належні відповіді на можливі реакції посла щодо питань, які підніматиме делегація.

Відвідування посольства потрібно координувати, як зсередини секції, так і стосовно можливих дій Міжнародного секретаріату. У деяких секціях також може виникнути потреба у координації дій між лобістами, галузевими асоціаціями та іншими групами зі спеціалізованими функціями. Цю координацію повинен виконувати головний офіс секції або спеціальний координатор для візитів у посольства, можливо, член ради.

Якщо візит до посольства не є частиною кампанії і не запропонований МС, часто буває варто порадитися з МС до того, як просити про зустріч. Ймовірно, МС зможе дати вам поточну інформацію про країну і запропонувати окремі питання, які варто було б підняти протягом візиту.

Організація візиту

Перший крок – це прохання про зустріч з послом. Необхідно дотримуватися дипломатичного стилю у спілкуванні з посольством. Листи мають бути ввічливо сформульовані, добре представлені і включати належні форми звертання (наприклад, до посла слід звертатися «Ваша Високоповажносте»). Відходи від цього стилю можуть призвести до зворотних результатів, і посол може образитися. Своє прохання потрібно викласти у листі, у якому слід:

- подати короткий опис AI, до якого додають копію мандату AI;
- узагальнити причини занепокоєння, які ви хочете підняти на зустрічі з послом;
- запропонувати організувати зустріч і вказати можливу дату зустрічі;
- подати список осіб, які будуть включені до делегації AI і усі посади, які вони обіймають у секції;
- пояснити, що представник офісу секції зателефонує до посольства, щоби підтвердити плани щодо зустрічі.

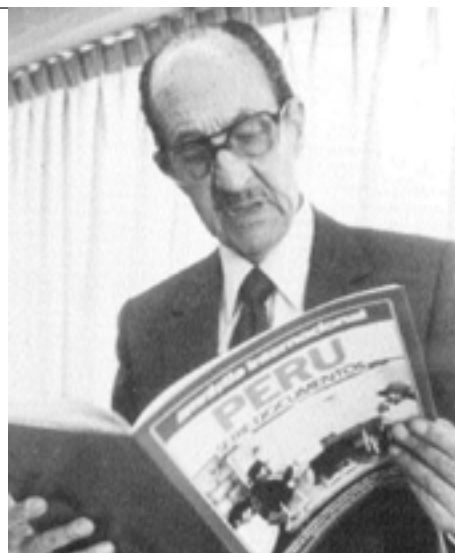
Оскільки посол є найвищим за рангом представником його чи її уряду, прохання про зустріч повинен підписувати найвищий за рангом представник секції, наприклад, голова чи директор.

Якщо ви не отримаєте ніякої відповіді протягом двох тижнів, особі, відповідальній за організацію зустрічі, слід зателефонувати до посольства і запитати, чи отримали вони листа і чи можна признати зустріч. Посольство могло не відповісти через те, що посол не готовий до зустрічі, але важливо, щоб у посольства не з'явилося враження, що секція втратила інтерес просто тому, що не отримала од-



Перуанський дипломат читає Звіт AI 1995 року щодо Перу

© AI



разу ж позитивної відповіді. Може виникнути необхідність телефонувати знову раз на один-два тижні.

Якщо відповіді від посольства так і не буде, потрібно надіслати другого листа, пояснюючи важливість зустрічі для секції. Цим листом також можна попросити пояснити, чому посольство не готове організувати зустріч.

Якщо посольство навіть після цього не погодиться на зустріч, інформацію і причини занепокоєння, які мали б підняти на зустрічі, можна викласти у листі. Слід вкласти у додаток документи або службові записки, підготовлені секцією, і поставити конкретні питання стосовно цієї інформації та причин занепокоєння АІ. Якщо відвідування посольства було запланованою частиною кампанії, секція має обдумати можливість появи у посольстві без попередньої домовленості, щоб подати петицію або звіт АІ (див. нижче).

Посольство може запропонувати зустріч з посадовцем більш низького рівня. Деякі секції приймають такі запрошення, але присилають представника нижчого рівня від АІ, щоб наполягти на зустрічі між директором/головою секції АІ і послом для обговорення суті занепокоєння АІ. Потрібно остерігатися, щоб не потрапити у пастку спілкування лише з посадовцями, які відповідають за зв'язки з громадськістю.

Делегація АІ

Склад делегації АІ, яка піде на зустріч до посольства, потрібно затвердити до того, як просити про зустріч. Делегація АІ повинна складатися принаймні з двох, але зазвичай не більше, ніж трьох осіб.



Делегація повинна знати про мандат і політику АІ, а також особливі причини занепокоєння АІ щодо цієї країни. Члени також повинні знати загальнополітичну ситуацію у країні.

Деякі секції АІ пропонують навчання майбутнім делегатам до посольств, але навіть проста рольова гра може допомогти зміцнити впевненість, передбачивши можливі запитання.

У деяких випадках може бути корисно залучити до делегації осіб, які не є членами АІ, наприклад, члена парламенту, науковця чи письменника, відомих своїм занепокоєнням правами людини або особливою зацікавленістю країною. Зазвичай, невдалою ідеєю буде залучення до делегації журналіста, оскільки це може вплинути на ставлення посла до делегації. Делегат, який не є представником АІ, повинен бути об'єктивною і неупередженою людиною. Також важливо, щоб він чи вона був знайомим з мандатом АІ.

Делегати АІ повинні зустрітися принаймні один раз перед зустріччю з послом для того, щоб:

- ознайомитися з питаннями, які потрібно буде підняти;
- вирішити, як подавати інформацію і хто буде представляти кожну причину занепокоєння;
- призначити "керівника делегації", який буде відповідати за представлення членів делегації послу і представляти АІ загалом.

Якщо дозволяє час, групи, які працюють над окремими справами з певної країни, можна повідомити про візит заздалегідь і заохотити їх представити короткі звіти про свої справи разом із запитаннями, які вони хотіли б обговорити з послом.

Цю інформацію можна упорядкувати у службову записку. Якщо немає часу на консультації з групами, цю інформацію можна отримати в офісі секції. У будь-якому разі, необхідно дотримуватися інструкцій і передавати лише ту інформацію, яка призначена для зовнішнього користування.

Інформацію щодо інших причин занепокоєння АІ можна також підготувати у формі короткого документу або службової записки. У більшості випадків цю інформацію можна знайти у матеріалах кампанії або акції, які МС поширює серед секцій. Можна використовувати лише матеріали для зовнішнього користування. Рекомендації, які містяться у термінових закликах, та інші матеріали кампаній використовувати не слід. Можна використовувати матеріали «Новин Міжнародної амністії» (Amnesty International News).

Якщо зустріч призначена наприкінці кампанії, можна зібрати досьє усіх публікацій у ЗМІ щодо кампанії як спосіб продемонструвати рівень занепокоєння.

Може бути корисно спробувати дізнатися більше про досвід посла та інших працівників посольства. Вони професійні дипломати, чи їх призначив уряд? Чи мають вони відомі інтереси? Однак загалом не слід піднімати особисту інформацію про них.

«
Члени бельгійської (франкомовної) секції перед посольством США протестом кампанії АІ проти смертної кари у 1987 році

© АІ

Зустріч

Член делегації повинен робити нотатки щодо ходу зустрічі. У деяких випадках працівник посольства також вестиме записи. Не слід використовувати диктофони, оскільки це може бути сприйняте як неввічливість. Якщо посол веде аудіозапис розмови, делегація може попросити копію запису, хоча все одно слід покладатися на власні нотатки.

■ Як представити себе і AI

Голові делегації слід почати з висловлення подяки послу за надання можливості представити причини занепокоєння AI і відрекомендувати членів делегації AI.

Далі потрібно коротко розповісти про AI. Розповідь повинна містити загальний опис AI: її мандату і загальної політики щодо неупередженості, прийняття коштів і незалежності – а також її робочих методів (див. «Посібник Міжнародної Амністії» (Amnesty International Handbook)). Ви можете також включити дуже короткий виклад структури руху, наприклад, кількість членів і груп у секції і відносини між міжнародним рухом і секціями.

Слід вказати на консультаційний статус AI або офіційні відносини з ООН (Економічно-соціальна рада ООН (ECOSOC), і Організація об'єднаних націй з питань освіти, науки і культури – UNESCO), Радою Європи, Організацією американських держав (ОАД), і Організацією африканської єдності (ОАЄ). Якщо це прийнятно, можна також згадати відносини вашої секції з вашим власним міністром закордонних справ чи парламентом.

Варто передати примірник останнього Звіту Міжнародної Амністії, останнього звіту про країну посла або останній випуск «Новин Міжнародної Амністії» (Amnesty International News). Запропонуйте організувати безкоштовне пересилання «Новин Міжнародної амністії» (Amnesty International News). Може бути корисно дати приклади міжнародних публікацій про звіт або матеріали ЗМІ з країни, де працює секція.

■ Виклад питань

Після вступних слів делегація повинна викласти конкретні питання і занепокоєння, які вона хоче підняти, і передати будь-які підготовлені документи. Потрібно пояснити функцію MC приблизно у такому ключі:

«Наша інформація була підготовлена Міжнародним Секретаріатом у Лондоні, де працюють експерти, які збирають і перевіряють звіти про порушення прав людини з усього світу. Якщо ви бажаєте прокоментувати цю інформацію, будемо раді передати ваші коментарі до Міжнародного секретаріату».

Вам слід згадати, що хоча ви розумієте, що посол може не мати можливості ухвалювати рішення чи робити коментарі без консультації з органами влади своєї країни, ви очікуєте, що посол передасть занепокоєння своєму уряду.

Ви повинні також вказати, що AI зацікавлена у діалозі з послом і сподівається отримати відповіді на підняті питання, особливо інформацію щодо конкретних справ і окремих причин занепокоєння. Тому важливо спробувати сформулювати конкретні запитання і включити їх до документів, які передаються послу. У більшості випадків посол не матиме жодної інформації щодо окремих справ, які ви піднімаєте, і не варто очікувати, що він чи вона зможе одразу ж надати інформацію чи підтвердження.

Посол, напевне, скаже, що буде зроблено запит щодо інформації, і вам потрібно спробувати отримати цьому підтвердження. Потрібно також пам'ятати, що хоча посол має значні засоби отримання інформації від міністерства закордонних справ, швидкість отримання інформації послом та її обсяг залежатиме від того, чи вважає міністерство висловлене занепокоєння важливим і чи готове воно пересилати інформаційні запити іншим органам влади у своїй країні. Однак сам факт того, що запит робиться через посла, може допомогти отримати відповідь.

■ Робота зі складними питаннями

Посол може спробувати ухилитися від прямого вирішення справи або може діяти згідно інструкцій просто критикувати AI. Потрібно спробувати це передбачити і підготуватися до можливих реакцій посла (більше порад див. у «Посібнику Міжнародної Амністії» (Amnesty International Handbook)).

Нижче наводимо кілька прикладів:

- Якщо посол каже, що інформація AI – це політична пропаганда, попросіть письмове підтвердження від уряду посла, де було б сказано, що інформація AI необґрунтована, і були б зазначені конкретні випадки неточностей. Скажіть, що якщо інформація AI невірна, вона буде публічно виправлена. Поясніть, що однією з причин прохання про зустріч була потреба попросити інформацію в уряду посла.
- Якщо посол каже, що він чи вона нічого не може зробити, відповідайте, що AI не просить про дії, які виходять за звичайні межі дипломатичних повноважень посла. Однак у цій ролі його чи її просять доповісти про це питання уряду і попросити відповіді на запитання, поставлені делегацією.
- Якщо посол запитає, яке право має AI втручатися у внутрішні справи

іншої країни, відповідайте, що захист прав людини – це міжнародна відповідальність, чітко прописана у Хартії ООН, Всесвітній декларації прав людини та інших міжнародних інструментах захисту прав людини. Це було підтверджене кінцевою декларацією урядів на Всесвітній конференції ООН з прав людини у Відні в 1993 році. Прочитуйте будь-які міжнародні угоди, підписані країною посла, зокрема Міжнародне положення про громадянські та політичні права. (Список країн, які ратифікували цей документ, див. у останньому числі звіту Міжнародної Амністії.) Згадайте, що надання АІ консультативного статусу у ECOSOC затвердило, що організація на зразок АІ відіграють легітимну роль у захисті прав людини.

- Якщо посол питає, чому АІ переймається лише питаннями його чи її країни, а не інших, поясніть, що АІ займає неупереджену позицію, і підкресліть, що АІ працює заради поширення і захисту прав людини у кожній країні. Населення країни посла, звісно, заслуговує на турботу про їхні права людини не менше за будь-кого іншого. Наголосіть на тому, що хоча АІ вважає за потрібне зосереджувати увагу на окремих країнах, щоб міжнародна громадськість дізналася про певні порушення прав людини, це не означає, що АІ займає позицію проти конкретної країни. АІ не проти жодного уряду – вона проти конкретних порушень прав людини, де б вони не відбувалися. Зробіть посилання на нещодавні звіти по країнах та кампанії.
- Якщо посол запитає, чому АІ не переймається певною іншою країною, розкажіть про причини занепокоєння АІ у тій країні, і вкажіть будь-які нещодавні звіти, опубліковані по тій країні (делегати повинні бути поінформовані про країни, які регулярно критикує країна посла). Це можна робити лише у відповідь на запитання посла.
- Якщо посол запитає, як АІ може знати про ситуацію у країні, не відвідавши її, згадайте будь-які нещодавні візити АІ до тієї країни і запитайте, чи погодиться посол на візит представників АІ. Якщо посол насправді погодиться на це, делегація повинна чітко дати зрозуміти, що пропозиція буде передана до МС.
- Часто піднімають питання щодо позиції АІ стосовно порушень прав людини, скоєних збройними опозиційними угрупованнями. Потрібно дізнатися про позицію АІ з цього приводу і будь-які дії, вжиті АІ, або заяви, які вона зробила щодо порушень, скоєних збройними політичними групами у країні посла.

- Делегація повинна бути знайома з поточною політичною ситуацією у рідній країні посла та її нещодавньою історією. Однак стежите за тим, щоб не втягнутися у політичні дебати стосовно цієї країни. АІ не виносить суджень щодо політичних причин порушень прав людини.
- Делегація також повинна бути обізнана з відповідними інструментами захисту прав людини, наприклад такими, як Всесвітня декларація прав людини, Конвенція громадянських та політичних прав (ICCPR) та Стандартні мінімальні правила ООН поводження з ув'язненими. На них потрібно посилалися у разі необхідності протягом зустрічі.

Наприкінці зустрічі голова делегації повинен підвести короткий підсумок зустрічі, зробивши наголос на будь-яких висловлених проханнях чи досягнутих домовленостях. Делегація має проінформувати посла, що вона повідомить МС про результати. Подякуйте послу за турботу, яке він чи вона продемонстрували, виділяючи час для зустрічі, і висловіть сподівання, що посол повідомить своєму уряду про майбутні представлення секції або місцевих груп.

Подальші дії

Потрібно надіслати листа послу одразу після зустрічі із подякою йому чи їй за зустріч із делегацією АІ, з підсумком загальних аспектів зустрічі та підтвердженням будь-яких висловлених прохань або досягнутих домовленостей, у тому числі будь-яких домовленостей щодо подальших зустрічей. Вкладіть будь-які публікації, які ви пообіцяли надіслати.

Якщо жодної відповіді не буде отримано приблизно за місяць, слід надіслати ще одного листа із нагадуванням про зустріч, а також прохання чи домовленості, висловлюючи надію, що посол скоро зможе надати інформацію. Секція повинна надіслати подальші нагадування через рівні проміжки часу, і якщо у тій країні зміниться становище у сфері прав людини, ці зміни потрібно узагальнено викласти у листах.

Ви маєте надіслати звіт аналітику МС, який відповідає за цю країну, одразу після візиту. У звіті слід вказати:

- дату і місце зустрічі;
- список учасників від посольства і від секції (імена та посади);
- причину зустрічі (частина кампанії чи акції, ініційована АІ чи посольством, реалізація домовленостей попередньої зустрічі, тощо);
- будь-які проблеми, які виникли із ор-

ганізацією зустрічі (небажання посольства);

- підсумок зустрічі, включно з конкретними справами, піднятими делегацією (потрібно додати копії документів, підготовлених для зустрічі), і реакцією посла;
- будь-які домовленості, досягнуті з послом;
- будь-які обіцянки, які дав посол;
- подальші дії, які планує секція;
- запитання щодо ідей подальших дій, які можуть виникнути у МС.

Ви повинні надіслати копії будь-яких відповідей, які ви отримуєте від посла, аналітику МС з питань цієї країни.

Місцеві групи, які працюють над справами країни, слід повідомити про візит. Це можна зробити, надіславши їм копію листа, який направляється послу після зустрічі, або копію звіту до МС. Якщо посол пообіцяв зайнятися справами, представленими до його чи її уваги, потрібно заохотити місцеві групи надіслати копії їхніх листів керівним органам країни посла.

Раду секції або інших координаторів потрібно також поінформувати про візит, надіславши їм копії листів, направлених послу після зустрічі, або копію звіту до МС. Копії усіх листів і звітів зустрічі потрібно підшити до справи у головному офісі секції.

Оприлюднення

Не секрет, що АІ шукає зустрічі з посольствами для того, щоб донести своє занепокоєння і спробувати отримати інформацію. Однак часто буває корисно залишити ці зустрічі конфіденційними і не розголошувати інформацію про них. Це може створити атмосферу спільної довіри і впевненості, які можуть спростити діалог і заохотять посла надати інформацію, яку прагне отримати АІ.

Повсякденні стосунки з посольствами

Візити не можуть бути частими подіями – більшість секцій не мають ресурсів для цього, і посольства навряд чи будуть заохочувати часті візити. Однак секції повинні намагатися зробити регулярні контакти з посольством частиною повсякденної роботи. Якщо ви не можете організувати зустрічі, спробуйте іншими шляхами передати занепокоєння АІ послу.

Не забудьте надіслати копію усіх звітів АІ про країну до посольства у день випуску або у день оголошення ембарго. Уряд отримає копії документів раніше, і доброю практикою буде проінформувати

Якщо посольство постійно відмовляється від зустрічі, секція може подумати про те, щоб опублікувати цей факт і висловити жаль з приводу позиції посольства. Добре було б проконсультуватися з МС перед тим, як це зробити.

Якщо посольство оприлюднює результати зустрічі з АІ, секція також може вільно публікувати зміст зустрічі у бюлетені секції або прес-релізі. Якщо інформація, яку публікує посольство, вводить в оману або містить неточності, секція повинна це спростувати. Посольство слід поінформувати, наприклад, надіславши прес-реліз, матеріали публікацій або бюлетень секції.

Якщо посол відмовляється зустрічатися з АІ, такі прийоми можуть допомогти переконати їх погодитися на зустріч.

- попросіть інших, наприклад, членів парламенту, стати посередниками або підняти питання у спілкуванні з послом;
- згадайте про відмову під час спілкування з вашим власним урядом;
- дізнайтеся графік роботи посла і влашуйте так, щоб присутні на зустрічах або заходах згадали про цю відмову, або організуйте присутність членів АІ при вході на зустріч, щоб вони підняли питання відмови, коли посол йтиме на зустріч або повертатиметься з неї;
- виясніть, з ким посол зустрічається більш регулярно, і попросіть його співрозмовників підняти це питання;
- використовуйте оприлюднення та ЗМІ – якщо журналіст запитає вас про позицію уряду, ви можете пояснити, що про це важко дізнатися, оскільки посол відмовився зустрітися з АІ і обговорити причини її занепокоєння;
- дізнайтеся, які існуючі організації можуть зміцнити стосунки між вашою країною та обраним для кампанії суспільством, і попросіть їх про підтримку.

посольство. Ви можете надіслати супровідного листа, у якому пояснити, що АІ публікує звіт і піднімає окремі причини занепокоєння, висвітлені у звіті. Це дасть можливість журналістам і іншим звернутися до посольства за коментарями.

Місцеві і координаційні групи можуть використати посольства як канали для підняття питань стосовно їхніх справ. Групи можуть надсилати копії листів для представників влади через посольства – це може навести посла на думку повідомити свій уряд про отримання листів. Члени також можуть надсилати особисті листи

послу із конкретними запитаннями щодо окремих справ та з проханням переадресувати ці запитання органам влади у власній країні посла.

Секції можуть надсилати примірники «Новин Міжнародної Амністії» (Amnesty International News) або Звіту Міжнародної амністії (Amnesty International Report) до посольства; ці публікації виходять англійською, арабською, іспанською та французькою мовами.

Іноді посол або працівник посольства може зробити письмове звернення до місцевої преси щодо звіту або заяви АІ. Якщо такі листи містять неточну інформацію про АІ або її занепокоєння у країні, секція повинна спробувати дати відповідь, надіславши листа до газети із поясненням, що таке АІ і які причини її занепокоєння у цій країні.

Посольства іноді запрошують представників АІ відвідати офіційні прийняття та інші заходи. Секції повинні уважно зважити, піде їм таке відвідування на користь чи завдасть шкоди.

Коли особливо важливими є негайні дії, наприклад, згідно з Акціями термінової

допомоги, можна поміркувати над тим, щоб попросити дружньо налаштованого журналіста навести довідки про справу за своїми професійними каналами, а не від імені АІ.

Ймовірно, що послы будуть особливо чутливі до тону публікацій про їхню країну і можуть докласти особливих зусиль, щоб одержати відповідь або поінформувати свій уряд про те, що ЗМІ зацікавилися певною справою.

Деякі посольства мають спеціальний дипломатичний персонал або працівників, які займаються питаннями прав людини. Зустрічі та регулярні контакти з цими посадовцями можуть бути корисними. Окремі особи можуть мати бажання неформально дати корисні поради АІ або сприяти отриманню інформації. Однак уряди і посольства використовують дедалі складніші механізми роботи з критикою їхньої правозахисної роботи, і часто ці посадовці більше переймаються піаром, ніж захистом прав людини. Уникайте втягнення у тривалі і відволікаючі дискусії, які не стосуються безпосередньо причин занепокоєння АІ і мають на меті завадити АІ зробити публічні заяви.

Організація контактів з посольствами

Зручно, якщо одна людина або група координує контакти з посольством. Посольства можуть заплутатися, якщо отримуватимуть запити від працівників різних рівнів однієї секції, і в результаті просто дати негативну відповідь на усі ці запити. Важливо також, щоб секція повсякчас була добре обізнаною щодо всіх звернень до посольств та їх результатів для того, щоб краще планувати майбутні візити. Потрібно попросити групи інформувати головний офіс секції про всю переписку або контакти з посольствами. Щодо всіх контактів потрібно вести записи, які можна підшити до справ разом зі звітами щодо попередніх зустрічей та копіями листування.

Той факт, що контакти з посольствами скоординовані, не повинен відбивати бажання у місцевих або координаційних груп висловлювати занепокоєння АІ або просити про інформацію. Потрібно використовувати координацію для того, щоб підвищити ефективність та дієвість контактів. Місцеві та координаційні групи повинні знати про роботу секції у сфері координації контактів з посольством, включно з іменами відповідальних осіб та процедурами, якими секція погодилась керуватися при організації зустрічей.

Протести біля посольств

Посольства можуть бути важливим осередком протестів та пікетувань. Широкий громадськості та ЗМІ легше буде побачити спрямованість протестів, які проводяться перед посольством певної країни.

Можна організувати передачу Звіту Міжнародної Амністії від делегації АІ до посольства або до ряду посольств. Попросіть знаменитість взяти участь у роботі

цієї делегації, щоб допомогти гарантувати широке висвітлення (переконайтеся, що вони добре проінформовані, якщо ви хочете, щоб вони давали інтерв'ю).

Якщо порушення прав людини у певній країні потрапляють у заголовки газет, організуйте протест перед посольством, щоби максимально скористатися потенційним висвітленням у ЗМІ.

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ ПІДТРИМКА ЗНАМЕНИТИХ ЛЮДЕЙ



Еліс Уокер надала підтримку першій конференції, спрямованій на підвищення обізнаності громадської думки щодо питань спотворення жіночих геніталій, проведеної у 1996 році в Гані. Тут вона зображена під час зустрічі з делегатами AI з Того, Беніну та Нігерії.

© AI



“

Діяльність активістів часто є моєю музою”.

**Еліс Уокер,
«Усе, що ми любимо,
можна зберегти».
«Активізм
письменників»,
Womens Press**

Залучення знаменитостей до підтримки AI може бути корисним як частина конкретних кампаній, для проведення кампаній у ширшому сенсі та для залучення нових членів. Відомі люди можуть допомогти вплинути на громадську думку щодо певних питань, а також зміцнити імідж AI як неупередженої організації, яку підтримують представники всіх верств суспільства із широким спектром політичних поглядів. Цей розділ розглядає такі питання:

Зміст

- Як підтримка знаменитостей може допомогти AI / 132
- Як максимально використати підтримку знаменитостей / 133

Як підтримка знаменитостей може допомогти AI

Кампанії інформування громадськості у багатьох суспільствах використовували приклад знаменитостей як «рольові моделі» для обраної аудиторії. Наприклад, у низці країн у кампаніях проти расизму брали участь зірки спорту та музиканти, які робили тверді переконливі заяви для кращої обізнаності населення і підтримки антирасистських настроїв серед молоді, яка ототожнює себе з відомими людьми.

Публічна підтримка знаменитостей може також допомогти у визначенні іміджу організацій та кампаній. Якщо у вашій країні AI сприймають як організацію з політичним ухилом, тоді громадська підтримка знаменитостей, яких ототожнюють із широким спектром політичних думок може допомогти подолати цей імідж.

Таким чином, якщо кампанія присвячена питанням, які викликають особливо багато протиріч у суспільстві, і де існують побоювання, що кампанія може не залучити достатньо широку підтримку, необхідну для успіху, тоді схвалення знаменитостей може допомогти подолати перешкоди і поліпшити сприйняття піднятих питань.

Підтримку знаменитостей можна використати безпосередньо для залучення громадської підтримки. Секції AI заручалися підтримкою знаменитостей різними способами:

- переконували знаменитостей підписати (і написати) листи-звернення поштової розсилки до існуючих і потенційних прихильників із проханням про пожертви;

- просили їх взяти участь у рекламних заходах і зверненнях кампанії по телебаченню і радіо;

- просили їх використати свою мережу контактів для залучення підтримки до справи AI.

Участь знаменитостей у заходах кампанії та медіа-конференціях може зацікавити ЗМІ у подіях, які інакше отримали б менше висвітлення. Секції AI залучали відомих письменників, добре знайомих суддів та політиків для презентації звітів. Вони залучали поп-зірок, політиків та акторів до акцій, які дають гарні можливості для фотографування, такі як пікетування зі свічками.

У багатьох суспільствах слава приносить із собою фінансові винагороди і дає додаткову цінність усьому, що асоціюється з людиною, від шарпеток до автографу! Секції AI отримували:

- прями подарунки у вигляді творів мистецтва від художників;

- безкоштовні виступи музикантів на концертах для збору коштів, тощо;

- речі знаменитостей, пожертвовані для "аукціонів знаменитостей" або розпродажів;

- прості грошові пожертви.

“

Масштаб порушень прав людини величезний, і ми повинні боротися з цим».

Ноам Хомски (Noam Chomsky), лінгвіст Технологічного інституту Массачусетса, США, зробив звернення на конференції AI щодо захисту борців за права людини у Латинській Америці. Конференція була проведена у Колумбії в травні 1996 року.



Генеральний секретар AI П'єр Сане та Архієпископ Південної Африки Дезмонд Туту на відкритті кампанії щодо Нігерії. Південна Африка, листопад 1996 року

© AI



Деякі знаменитості можуть захотіти використати ім'я чи ресурси AI для подальшого просування своєї кар'єри або можуть вимагати рівня підтримки, який ніяк не вплине на надходження чи підтримку, які отримує AI. Пам'ятайте, що ви – а не знаменитість – вирішуєте, якого гатунку підтримку хоче отримати AI. Ступінь сприяння справі AI повинен залишатися головним чинником під час планування будь-якого заходу чи акції.

Як максимально використати підтримку знаменитостей

Нижче наведені деякі ідеї, які можуть стати у нагоді:



Підказки

- ❑ Якщо ви презентуєте звіт, вибирайте знаменитість обережно, щоб ваш вибір не зробив питання банальним або не зруйнував меседж.
- ❑ Якщо ви хочете отримати висвітлення конкретної телевізійної мережі, підтримка відомої людини з цієї мережі може бути корисною.
- ❑ В ідеалі знаменитість повинна мати якийсь зв'язок із піднятим питанням, щоб мати хорошу відповідь на перше ж питання, яке поставить будь-який журналіст: «Чому ви берете участь у цій кампанії?»
- ❑ Там, де можливо, налагоджуйте прямі контакти з відповідними відомими людьми. Багато знаменитостей мають агентів, які відфільтровують прохання про підтримку. Це може бути додатковою перепоною, яку важко подолати.

Знаменитості отримують багато прохань про підтримку від організацій. Що чіткіше ви скажете, чого хочете від них, то вищою буде ймовірність одержання позитивної відповіді. Надання достатнього рівня інформації і організаційної підтримки від

початку допоможе забезпечити позитивний результат і заохотить знаменитість зміцнювати відносини з AI та працювати з вами у майбутньому.



Підказки

- ❑ Чітко вкажіть, що, коли і чому ви просите зробити.
- ❑ Чітко вкажіть, яку підтримку ви можете надати.
- ❑ Чітко вкажіть, чи будуть оплачуватися гонорари чи витрати – багато поп-концертів можуть потребувати дуже великих витрат.
- ❑ Надайте якомога більше загальної супровідної інформації.
- ❑ Упевніться, що внесок знаменитості буде вартий участі, і що знаменитість теж сприйматиме свій внесок як вартий участі.
- ❑ Хтось від AI повинен бути наготові, якщо виникне потреба надати детальну інформацію про AI, питання кампаній, політику, тощо.
- ❑ Визнайте внесок знаменитості належним чином, наприклад, надішліть листа подяки від імені голови або директора секції.



Вів Річардс (Viv Richards), капітан крикетної команди «Вест-Індіан» (West Indian), з членами секції Гани протягом Тижня AI, березень 1990 року

© AI



Підготовка матеріалів кампанії

Матеріали кампанії служать основним інструментом інформування населення, підвищення обізнаності та діяльності протягом кампанії. Ця глава розглядає зміст, дизайн, розробку і формат деяких з цих матеріалів, зосереджуючи увагу на таких продуктах як: проспекти, матеріали для ознайомлення, постери та листівки. Опис решти інформаційних матеріалів (таких як відеоматеріали, звернення поштової розсилки, рекламні матеріали та прес-релізи) наведено у главах 5 і 9.

“

Недостатньо прицілитися, потрібно влучити у ціль.”

Італійське прислів'я

Зміст

- Вибір матеріалів / 135
- Зміст / 135
- Написання та редагування / 136
- Дизайн / 136
- Друк / 137
- Проспекти / 139
- Інформаційні матеріали / 140
- Доповіді / 140
- Постери / 141
- Плакати / 142
- Транспаранти / 142
- Бюлетені новин / 142
- Фотовиставки / 143
- Листівки / 143
- Наліпки / 144
- Відео- та аудіоматеріали / 144
- Матеріали від МС / 145
- Ведення кампаній в інтернеті / 145

Вибір матеріалів

Як і в будь-якому іншому типі комунікації, найважливіший етап полягає у чіткому визначенні цілі перед тим, як вирішити, якими засобами її досягати. Комунікація має якомога краще відповідати веденню кампанії та цілям розвитку.

Визначення цілі комунікації простим реченням повинно допомогти вам точно визначити цільову аудиторію. Це впливає на форму спілкування, яку ви використовуватимете.

Чітке розуміння ресурсів, що є, допоможе зосередити обговорення на меті. Ви рідко матимете можливість підготувати всі матеріали з такою якістю, як би вам хотілося.

Такі питання можуть допомогти вам вирішити, яким буде найкращий набір матеріалів для будь-якої окремої кампанії.

ЗАПИТАННЯ

❑ До якої аудиторії ви намагаєтесь звернутися?

Вам потрібна максимальна кількість людей, люди, які відвідують певне місце, чи певна група населення, з якою ви працюєте?

❑ Яку інформацію ви хочете передати?

Ви хочете прорекламувати подію або де-

монстрацію, чи дати інформацію про кампанію, чи розповісти людям, як вступити до AI?

❑ Які дії вам потрібні?

Ви хочете, щоб люди прийшли на якийсь захід, написали лист протесту чи зробили пожертву?

❑ Які методи поширення інформації вам доступні?

Які місця доступні для розвішування постерів чи матеріалів виставки? Хто поширюватиме проспекти? Чи будуть заходи або інші можливості для поширення проспектів?

❑ Чи надовго повинно вистачити матеріалів?

Це проспект про членство, примірники якого будуть нам потрібні протягом усього року, чи проспект, який рекламує демонстрацію, що його потрібно роздати протягом тижня і який ви пізніше ніяк не зможете використати?

❑ Скільки у вас грошей?

Якщо потрібно вибирати між проспектами і постерами, то що більше відповідатиме цілям кампанії? Якщо надрукувати одноколірові, а не двоколірові проспекти, чи дасть це вам можливість надрукувати ще й постери?

Зміст

Зміст кампанії і рекламних матеріалів постійно змінюється. Однак корисно пам'ятати формулу УІБД:

■ **приверніть увагу**

У багатьох суспільствах люди перевантажені інформацією, тоді, коли їм потрібно робити дедалі більше справ. Якщо ваш меседж не зможе привернути увагу одразу, надалі він вже нічого не зможе зробити.

■ **викличте інтерес**

Ваша аудиторія повинна мати можливість співвіднести себе з вашим меседжем або питанням і відчувати цікавість до нього.

■ **заохочуйте відчувати бажання**

Якою б сумною не була сутність інформації AI, спілкування має переконати читача побажати щось зробити.

■ **швидка дія**

Матеріали мають перетворювати бажання щось зробити у практичну дію – написання листа, пожертву, вступ до AI.

Люди мають відчувати зв'язок зі змістом. Може, більшість прихильників AI і цікавляться світом поза межами їхньої місцевості, але не обов'язково те саме стосується більш широкої громадськості, до якої апелює AI.

Наприклад, порушення прав людини у Північній Ірландії у Великій Британії, сприйматимуться більш реально, якщо суспільство знатиме, що вбивства відбувалися у громаді з такою ж кількістю жителів, як і в їхньому місті. Вони можуть встановити зв'язок з невідомим з допомогою відомих їм речей. Ви можете надати їм інструмент для побудови власних ментальних образів.

Якщо у вашому суспільстві країну, щодо якої ведеться кампанія, сприймають як центр цивілізації чи популярне місце туризму, можна використати такі знання, щоби розповісти про реальний стан справ у сфері захисту прав людини. Подумайте про образ, який ваша цільова аудиторія асоціює з країною чи проблемою, а тоді – про образ, який ви хочете їм показати. Як ваші матеріали можуть перетворити один образ на інший?

На ваш вибір впливатиме багато факторів, наприклад, скільки ви маєте місця чи часу, щоб викласти свою розповідь.

Перед тим, як скласти чорновий варіант, запишіть ключові моменти, які ви хочете передати. Знайдіть для них природний порядок, щоби від попереднього пункту був поступовий перехід до наступного.

Якщо ви хочете, щоб люди діяли, ваш матеріал має виявити потребу або проблему, змусити читачів відчувати свою причетність до справи і дати їм віру, що вони мають сили щось з цим зробити.

Робіть усі матеріали стислими. Використовуйте короткі слова і речення.

Написання та редагування

Якщо ви просите когось написати текст проспекту чи статтю до газети, ви маєте надати цій людині дуже чіткі і зрозумілі матеріали. Вони мають визначати:

- суть і погляд, які мусить відтворювати продукт;
- будь-які базові моменти, які ви бажаєте висвітлити;
- інформацію про цільову аудиторію, наприклад, рівень обізнаності щодо цієї теми;
- стиль публікації або інші фактори, які мають особливе значення для вашої кампанії (надайте приклади);
- обсяг продукту (кількість слів);
- термін виконання (передбачте додатковий час у графіку на вирішення можливих проблем).

Може бути корисним занотувувати всі ці аспекти, навіть якщо ви писатимете цей матеріал самостійно.

Виправити помилки набагато дешевше до того, як матеріал піде у друк, ніж після того. Редагування також важливе, оскільки AI має репутацію організації, яка перевіряє випадки і подає точну інформацію. Таку позицію можна легко підірвати, якщо

не редагувати уважно будь-який текст, який поширюватимуть серед широкої громадськості чи членів. Уряди використовували помилки AI для того, щоби покритикувати цю організацію та відвернути увагу від її зусиль у боротьбі за права людини.

Тому на додачу до граматики і стилю, редактори мають перевіряти точність фактів і політики. Вони мають додати заголовки і підзаголовки та переконатися у тому, що текст чіткий і легко читається.

Якщо роботу замовляли, проконсультуйтеся з виконавцем щодо внесених змін. Якщо його напрацювання не використали, повідомте його про це і поясніть причини ще до виходу публікації.



Двоколірний проспект з гарним дизайном, створений нідерландською секцією

Дизайн

Дизайн відіграє ключову роль у привабливості уваги, сприяє розумінню і задає тон образу. Його визначають перш за все на основі мети й особливостей аудиторії. Це одна з причин того, чому доповіді і проспекти мають різний вигляд.

Стили видавничого дизайну відрізняються у різних культурах та у різні часи. Далі наведемо кілька принципів, які можуть видатися корисними.

Підказки

- **Виберіть шрифт для назви та логотипа AI і використовуйте його в усіх публікаціях. Це допоможе створити міцний «імідж бренду» серед громадськості.**



- ❑ Заголовки мають бути короткі, написані великим, потовщеним шрифтом. Заголовки – це ваш найкращий шанс привернути чиюсь увагу і зацікавлення. «2 000 людей «зникли»», зазвичай, прозвучить краще, ніж «AI засуджує індонезійський уряд».
- ❑ Уникайте завеликої кількості шрифтів, оскільки це спантеличує і збиває зореве сприйняття. Використовуйте один шрифт (або один для заголовка і один для головного тексту) і використовуйте потовщений шрифт, курсив і ВЕЛИКІ літери, щоби підкреслити певні елементи або розбити текст на частини.
- ❑ Де тільки це можливо, уникайте повних сторінок суцільного тексту. Розбивайте текст на блоки, використовуючи марковані списки, підзаголовки, виділяйте елементи тексту звичайними або затіненими рамками, горизонтальними чи вертикальними лініями та колонками.
- ❑ Не бійтеся великих білих полів. Використайте їх, щоби виділити текст чи фотографії.
- ❑ Починайте кожен абзац з виділеної чи потовщеної великої літери.
- ❑ Використовуйте малюнки чи ілюстрації, які б затримували погляд, там, де вони допомагають розповісти історію.
- ❑ Дотримуйтесь чіткого і простого дизайну, а не химерного і перенасиченого.
- ❑ Колір збільшує кількість варіантів дизайну, але може суттєво підвищити витрати. Повноколірний друк дорожчий і може потребувати використання паперу кращої якості та більшої ваги. У свою чергу, це може підвищити витрати на друк і поширення/поштові відправлення. На додачу до цього, ксерокопії повноколірних матеріалів часто важко читати.

Друк

Існує чотири основних способи друку матеріалів:

■ Ротаторний друк

Ротатор дедалі більше виходить з ужитку завдяки розвитку технологій. Використання звичайних чорнил може зробити процес дуже неохайним. Однак він залишається дешевим способом друку великої кількості проспектів – основний трафарет можна вирізати з допомогою друкарської машинки і подальші витрати йтимуть лише на чорнило і папір.

■ Фотокопіювання/ксерокопіювання

Найпростіший і часто найдешевший спо-

сіб виготовити відносно прості матеріали у достатньо невеликій кількості – це зробити фотокопії. Навіть там, де фотокопіювальний пристрій одноколірний, можна використати папір різного кольору, щоби підсилити враження. Однак використання через його дешевизну низькоякісного копіювального пристрою може забезпечувати лише позірну економію, оскільки підриває ваш меседж та імідж.

Якість друку лазерних або струменевих принтерів зараз повністю підходить для розмноження на фотокопіювальному пристрої. Фотографії та інші зображення можна зісканувати, якщо існує така технологічна можливість. Дедалі частіше можна переносити фотографії та інші зо-

Орієнтовні матеріали для публікації

Варто зважити такі критерії, коли міркуєте над створенням статті чи проспекту. Їх можна використати для планування вашої власної роботи, а можна й надати як інструкцію комусь іншому.

- Формат (напр., проспект/стаття/постер)
- Обсяг (кількість слів)
- Мета/основний меседж
- Аспекти/факти, які потрібно включити
- Аудиторія (кому ви намагаєтеся донести повідомлення, що ви про них знаєте, як, коли і де будуть поширюватися матеріали)
- Передбачувана дія аудиторії (відвідування зустрічі/надання пожертв/вступ до AI/надсилання листів)
- Перший чорновий варіант потрібен до (дата)
- Остаточний варіант потрібен до (дата)

браження на комп'ютерні диски для подальшого виведення на екран. Якщо це неможливо, можна зробити «аплікацію»: розмістити різні фрагменти тексту та картинки на чистому листку паперу. Можна використати коригувальну стрічку або рідину, щоби прибрати залишкові лінії перед копіюванням.

Для більших кількостей, особливо там, де існує необхідність згинати папір, комерційний друк може виявитися дешевшим.

■ Оперативна поліграфія

Друкарні оперативної поліграфії, зазвичай, використовують більші та різноманітніші фотокопіювальні машини, ніж ті, що стоять в офісах. Вони можуть надрукувати і переплести великі документи, а також забезпечити повноколірний друк. Часто вони можуть виконати замовлення дуже швидко, оскільки їм не треба проводити такий процес підготовки, як звичайним друкарням. Матеріал, надрукований на лазерному принтері, має достатньо високу якість, щоб такі друкарні могли з ним працювати. Спершу дізнайтеся у них, що ви мають надати.

■ Комерційні друкарні

Якщо ви не знаєте, як підготувати матеріал для друку, порадьтеся з іншими організаціями, які багато друкують. Зустріньтеся з місцевими поліграфістами і дізнайтеся, які існують варіанти, скільки часу займають різні види робіт і за який час ви мають їх повідомити про майбутнє замовлення. З'ясуйте, у якій формі (наприклад, на плівці, диску чи папері) вони б хотіли отримати замовлення.

Якщо ви користуєтеся послугами професійних дизайнерів, вони, ймовірно, знають вимоги друкарень і також, можливо, зможуть порекомендувати хороших спеціалістів.

Під час роботи з друкарнями чітко вкажіть особливості кожного замовлення та заздалегідь дізнавайтеся ціну. Специфікації мають містити дані про кількість сторінок, особливості обкладинки, кількість примірників, розмір паперу, вагу паперу, колір і апретуру/шрифт, а також терміни виконання. Вони також мають містити інформацію про форму подання замовлення (наприклад, твір мистецтва, готовий до фотозйомки) і про те, чи потрібно продукт згортати, брошурувати чи комплектувати. Це слід погодити заздалегідь і записати якомога більше, оскільки багато що можна зробити невірно і важливо мати можливість притягти друкарню до відповідальності, якщо помилки трапляться з їхньої вини.

Багато змінних можуть вплинути на вартість і якість готової продукції. Наприклад, може бути багато різних видів паперу. Дізнайтеся, які ви маєте варіанти, і отримайте розрахунок вартості для кожного з них.

Вичитайте свій примірник до того, як надішлете його до друку. Вам доведеться заплатити друкарні за виправлення помилок після подання.

Ви маєте побачити і затвердити останні коректури до того, як почнеться друк. Друкарня може наполягати на формальному підписанні гранок вами (клієнтом) для того, щоб, якщо ви після друку зна-

Робочий список, який вказує такі критерії, може стати корисним обліковим матеріалом для роботи з комерційним поліграфічним підприємством:

- Назва/заголовок замовлення (напр., постер кампанії щодо Китаю)
- Розмір обрізки
- Вага/ тип/ обробка/ колір паперу
- Кількість
- Оправа (згинання/ зшивання скобами/ зшивання нитками/ брошурування/ склеювання блоку)
- Форма надання до друкарні
- Дата надання
- Остаточні гранки надати до (дата)
- Підписання гранок (особа/дата)
- Замовлення виконане до (дата)
- Заявлена вартість / назва фірми
- Контактна особа у друкарні

Робочий список
для замовлення
друку

їдете помилку, було зрозуміло, що передрукування відбуватиметься за ваш кошт.

У будь-якій кампанії можуть бути випадки, коли замовлення виконуватиметься терміново. Навіть тоді важливо вичитувати коректури ретельно. Зокрема, перевірте час, дати і цифри, а також чи зазна-

чена і правильно написана назва АІ.

Якщо ви маєте потребу у достатньо великому обсязі друку або маєте постійний потік замовлень, можливо, варто обрати одну друкарню, пояснити свої вимоги і укласти домовленість щодо цієї роботи.

Проспекти

Формати

У багатьох країнах світу проспекти найчастіше виготовляють у наступних форматах:

■ А5 (148 мм x 210 мм) – односторонній чи двосторонній.

Це найменший і найдешевший тип стандартного проспекту. З одного боку, припустімо, можна не розміщувати багато інформації, окрім заголовку або головного часу проведення заходу чи демонстрації, а на іншому можна вказати базові деталі кампанії або проблеми (і купон членства та/або пожертви). Такий роздатковий матеріал може привертати погляд, і його добре розміщувати на дошках оголошень. За однакових умов, можна отримати вдвічі більше за свої гроші, ніж від проспектів формату А4.

■ А4 (210 мм x 297 мм) – одно- чи двосторонні.

Основна перевага цього формату, порівняно з форматом А5, – це розмір, що дозволяє викласти більше тексту і тому більше даних про кампанію/питання. Він також буде кращим міні-постером. Його теж можна використати як роздатковий матеріал або розкласти на прилавках, щоб люди могли забрати його собі.

■ А4 – складений у формат А5 (4 смуги формату А5).

Згинання навпіл може справити враження міні-проспекта. Це вдалий спосіб розбити текст на елементи, що поліпшить зорове сприйняття і дозволить краще розмістити малюнки та ілюстрації. Зігнутий навпіл аркуш роздавати трохи менш зручно, ніж рівні аркуші.

■ А4 – подвійне вертикальне згинання (6 вузьких смуг).

Коли аркуш розділений на шість колонок, суть справи можна розбити на ще дрібніші елементи. Виникає більше простору для дизайну та послідовного ознайомлення читача з різними аспектами питання в міру того, як відкривається кожен розворот – із розділом, присвяченим практичним діям наприкінці. Хоча цей формат не дуже підходить для вивішуван-

ня на дошках оголошень, він популярний у багатьох організаціях для проспектів, призначених для нових членів. Він також має ту перевагу, що легко вкладається у конверт стандартного розміру.

Папір вагою від 80 до 100 г, зазвичай, підходить для усіх вищезгаданих проспектів.

Поширення

Проспекти можна поширювати такими способами:

■ Роздавання на вулиці та в інших громадських місцях. Імовірно, найбільшої ефективності можна досягти, якщо вибрати місцевість чи подію, де аудитория може бути зацікавлена у кампанії. Роздавання проспектів на організованих вами заходах чи протестах може: підсилити меседж, дати людям матеріал, який вони могли б забрати собі, щоби поміркувати над ним на дозвіллі, і надати інформацію, необхідну для того, щоб почати діяти.

■ Організації, які ведуть кампанію, роздають проспекти на зустрічах і демонстраціях інших організацій, якщо вважають, що учасники заходу захочуть дізнатися про подібні речі. Хорошою практикою вважається попередньо запитати в установи-організатора, чи немає у них заперечень проти такої вашої діяльності.

■ Кінотеатри або театри, які показують фільми чи вистави, пов'язані з роботою АІ, також можуть бути хорошим місцем для поширення проспектів.

■ Підсовування проспектів під двері чи просто в руки мешканців будинків може виявитись дуже трудомісткою справою. Однак це робить контакт більш індивідуальним і дає можливість обговорити питання особисто. Це може принести найкращий результат, якщо ви хочете залучити до події чи заходу місцеву аудиторію.

■ Залишайте проспекти у таких місцях, де, за вашими сподіваннями, їх підбере аудиторія, яку ви намагаєтесь охопити. Це може бути крамниця, приймальня офісу АІ, приймальні лікарів, тощо.

Інформаційні матеріали

Інформаційні матеріали (аркуш формату А3, зігнутий вдвоє, заповнений з обох сторін) виконують таку ж функцію, як проспекти, але спрямовані на іншу аудиторію.

Для таких осіб, як офіційні представники профспілок, представники релігійних чи юридичних організацій, проспекти не може включити всієї потрібної інформації та даних про діяльність. З іншого боку, повна доповідь AI дає задосить деталей.

Інформаційні матеріали можуть надати достатньо деталей і призначені для роздавання людям протягом або під час зустрічі AI, щоб вони могли:

- переглянути будь-які окремі справи, які ви згадували;

- освіжити в пам'яті загальну інформацію щодо питання та дій, яких від них просять;

- отримати простий доступ до питань, які потрібно підняти, а також окремі деталі, наприклад, адресу, на яку потрібно надсилати кореспонденцію.

Інформаційні матеріали можуть бути недорогими у виробництві. Привабливий дизайн легко створити одноколірним друком на кольоровому папері. Такий матеріал можна націлити на різні аудиторії з допомогою зміни деяких частин тексту. Для того, щоб знизити витрати, можна надрукувати на одному боці аркуша стандартний текст, а на іншій стороні – текст, який спрямований, наприклад, суто до представників профспілок чи юристів.

Доповіді

Доповіді AI – це найважливіший інструментом проведення кампаній. Вони наводять докази порушення прав людини, створюють підстави для дій, яких потрібно вжити, щоб припинити порушення, і часто дають жертвам надію, що люди не проігнорують мовчки їхні страждання.

Доповіді, складені на основі досліджень AI, – це сировина для протестів, лобювання, прес-релізів та проспектів. Завдання осіб, відповідальних за кампанії, полягає у забезпеченні того, щоб доповіді не залишалися на полицях збирати пил. Випуск доповіді дає можливість для висвітлення у пресі, особливо якщо заздалегідь доповідь вивчили на предмет можливих інформаційних приводів.

Оскільки AI видає багато доповідей, не всі висвітлюються у ЗМІ. Тому вам доведеться вирішити, яким доповідям ви приділите час і ресурси. Іноді висвітлення можна досягнути, просто передавши доповідь журналісту, який спеціалізується на країні або питанні.

Гарною практикою вважають надання певному посольству копії доповіді на момент її випуску. Це знак ввічливості, а

також спосіб упевнитися, що посольство знає, що AI активно працює у вашому суспільстві.

Доповідь також слід надіслати до вашого міністерства закордонних справ із листом, який підкреслює рекомендації, вказані у доповіді, та будь-які дії, про виконання яких ви хочете попросити ваш уряд.

Науковці, установи, бібліотеки, НУО, які працюють над питаннями окремої країни, а також інші організації можуть зацікавитися доповіддю і знайти можливість вжити заходів.

Деякі секції розробляють прості проспекти з рекламою нових доповідей, які після цього широко розповсюджують.

Доповіді можуть бути задовгими для деяких аудиторій, тож можна узагальнити інформацію у коротшому форматі, наприклад, у формі проспекту чи роздаткового інформаційного матеріалу (див. вище). Якщо ви це робите, повідомте дослідницьку групу МС, оскільки вони можуть надати свіжу інформацію і поради. Важливо, щоб на всіх цих матеріалах були

У кількох країнах групи AI встановлювали інформаційні намети, коли ставили н'єсу Арієля Дорфмана «Смерть та дівчина». Роздавали проспекти про порушення прав людини у Чилі, що й було темою н'єси.



Хоча постери завжди популярні серед членів AI, багато з них опиняються на стінах домівок членів чи залишаються у коробках і не виставляються на огляд громадськості.



Підказки

Коли постачаєте проспекти місцевим групам AI, надайте список пропозицій, де вони зможуть їх використати. Під час друку залиште місце, щоб вони могли включити місцеву контактну адресу та номер.

Найбільші постери – це ті, які бачать на рекламних щитах, що їх використовують комерційні підприємства. Деякі компанії дозволяють AI користуватися місцем безкоштовно або за дуже низьку плату. Навіть тоді дизайн постера усе ж потрібно спеціально розробляти і друкувати, і це може обійтися досить дорого. Постери на рекламних щитах можуть дати хороші можливості для фотографування на запуску інформації для преси.

Деякі організації з проведення кампаній спеціалізуються на творчій переробці комерційної реклами, щоб донести свій меседж або тому, що вважають офіційний меседж образливим. Переважно це незаконно. Компанія, чиї рекламні щити стають метою такої акції, може подати до суду, а особам, ввійманим на зміні інформації на рекламних щитах, може загрозувати кримінальна відповідальність.

Рекламні щити

Після розгону про-демократичних протестів у Китаї в 1989 році австралійська секція створила глянцева і привабливу брошуру (листок А4 з одним згином) з зображеннями кількох найбільш відомих туристичних пам'яток Китаю. Текст зосереджував увагу на занепокоєнні АІ з питань прав людини у Китаї. Ці брошури розповсюджували через австралійські туристичні агентства, оскільки стратегія визначила туристів важливою аудиторією.

Бюлетень, розісланий факсом широкому колу людей у Саудівській Аравії, був одним з ключових інструментів кампанії, який використав Мохаммед аль Масарі, дисидент з Саудівської Аравії, котрий живе у вигнанні. Він дійшов до людей, які прагнули інформації, частково крізь перешкоди на шляху потоку інформації і новин у Саудівській Аравії.

ззначені назва і адреса секції. МС розробляє коротші документи кампанії для великих кампаній.

Часом можна збирати кошти від людей завдяки передплаті ними доповідей АІ. У

Постери

Постери можуть змусити помітити вас і вашу кампанію завдяки своєму розміру та дизайну, за умови, що вони добре виставлені. Їх найкраще використовувати для:

- рекламування окремої події;
- підсилення ключового меседжу, гасла чи знакового зображення кампанії.

Корисність постерів значною мірою залежить від можливостей їх демонстрації. У багатьох країнах існують закони чи регуляторні норми, які впливають як на інформацію, яку потрібно включати (навіть дуже дрібним шрифтом, наприклад, назва друкарні або податковий номер), так і на те, де можна розміщувати постери. Важливо знати про ці регуляторні норми.

Серед звичайних місць вивішування постерів:

- дошки оголошень у бібліотеках, офісах, лікарнях, школах, будівлях органів місцевої влади тощо;
- вітрини магазинів чи вікна будинків;
- стіни, паркани й електроопори;
- кав'ярні та громадські центри;
- намети, стенди АІ;
- офіси інших НУО, профспілок тощо;
- автобуси, поїзди та трамваї;
- їх можна тримати в руках під час протестів.

Спосіб вивішування постерів може вплинути на їх законність чи бажання людей їх демонструвати. Наклеювання постера на електроопору з допомогою стрічки може бути незаконним, у той час, як використання для цього клею, – ні. Дізнайтеся про це у власника місця чи в інших організацій, які розвішують постери. Не використовуйте стрічку, яка пошкоджує поверхню під час відклеювання.

Якщо у вашому районі мало таких місць для розклеювання, тоді постери не найкращий спосіб донесення вашого меседжу.

Дизайн та зміст постера мають враховувати його аудиторію і ваші можливості з розклеювання.

деяких ситуаціях люди відчувають, що річ має більшу вартість, якщо за неї потрібно платити, але такого балансу складно досягти. Деякі секції також продають доповіді АІ широким колам громадськості, все для збору коштів.

Постер, який рекламує певну подію, має містити такі елементи:

- хто її організує і для чого;
- що це за подія: концерт, громадська зустріч тощо;
- коли вона проходитиме: час, дата і день тижня;
- де вона проходитиме: додайте карту, якщо місце не дуже відоме;
- ціна вхідного квитка, якщо це доречно;
- контактний номер/адреса.

Постер для стіни вздовж жвавої вулиці має бути великим і виразним, щоби виділятися. Постер, призначений для офісних стін, може містити більше інформації та бути меншим і не настільки виразним.

Вартість постерів залежить від методів виробництва, розміру та ваги паперу, кількості використаних кольорів тощо. Серед варіантів виробництва присутні рукопис, шовкотрафаретний друк, комерційний друк та фотокопіювання.

Постери зазвичай односторонні. Деякі організації, так само як і секції АІ, робили двосторонні постери. На одному боці було вражаюче зображення, а на іншому містилася інформація про кампанію та прохання про дії. В інших випадках одна сторона використовувалася для кампанії, а інша містила загальну інформацію про АІ, щоби постери можна було використовувати після завершення кампанії. Обидві сторони можуть бути відкриті на постерах, які вивішені у вікнах.

Корисно надати місцевим групам АІ постери, на яких розміщено назву і логотип/зображення АІ, а решта аркуша залишена порожньою, щоб їх можна було використовувати для реклами місцевих заходів. Також надайте окремим членам дрібні постери. Це можна дешево організувати, зробивши постером центральний розворот чи обкладинку вашого бюлетеня, якщо ви його видаєте. Надайте членам пропозиції щодо місць розвішування постерів.



Плакати

Плакати – це фактично постери на держаках. Вони можуть допомогти безпосередньо показати перехожим меседж будь-якого протесту чи пікету. А також сприяють у створенні привабливого зображення, яке може з'явитися у газетах чи на телебаченні.

Прикріпіть постери (A2 – 420 мм x 594 мм) до дещо більших шматків картону скобами, а тоді прикріпіть картон до невеликої дерев'яної планки (1 см x 1 см), довжиною приблизно 1 м.

Транспаранти

Транспаранти корисні як задній фон для намету, протесту чи прес-конференції, а також для демонстрацій. Що більше вони вражають та приваблюють, то більша ймовірність того, що подія буде висвітлена у газетах і на телебаченні. Транспаранти створюють комерційні фірми і художники-рекламісти. Можна використовувати багато матеріалів.

Чітко визначте, для чого будуть використовувати транспарант. Якщо це задній

фон для прес-конференцій, у нього мають бути кріплення (зміцнені отвори для мотузки чи цвяхів), щоб його можна було легко вивішувати чи прикріплювати до стін та столів. Або ж він має бути достатньо легким, щоби триматися на липкій стрічці. Якщо його використовуватимуть здебільшого для демонстрацій, він має бути достатньо легким для перенесення, мати кишені для держаків і отвори у тканині, щоб вітер міг проходити крізь транспарант. Фарба повинна бути водостійкою.

Бюлетені

Бюлетені – це одна з найбільш розповсюджених та дієвих технологій спілкування з прихильниками та іншими людьми. Вони можуть надати звіт про успіхи кампанії, повідомити новини, висвітлити необхідні питання і підвищити обізнаність громадськості щодо нових питань.

Бюлетені можуть мати будь-який формат, від двостороннього аркуша формату A4 чи A3, складеного вдвічі, щоби створити чотири сторінки, до глянцевого 16- і 20-сторінкового публікацій, які видають багато секцій.

Особливо важливо, щоб усі, хто задіяний у створенні бюлетеня, чітко розуміли його мету та основну аудиторію. Продумайте, чи хочете ви, щоби сторінки бюлетеня виконували роль форуму для обговорення, і спробуйте забезпечити поєднання коротких та більших статей. Пам'ятайте, що людей мотивують добрі новини й успіх.

Але бюлетені можуть бути також дуже трудомісткими і дорогими. Слід пересвідчитися, що вони дійсно є найефективнішим способом досягнення ваших сподівань.

Під час розрахунку вартості бюлетенів важливо знати, як поширюватиметься більшість із них. Поштові витрати (які мають тенденцію значно зростати зі збільшенням кількості сторінок) можуть швидко досягти масштабів витрат на друк або й перевищити їх. Вартість бюлетеня для членів може також швидко поглинути більшу частину членських внесків, залишаючи мало коштів для проведення кампанії.

Якщо бюлетені зовнішні, вони дають більше потенційних можливостей ведення кампанії для АІ. Їх можна поширювати серед співчуваючих організацій та осіб, щоби зберегти їх відчуття причетності до кампанії.



Праворуч: фотовиставка, організована групами АІ у Греції для висвітлення порушень прав людини у Китаї. Ліворуч: Групи АІ в Еквадорі організували фотовиставку для висвітлення порушень прав людини у Чилі.

© АІ

У 1995 році південнокорейська секція провела загальну фотовиставку АІ різними містами, організувавши її місцеві відкриття за участі національних діячів АІ та місцевих політиків. Виставку рекламували з допомогою каналів ЗМІ та постерів, розвішених місцевими прибічниками та членами. У кожному місті залучили нових членів, а у деяких місцях були організовані нові групи АІ.

Фотовиставки

Фотовиставки можуть служити корисним інструментом проведення кампаній як для секцій, так і для місцевих груп АІ. Виставка може допомогти у забезпеченні висвітлення у ЗМІ такими способами:

- якщо її публічно відкриває знаменитість;
- оскільки вона дає хороші візуальні образи для телебачення та друкованих ЗМІ;
- оскільки вона може залучити спонсорів і кореспондентів зі ЗМІ, які спеціалізуються на мистецтві чи заходах.

Фотовиставки можуть проходити і проходили у таких місцях (і, напевно, цим список далеко не вичерпується):

- зали зібрань;
- міські ради;
- торговельні центри;
- мистецькі галереї;
- церкви та собори;
- бібліотеки, школи та університети;
- намети АІ;
- фойє кінотеатрів та театрів.

АІ не має обмежень щодо місця проведення виставок. Це залежить від того, на яку аудиторію ви націлені, що у вас є, і де ви можете справити найбільший вплив. Вибране місце може означати, що хтось має постійно чергувати біля виставки, щоб її не пошкодили, а також для того, щоб її відповідати на запитання.

Якщо місцеві групи АІ підтримують фотовиставку протягом кампанії, тоді слід

надати їм список порад, як можна її максимально використати. У ньому потрібно зазначити:

- пропозиції щодо вдалих місць проведення;
- пропозиції щодо знаменитостей, яких можна запросити для відкриття виставки: місцеві політики, художники, письменники чи актори, які живуть у громаді;
- пропозиції офіційного відкриття, яке могло б дати групі хорошу нагоду провести роботу з населенням в основних групах спільноти. Вкажіть практичні організаційні деталі, наприклад, за скільки часу наперед відсилати запрошення, які продукти харчування надати та як запланувати вечір;
- пропозиції щодо висвітлення у ЗМІ: надайте проект прес-релізу для місцевих ЗМІ, до якого їм потрібно буде додати лише ім'я знаменитості, місце, час та цитату з місцевого заходу; запропонуйте їм зв'язатися з друкованими ЗМІ та телебаченням, щоб попросити їх підготувати матеріал з використанням фотографій з виставки;
- ідеї для роботи намету для поширення інформації та висвітлення дій, у якому будуть виставлені петиції чи проекти листів для підписання, членські анкети та скринька для пожертв.

Використовуючи фотовиставку, надану МС, поміркуйте про те, чи варто заламінувати принаймні по одній копії фотографій у пластик або вставити їх у рамки, щоб їх можна було використати більш ніж один раз і вони залишалися у доброму стані. Можете також додати власні стенди, щоб виставка стала більш значущою для вашої спільноти.

Листівки

АІ часто використовує листівки як інструмент ведення кампанії – заздалегідь надруковані меседжі, які надсилають місцевим чи закордонним урядам. Деякі секції також розробляли листівки для поширення інформації про АІ та окремі кампанії.

У певному сенсі листівки – це спосіб “м'якого продажу”. З одного боку, вони мають цікаве чи привабливе зображення – таке, яке, на вашу думку, люди хотіли б надіслати друзям і рідним. З іншого боку, вони такі ж, як звичайна листівка, – рядки для адреси, місце для марки, порожнє поле для повідомлення і, найважливіше, коротке пояснення до зображення. Саме це пояснення дає можливість розповісти

про АІ чи окрему кампанію. Розраховують, що людина, яка отримує листівку, дізнається більше про кампанію чи АІ.

Листівки можна надати групам як матеріали, які можна продавати чи роздавати з наметів у громадських місцях, або передавати окремим членам як подарунок та інструмент дій. У деяких країнах зараз існують мережі у кав'ярнях, кінотеатрах та інших місцях для поширення безкоштовних листівок. Інакше листівки можна залишати у місцях, де, на вашу думку, люди зможуть їх використати.

Наліпки

Наліпки – це ще один інструмент реклами та інформування, який широко використовується. Наліпки для автомобілів були особливо популярними у США, хоча ними набагато менше зацікавилися в Європі. Можливо, тому, що бампери машин менші!

Маленькі наліпки можна також використовувати для заклеювання конвертів або як нові наклейки з адресами, щоби зробити можливим повторне використання конвертів.

Якщо наліпки призначені для машин або для зовнішнього використання, їх доведеться робити стійкими. Це, зазвичай, означає, що їх виробляють з якогось виду ПВХ чи пластику. Наліпки для конвертів

можна робити з паперу з клейкою або гумовою основою. Останній варіант найчастіше використовують для змінних наліпок з адресами. Вони, як правило, порожні, але меседж та логотип AI надрукований по краях. Дізнайтеся про можливі обмеження у вашій поштової службі.

Найімовірніше люди використовуватимуть наліпки, якщо вони привабливі. Наліпки для автомобілів переважно дають можливість надрукувати не більше ніж два чи три слова, оскільки вони мають читатися на відстані. Наліпки на конверти можуть містити просто логотип AI. Роздайте їх членам AI та місцевим групам і заохочуйте використовувати їх як спосіб підвищення впізнаваності символу AI у суспільстві.

Відео- та аудіоматеріали

Відео- та аудіоматеріали – це потужні інструменти комунікації, їх можна використовувати для проведення кампаній, акцій, з освітніми, навчальними, рекламними цілями та для створення документальних матеріалів.

Підрозділ аудіовізуальних ресурсів у МС має архів з понад 2 000 відео- та аудіозаписів з питань прав людини з алфавітним покажчиком за регіонами, країнами і темами. Їх можна використати у різний спосіб (залежно від авторських прав), щоби підтримати і зміцнити вашу кампанію завдяки новим членам, ЗМІ та широкій громадськості.

Щоб допомогти у трансляції меседжів AI, можна використати кілька аудіовізуальних матеріалів, створених МС, які стосуються кампаній та акцій. Матеріали, як правило, супроводжуються сценарієм/дикторським текстом англійською, арабською, іспанською та французькою мовами, які можна отримати через керівника прес-служби вашої секції. Ось загальний опис різних видів продукції:

N Відеопрес-реліз (ВПР) – матеріал у стилі документального фільму про країну чи на певну тему. Тривалість 3-5 хвилин, з озвучуванням, те, що називають “завершеним” матеріалом. У кінці ВПР надані додаткові сюжети з матеріалами, які може використати телерадіокомпанія для створення іншого/довшого продукту.

- Аудіопрес-реліз (АПР) – радіоверсія попереднього.
- Касета доступу до новин (КДН) – часто її називають “незавершеним” матеріалом будь-якої тривалості від 2 до 30 хвилин. Озвучування немає, але зображення можуть викласти розповідь про тему чи країну. Завдання КДН – надати телевізійникам зображення для висвітлення питань AI. Деякі телевізійники не

погоджуються транслювати “завершені” матеріали і це хороший компроміс.

- Аудіокасета доступу до новин (АКДН) – радіоверсія попереднього.
- Сюжет – «завершений» матеріал у стилі документального фільму з озвучуванням, тривалістю від 5 до 10 хвилин. AI виробляє їх в основному для великих кампаній.
- Аудіосюжет – радіоверсія попереднього, із запропонованим сценарієм або з наявним озвучуванням.

Пам’ятайте, що кожна телерадіокомпанія різна. Деякі з них не люблять ВПР, створені НУО, а інші можуть транслювати те, що їм пропонують. Аудіовізуальні матеріали переважно готують для запуску кампанії, а тому “новинна приманка” вже подана. Їх можна, однак, запропонувати як додаткове відео/аудіо для документальних матеріалів і використовувати з метою освіти та ведення кампаній.

Підказки

- 🔍 Прогляньте/прослухайте аудіовізуальний матеріал. Якщо ви не знаєте, до чого маєте доступ, то не знаєте, що публікувати і як це стосується кампанії чи питання, яке ви публікуєте. Коли ви дивитесь чи слухаєте матеріал, подумайте, як можна найкраще переконати телерадіокомпанію принаймні подивитися на те, що ви маєте.
- 🔍 Визначте телерадіокомпанію, до якої ви звертатиметеся. Ви можете виявити, що аудіовізуальний матеріал найкраще підходить до новин або спеціалізованої програми. Він може підійти для молодіжного шоу.



Листівки, розроблені групою AI у Польщі, і норвезькою секцією (нагорі).

- ❑ Пам'ятайте, що існує багато типів теле- і радіостанцій, з якими можна зв'язатися. Копіювання аудіовізуальних матеріалів може стати дорогим, тому там, де це можливо, спробуйте, щоби ЗМІ заплатили за копії.
- ❑ Поважайте ембарго, але знайдіть можливість опублікувати історію. Якщо ви зв'язуєтеся з відділом новин, поговоріть з групою планування за кілька днів до запуску вашої кампанії. Дайте їм знати, які аудіовізуальні матеріали ви маєте, і оцініть, зацікавлені вони чи занадто зайняті наразі для такої розмови. Можна надіслати факс, щоби дізнатися про подальші плани. Телередакторам потрібно

більше часу для виробництва новин, тож якщо вони зацікавилися, надайте їм матеріали за день до запуску, але зробіть наголос на часі ембарго. Радіостанції можуть обробити матеріал досить швидко, тож надання їм матеріалів у день запуску переважно не створює труднощів.

- ❑ Стежте за розвитком подій задля наступного разу. Завжди перевіряйте, чи використали ваш матеріал. Таким чином, ви зможете побачити, чи можна довіряти обіцянкам редакторів використати його, і залишитися у дружніх відносинах на наступний раз.

Матеріали від МС

МС створює різноманітні матеріали для кампаній і акцій AI і поширює їх у секціях. Зазвичай, серед них бувають: доповідь формату А5 у формі книжки, ознайомчі матеріали у форматі журналу, набір проспектів-звернень, демонстраційні постери, набір листівок, тематична стаття «Новин Міжнародної Амністії». Секції на пряму обслуговує відділ маркетингу та постачання МС. Групи у країнах, де немає секцій, обслуговує певна команда регіонального розвитку.

У щотижневій розсилці МС надсилає секціям бланк замовлення із поясненням, які матеріали створюються і за яку ціну. Обмежена кількість примірників матеріалів надається безкоштовно меншим секціям. Мета полягає у тому, щоб отримати замовлення у належний час. Це дасть МС можливість надрукувати і розповсюдити матеріали так, щоб вони надійшли до секцій заздалегідь, задовго до дати запуску.

Бланк замовлення, як правило, супроводжується бланком запиту публікацій, щоби секції чи групи, які бажають перекласти тексти і розробити власні версії матеріалів, могли це зробити. Переклади на базові мови (арабську, іспанську та французьку) виконують децентралізовані відділи: Арабське видавництво Міжнародної Амністії (ARABA); Франкофонне видавництво Міжнародної Амністії (Editions francophones d'Amnesty International (EFAI)); та Іспанське видавництво Міжнародної Амністії (Editorial Amnistía Internacional (EDAII)). Відділення також можуть розробляти свої версії матеріалів.

Англомовне видання щорічного Звіту Міжнародної Амністії розповсюджується з МС так само, як примірники Міжнародного бюлетеня. Також існують публікації, включно з низкою проспектів різними мовами, які дають загальну інформацію про AI та причини її занепокоєння.

Ведення кампаній в Інтернеті

Інтернет – це подарунок для тих, хто веде кампанії. Можна надавати інформацію мільйонам людей, і ваш матеріал матиме такий же розкішний вигляд, як онлайн публікації найбагатшої міжнародної кампанії. Вартість незначна; під'єднатися до комп'ютера в іншій частині світу так само просто і коштує стільки ж, що й під'єднання до комп'ютера на вашій вулиці. Недолік у тому, що лише у багатших

країнах істотна кількість людей матиме доступ до матеріалів, вироблених таким чином. Тому важливо, як і у випадку з іншими матеріалами кампанії, мати на думці конкретну цільову аудиторію і конкретну мету до того, як почнете вести Інтернет-кампанію. Більш детальна інформація щодо ведення кампанії з використанням інформаційних технологій викладена у Главі 2.

ЗМІ та робота з громадськістю

Засоби масової інформації посідають центральне місце у проведенні кампаній АІ з дня заснування організації, після публікації газетної статті у 1961 році. Телебачення, радіо та друковані ЗМІ мають силу інформувати, поглиблювати обізнаність, складати плани і вчиняти тиск задля змін. Для успішного проведення кампаній важливо добре розуміти ЗМІ та те, як вони можуть допомогти у роботі АІ. Ця глава зосереджує увагу на практичних способах отримання максимальної переваги від роботи зі ЗМІ.

“

Коли Amnesty International визнала мене в'язнем сумління, газети почали говорити про мене, зі мною почали краще поводитися у в'язниці, і моя справа отримала належний розгляд у судах. Моє ім'я та справа перебували у повній темряві. Коли Amnesty International взялася за мою справу, це різко змінилось”.

**Мухтар Рана,
вчитель і колишній
в'язень сумління з
Пакистану**

Зміст

- Роль ЗМІ / 147
- Як побудувати стратегію роботи зі ЗМІ / 147
 - Дослідження і аналіз / 148
 - Чого ви прагнете досягти? / 149
 - Цільова аудиторія та ЗМІ / 149
- Робота зі ЗМІ / 150
 - Виробничі потреби / 151
- Як завоювати висвітлення у ЗМІ / 152
 - Прес-релізи / 152
 - Прес-конференції / 155
 - Пакети матеріалів для ЗМІ / 156
 - Брифінги для ЗМІ / 157
- Інтерв'ю / 157
- Тематичні статті / 160
- Відео прес-релізи / 160
- Сторінки листування з читачами / 161
- Запитання у прямому ефірі та двосторонній зв'язок / 161
- Фотографії / 161
- Повідомлення про проблеми / 162
 - Не отримуєте висвітлення? / 162
- Допомога МС у роботі зі ЗМІ / 164
 - Інша інформація з МС / 165
- Координація роботи зі ЗМІ інших / 166
- Моніторинг та оцінювання / 166



Мета, мабуть, не стільки створити громадську думку, скільки створити думку про громадську думку».

**В. Дж. М. Маккензі
(W.J.M. MacKenzie)**



У багатьох організаціях є дуже невелика група, навіть лише одна людина, яка ухвалює остаточне рішення у справі, яка вас цікавить. Але для того, щоби дійти до цієї людини, вам, можливо, знадобиться пройти через інших людей і змусити їх вчинити тиск на кінцеву ціль»

**Сью Вард (Sue Ward), «Донести меседж: зв'язки з громадськістю, оприлюднення і робота зі ЗМІ»,
Journeyman Press, 1992**

Роль ЗМІ

Більшість урядів дбають про свій публічний імідж як вдома, так і за кордоном. Вони піклуються тому, що їхній імідж може вплинути на те, чи зможуть вони добитись переобрання, залучити іноземні інвестиції, включно з туризмом, і чи не звернуть вони на себе міжнародну та внутрішню критику. Тому ЗМІ, які створюють і формують імідж, важливі для проведення кампаній AI, спрямованих на зміну поведінки урядів.

ЗМІ можуть:

- зіграти ключову роль у поширенні інформації та формуванні громадської думки з питань прав людини і споріднених тем;
- сформувати рамки та стиль сдебатів з важливих питань, які впливають на права людини; не кажучи вже про смертну кару або права людини у контексті міжнародної політики;
- спонукати свою аудиторію до дій;
- вплинути на політику уряду як безпосередньо, так і через свою здатність формувати і мобілізувати громадську думку;
- забезпечити громадське сприйняття AI як організації, яка проводить кампанії, та поширити знання серед громадськості про AI;
- вчинити безпосередній тиск на уряд, поставивши його у центр уваги;
- допомогти підняти бойовий дух і впливовість активістів та правозахисних організацій в усьому світі;
- захистити і зміцнити репутацію AI;
- дослідити і винести на публічне обговорення питання прав людини.

Робота AI зі ЗМІ під час ведення кампаній

Як побудувати стратегію роботи зі ЗМІ

Для різних кампаній потрібні різні стратегії роботи зі ЗМІ. Однак секція, вірогідно, отримає користь від затвердженої на тривалий час стратегії роботи зі ЗМІ. Формування добрих робочих відносин зі ЗМІ, які дозволять AI донести своє повідомлення у потрібний час, швидше за все, становить частину такої стратегії. Стратегії індивідуальних кампаній мають користуватись такими відносинами і взяти за мету їх посилення.

Формуванню стратегії роботи зі ЗМІ можуть сприяти два загальних моменти:

- Важливо визначити цільові аудиторії

має можливість вплинути на імідж та дії багатьох урядів. Обрані для кампаній уряди-порушники прав людини можуть достатньою мірою перейматися своїм міжнародним іміджем, щоби припинити порушення. Місцеві уряди можуть настільки перейнятися впливом ЗМІ чи громадської думки, щоби припинити переміщення військ, зброї, обладнання, сил безпеки і поліції, надання військових і безпекових тренінгів і технологій, які стають причиною занепокоєння AI, або ініціювати стратегію з прав людини для обраної країни.

ЗМІ у більшості країн розмаїті і націлені на багато спеціалізованих аудиторій. Деякі елементи урядової політики з питань прав людини можуть стати результатом впливу ЗМІ, інші види політики можуть бути чутливими до спеціалізованих ЗМІ. Крім того, на різні аспекти громадської думки впливають різні газети, журнали, радіостанції і телебачення.

Вважається, що уряди намагаються захистити свою політику від злетів і падінь громадської думки або що групи впливу вдаються до роботи зі ЗМІ та оприлюднення, коли вони програють суперечку. Висвітлення питання у ЗМІ може забезпечити організаціям проникнення у простір формування політики для висунення більш детальної аргументації. Ці позиції можуть відтворювати напругу, яка виникає між тихими і гучними кампаніями AI, і її можна подолати лише з допомогою індивідуального підходу до кожного окремого випадку.

Оскільки ЗМІ часто є найкращим або єдиним способом передачі повідомлення AI різним аудиторіям, важливо переконатися, що чіткі цілі роботи зі ЗМІ повністю інтегровані до стратегії кампаній та розвитку. Визначення конкретної ролі ЗМІ у досягненні цілей проведення кампанії і вдосконалення – це перший компонент побудови стратегій роботи зі ЗМІ.

та знайти конкретні ЗМІ, які можуть їх досягти. Наприклад, медичні акції AI можуть бути спрямовані на лікарів, тож медичні журнали можуть бути найкращими ЗМІ для їх досягнення.

- Стратегії роботи зі ЗМІ мусять бути конкретними щодо того, які дії необхідні.

Як і у стратегіях кампаній, слід пройти такі кроки:

- дослідження і аналіз;
- визначення цілей (бажані зміни);

- визначення обраної аудиторії та ЗМІ;
- виконання дій;
- моніторинг і оцінювання.

Дослідження і аналіз

Гарним відправним пунктом для розробки стратегії роботи зі ЗМІ може стати аналіз поточної ситуації з АІ та ЗМІ у вашому суспільстві. Такі питання, не всі з яких потрібно брати до уваги, можуть допомогти вам визначити інформацію, яку корисно проаналізувати.

ЗАПИТАННЯ

- ❑ Які газети, журнали, радіо- та телепрограми мають найбільший вплив на громадську думку з тих питань, які викликають занепокоєння АІ?
- ❑ Який наклад чи кількість читачів різних газет та журналів, а також охоплення аудиторії радіо- і телевізійних програм, які висвітлюють останні новини і поточні події?
- ❑ Які газети, журнали, радіо- та телевізійні програми, що висвітлюють новини та поточні події, виглядають такими, що їх найбільше читають, слухають, дивляться або ж вони, вірогідно, впливають на думку тих, хто ухвалює рішення, політиків, урядовців тощо.
- ❑ Які ЗМІ найімовірніше викликають обговорення чи визначають порядок денний щодо питань, важливих для АІ?
- ❑ Найімовірніше у яких питаннях, що непокоять АІ, уряд може піддатись впливу ЗМІ?
- ❑ Наскільки важливі регіональні/місцеві ЗМІ для формування ставлення місцевої спільноти чи для впливу на місцевих політиків і тих, хто ухвалює рішення?
- ❑ Які журналісти друкованих ЗМІ, радіо чи телебачення особисто впливають на думку громадськості чи уряду?
- ❑ Чи є там спеціалізовані публікації з питань закордонних справ? Як різні ЗМІ висвітлюють закордонні новини? Висвітлення посилюється чи спадає?
- ❑ Чи мають різні інформаційні агенції власних закордонних кореспондентів? Хто вони й у яких країнах? На продукти яких міжнародних інформаційних агентств вони підписані?
- ❑ Хто пише редакційні та тематичні

статті про міжнародні події чи стосовно акцій у рамках кампаній АІ?

- ❑ Які спеціалізовані ЗМІ існують у вашому суспільстві? Релігійні, жіночі, національних громад, юридичні тощо?
- ❑ Які національні інформаційні агенції існують, і які національні ЗМІ їх передплачують?
- ❑ Чи існують організації, які поширюють прес-релізи за передплатою серед медіа-організацій?
- ❑ Чи регулярно висвітлюються питання прав людини та причини занепокоєння АІ у ЗМІ, на які націлена АІ?
- ❑ Права людини вважають серйозними чи легкими (цікавими людям) новинами? Вони вважаються переважно закордонними чи місцевими новинами?
- ❑ Чи є актуальний список контактів ЗМІ? Чи може АІ легко зв'язатись з необхідними ЗМІ, наприклад, з допомогою факсової розсилки чи комп'ютерного факсу?
- ❑ Чи має АІ гарні відносини з окремими журналістами та редакторами?
- ❑ У АІ позитивний чи негативний імідж у ЗМІ? Чи вважають її надійним джерелом інформації? Чи вважається, що вона представляє громадську думку? Чи розглядають її як організацію, що проводить кампанії?
- ❑ Чи друковані та електронні ЗМІ переважно ставляться до АІ, як до організації зі штаб-квартирою у Лондоні, міжнародної правозахисної організації, чи як до організації з вашої країни?
- ❑ Іноземні кореспонденти чи журналісти намагаються отримати інструктаж від АІ щодо прав людини перед від'їздом?
- ❑ Журналісти шукають матеріали АІ для загального ознайомлення, коли пишуть тематичні матеріали про країни чи перед візитами іноземних глав держав?
- ❑ Місцеві групи АІ почуваються впевнено у роботі зі ЗМІ? Чи потрібні їм тренінги або підтримка?
- ❑ Чи є у вас спеціаліст-речник АІ, який пройшов навчання з роботи зі ЗМІ, з певних країн чи питань?
- ❑ Які питання будуть важливими для АІ наступного року?
- ❑ Чи є важливі дати у правозахисному календарі, що могли б послужити прив'язкою для історії про права людини?

Багато урядів відстежують окремі випуски новин та медіа-повідомлень, щоб побачити, які теми викликають громадське занепокоєння. Сюжети новин та роздруківки передають відповідним міністрам та чиновникам відомств. Багато посольств також проводять моніторинг новини, щоби бути у курсі громадської думки країни-господарки і ставлення до країни, яку вони представляють. Ці висвітлення можуть згадуватись у їхніх доповідях у свою країну та вплинути на ситуацію з правами людини. Копіювання матеріалів кампаній для посольств може забезпечити те, що вони почують право-захисний меседж.

- ❑ Чи нинішнє сприйняття ситуації з правами людини у вашій країні з боку ЗМІ або громадськості відіграє роль бар'єру для правозахисних заходів у обраній для кампанії країні?
- ❑ Чи чутливі уряд/ військові обраної країни до висвітлення у ЗМІ та громадської думки у вашій країні? Чи є ЗМІ, до яких вони були б особливо чутливими? Якщо так, то які?
- ❑ Які саме ЗМІ впливають на найбільш важливі для кампанії цільові групи населення, з якими ведеться робота?
- ❑ Чи мають медіа-організації з вашої країни кореспондентів в обраній країні? Чи готують вони матеріали на теми прав людини?
- ❑ Чи ймовірно, що на політику вашого уряду щодо обраної країни вплине висвітлення у ЗМІ?

Чого ви хочете досягти?

Визначення ролі ЗМІ у вашому суспільстві та теперішні відносини між АІ і ЗМІ (те, де

Правильна історія для правильної аудиторії

Місцеві журналісти шукають місцевий ракурс, наприклад: що місцева група робить або говорить. Журналісти національних видань шукають національний ракурс, наприклад, яку роль можуть зіграти країни в міжнародному політичному контексті. Те, що ви кажете репортеру зі штату Алагоас в Бразилії, може відрізнятись від того, що ви кажете національній телевізійній станції TV Globo. Так місцевого репортера може задовольнити поглиблене обговорення рекомендацій щодо системи військових судів в Бразилії, яке базується на випадках порушення прав людини у тому штаті. Натомість для глядачів цілої країни більш важливим буде огляд стану справ з правами людини в Бразилії та провідної ролі країни в регіоні щодо популяризації прав людини.

ви є зараз) дадуть можливість вирішити, до яких саме змін слід прагнути (де б ви хотіли бути) для стратегії АІ у питаннях роботи зі ЗМІ.

Цими цілями можуть бути:

- зміцнення ролі АІ як авторитетного коментатора з питань зовнішньої політики уряду чи міжнародних справ;
- розвиток позитивних робочих відносин з певною кількістю журналістів, які висвітлюють новини та поточні справи;
- створення суспільного іміджу АІ як впливової надійної організації, яка проводить кампанії та пропонує усім можливість боротися за права людини.

Важливо, наскільки це можливо, бути конкретними у цілях, оскільки це визначає, до яких дій вам потрібно вдатись, і дозволить проводити моніторинг і оцінювання.

Цільова аудиторія та ЗМІ

Вам слід вирішити, які ЗМІ найкраще досягають аудиторії чи низки різних аудиторій. Усі медіа-організації намагаються підвищити обізнаність аудиторії, яку вони прагнуть охопити. Якщо їхня аудиторія скорочується, вони намагаються розширити аудиторію з допомогою кращого маркетингу, поліпшення продукту чи його зміни, щоби звернутись до іншої аудиторії. Деякі публікації прагнуть досягти до невеликої спеціалізованої аудиторії. Серед них ділові журнали та серйозні телевізійні програми про поточні події.

Аудиторії ЗМІ дуже сегментовані. Можливо, ви хочете досягти всіх сегментів, але цілком ймовірно, що для вас деякі сегменти важливіші за інші (залежно від цілей вашої кампанії). Це слід відобразити у технологіях роботи зі ЗМІ, які ви вибираєте, і у способах їх використання. Наприклад, ви можете вибрати провідного бізнесмена для оприлюднення звіту, оскільки це гарантуватиме висвітлення у діловій пресі, хоча може і не дати ширшого висвітлення у ЗМІ.

ЗМІ. З точки зору AI, доповіді часто повідомляють нібито те саме – ситуація з правами людини погана, і AI закликає до дій. Наведений нижче приклад ілюструє як одна історія може бути представлена кількома способами, і як її подали.

Доповідь по Індонезії повідомляє про докази численних конкретних випадків порушень прав людини, хоча два роки тому ситуація була ще гіршою. Нижче наведено п'ять способів дати заголовок історії:

■ **«Правозахисний парадокс»: AI оприлюднила нову доповідь щодо Індонезії**

Малоймовірно, що це зацікавить заклопотаний відділ новин, і матеріал швидко потрапить у смітник.

■ **«Індонезія: вбивство у провінції Ачех слідом за попередніми роками»**

Можливо, це підвищить інтерес, однак це насправді не та історія, яку б хотіла оприлюднити AI.

■ **«Ачех: свіжі свідчення індонезійського терору»**

Ймовірно, це буде більш цікавим, але редактори новин могли і не чути про Ачех або подумати, що це схоже на інші історії з Індонезії.

■ **«AI запитує уряд Австралії про навчання індонезійських сил спецпризначення, причетних до вбивств у провінції Ачех»**

Цей звіт прив'язує конкретну військову частину до порушень та вказує на її контакти з австралійським урядом. Він щойно був опублікований в австралійських ЗМІ. Секція AI, яка зв'язала два повідомлення, ймовірно, отримає суттєве висвітлення. Вона перетворила повідомлення з міжнародного у сильну місцеву історію. Місцевим журналістам буде легко шукати розвитку.

■ **«Страхи Яті, чи повернеться мама, яка загубилась, додому»**

AI попросила біженку з Ачеха допомогти оприлюднити свої застереження. Ця публікація зроблена з погляду людини, – так звані легкі новини – і буде становити особливий інтерес для місцевих ЗМІ з регіону, де вона живе.

** На основі прикладу, наведеного у «Підручнику з проведення кампаній», автор Марк Латтімер (Mark Lattimer), Directory of Social Change, 1994 рік.*

Робота зі ЗМІ

Відносини AI із засобами масової інформації мають бути централізованими і скоординованими.

ЗМІ мають знати, до кого звертатись в організації. Їм потрібно знати, що ця людина представляє погляди і позицію AI, а не особисту думку. AI повинна вирішити, що вона хоче повідомити ЗМІ, і доносити цю інформацію чітко й послідовно.

Якщо різні підрозділи AI одночасно кажуть різні речі різним журналістам, то ймовірно, що повідомлення AI будуть збивати з пантелику, і організація втрачить довіру і впливовість.

Може бути кілька речників, але має бути центральний контакт, здатний відповідати на запити ЗМІ протягом дня й у неробочий час.

Ця людина повинна:

- бути доступною за телефоном вдень і вночі – журналістам часто потрібно за телефонувати, щоб перевірити факти чи попросити коментарі;

- почуватися комфортно під час обговорення питань телефоном;

- вміти друкувати і мати доступ до друкарської машинки чи комп'ютера з принтером для підготовки прес-релізів;

- мати доступ до копіювальної техніки і, бажано, до факсу, щоб готувати і поширювати прес-релізи;

- мати доступ до електронної пошти AI, щоб отримувати повідомлення служби новин Міжнародного Секретаріату або мати легкий доступ до тижневої розсилки AI;

- відчувати довіру та користуватися довірою організації;

- бути знайомим з повноваженнями, політикою та поточними справами AI; мати час для розширення знань про роботу ЗМІ, включаючи стислі терміни та обмеження в просторі.



Не намагайтеся примусити журналіста відчувати себе винним через ваші заклики до покращення. Найімовірніше, що ви більше завдасте шкоди, ніж зміцните свої відносини зі ЗМІ. Сам журналіст може не контролювати процес і замість того, щоб справити враження пристрасності і відданості, ви ризикуєте виглядати самовдоволеними і обмеженими. Це лише посилить шкідливе враження, яке деякі цинічні люди мають про активістів АІ.

Незважаючи на технологічні досягнення і силу електронних ЗМІ, газети зберегли свою репутацію і вплив, як офіційні ЗМІ. З них роблять вирізки і підшивки, і саме до них науковці, дослідники та журналісти згодом звертаються по інформацію. У багатьох випадках вони також продовжують формувати порядок денний новин і поточних подій для радіо і телебачення.

Одним з ключових завдань особи, відповідальної за ЗМІ або комунікацію, є розвиток хороших робочих відносин з журналістами. Існує кілька стандартних прийомів (описаних нижче) для того, щоб добитись висвітлення у ЗМІ. Всі вони працювали б краще, якби у членів АІ склалися гарні робочі відносини з журналістами.

Нижче наводяться загальні принципи роботи із засобами масової інформації:

- **Будьте надійними.** Якщо ви кажете, що зателефонуєте за півгодини, зробіть це. Якщо ви обіцяєте інтерв'ю з керівником, дотримайтеся обіцянки. Репутація ненадійності шкодить висвітленню. Вам мають довіряти.
- **Будьте точними.** Знайте ваші факти і не перебільшуйте. Ви хочете створити і посилити імідж АІ як організації, якій притаманні цілісність і точність.
- **Надавайте послуги.** Надавайте корисну інформацію і гарні, зрозумілі сюжети. Завжди надавайте матеріали робочою мовою ЗМІ.
- **Не благайте і не читайте лекцій.** Жодна з цих тактик не спрацює, і обидві шкодять здоровим довгостроковим відносинам, які ґрунтуються на повазі. Завжди є інша історія.

Виробничі потреби

Варто дізнатися якомога більше про процес виробництва матеріалів у різних ЗМІ, оскільки це визначає, чи оприлюднять ваші сюжети. Ви повинні знати останні терміни подання матеріалу, якщо вам потрібно у них вкласти.

Дружно налаштовані журналісти можуть пояснити вам як формується їхній робочий день. Вони можуть розповісти, у який день або час дня ухвалюють рішення щодо висвітлення конкретних сюжетів, хто ухвалює ці рішення, і хто може на них вплинути.

Такі пункти надають приблизне уявлення щодо загального графіку підготовки новин:

- Журналісти друкованих видань у щоденних газетах працюють за дуже щільним графіком. Статті, як правило, мають бути готові до кінця робочого дня чи рано ввечері. У багатьох випадках найкраще контактувати пізно вранці – незабаром після цього їхній день буде сплановано, і вони будуть занадто зайняті (друга половина дня). Якщо вони хочуть почути реакцію АІ, вона буде їм потрібна за кілька годин, якщо вони будуть її використовувати.
- Сюжети, які висвітлюватимуть у вечірніх випусках телевізійних програм

новин, визначатимуться рано вранці. Після цього будуть ухвалюватись рішення, на які прес-конференції надсилати знімальні групи. Це може змінюватися з розвитком подій протягом дня.

- Час, потрібний для випуску на радіо, зазвичай, коротший – їм може знадобитися коментар від АІ протягом години. Але що менше часу залишається до виходу в ефір, то з меншою ймовірністю вони захочуть говорити з вами, хіба що вони згодні з тим, що питання термінове.
- Терміни випуску щотижневих газет чи журналів можуть бути якими завгодно: від кількох днів до шести тижнів до публікації. Недільні журнали та недільні випуски щоденних газет починають готувати тематичні статті в середу із терміном здачі у п'ятницю.
- Терміни підготовки глянцевого щомісячного журналу, ймовірно, складають три місяці до публікації. Авторам журнальних статей може знадобитися більше глибоких матеріалів, можливо, з кількох тем чи країн.

Люди, з якими ви працюєте, і ролі, які вони відіграють, відрізняються у різних країнах. Такі категорії будуть застосовуватися у багатьох місцях і можуть стати у пригоді.

■ Друковані ЗМІ

Головний редактор (друку) відповідає за газету та її зміст – редактори затверджують статті.

Керівник, редактор новин чи редактор відділу інформації, зазвичай, отримує прес-релізи та розподіляє теми між журналістами.

Журналіст проводить інтерв'ю, готує і пише статтю.

Тематичний редактор чи журналіст керує чи відповідає за окрему рубрику газети чи програми, таку як політика, міжнародні відносини, питання національних громад чи освіта.

Фотографи працюють з журналістами. Фотографи різних публікацій шукатимуть унікальні зображення.

Помічники редакторів переглядають статті, редагують матеріал і пишуть заголовки (АІ, зазвичай, не контактує з помічниками редакторів).

■ Телебачення і радіо

Виконавчий продюсер затверджує рішення щодо загальних тем, інтерв'ю, балансу сюжету та програми, і разом із продюсером розподіляє репортерів щодо тем.

Продюсер тримає в голові "широку картину". Він чи вона допомагає організувати

логістику, наприклад, місця та додаткові зйомки для телебачення. На радіо продюсер разом із ведучим формує послідовність викладу, зміст та напрям програми.

Репортери створюють присутність в ефірі. Вони часто визначають, під яким кутом хочуть висвітлювати і будувати сюжет (разом із продюсером), у кого вони хочуть взяти інтерв'ю, тощо. Репортери часто мають спеціалізацію щодо тем чи настанови для репортажу.

Дослідник (на телебаченні) допомагає продюсеру і репортеру, шукає загальну чи довідкову інформацію та вносить ідеї тем до програм.

Продюсери, репортери і дослідники – це, зазвичай, найважливіші контактні особи для AI.

Ведучий новин (на телебаченні і радіо) читає / представляє новини. У деяких країнах вони також надають редакційний коментар.

Приділіть час прослуховуванню стилю і формату радіопрограм. Це допоможе вам дізнатися, як вписати сюжет AI, щоби говорити з продюсером більш предметно. Така обізнаність допоможе вам проводити інтерв'ю, оскільки ви знатимете необхідний ступінь деталізації, якого типу запитання ставитимуть і чи можуть слухачі зателефонувати на програму. Читайте газети – якого ґатунку статті публікують, і у яких частинах газети? Чи є певні журналісти, які висвітлюють теми, пов'язані з AI, або котрі, як виглядає, весь час публікують статті у цій газеті?

Познайомтеся зі своїми ЗМІ

Ведучий (на радіо) – це голос радіо. Він чи вона проводить інтерв'ю і тісно співпрацює з продюсером.

Як завоювати висвітлення у ЗМІ

Кожен сюжет AI має побороти конкуренцію до того, як громадськість побачить, почує чи прочитає його. Конкуренцію йому складають:

- інші сюжети, які надають компанії та відділи роботи з пресою, – багато відділів новин одержують сотні прес-релізів щодня;
- потік новин від міжнародних та вітчизняних інформаційних агентств – особливо у випадку міжнародних новин;
- всі інші новини, які відбуваються того дня;
- ставлення журналістів та редакторів, деякі з яких вважають, що сюжети про захист прав людини не належать до справжніх новин.

Одне з основних завдань спеціаліста з питань зв'язків зі ЗМІ – надати сюжету всі можливі конкурентні переваги.

Журналісти, редактори та дирекція ЗМІ вирішують, чи можна висвітлювати сюжети на основі своїх власних відчуттів, поглядів та досвіду роботи, а також на підставі власного розуміння цінності новин та цікавості для їхньої аудиторії. Тому їх потрібно переконати в інформаційній цінності сюжету та зацікавленості аудиторії у ньому.

Добрі відносини зі ЗМІ та план кампанії націлені на те, щоби вплинути на розуміння журналістами як цінності новини, так і зацікавленості аудиторії. Такі технології найбільш широко застосовуються у спілкуванні зі ЗМІ:

- прес-реліз
- прес-конференція
- брифінги та пакети матеріалів для ЗМІ
- інтерв'ю та коментарі
- “можливості для фотографування”
- сторінки коментарів та листування з читачами
- телефон

Від сили вашого сюжету, наявних у вас ресурсів та логістичних можливостей залежить, яку технологію ви будете використовувати.

Якою б не була технологія, ви завжди маєте дуже чітко викладати сюжет, чітко вказувати, чому він є новиною, чому він буде цікавим для аудиторії, з якою ви хочете встановити зв'язок, і як цей сюжет можна подати під різними ракурсами, щоби зробити його привабливим. Перш за все найважливіше, щоб це було зрозуміло і доступно для журналістів.

Прес-реліз

Прес-реліз – це стандартний спосіб поширення сюжетів серед ЗМІ. Він може виконувати такі функції:

- заздалегідь повідомляти про подію, яку ви плануєте;
- оголошувати про запуск кампанії;

Якщо сюжет не потрапляє до друку чи на телеекран, зазвичай, варто запитати, чому так сталося, особливо якщо журналіст написав статтю, провів інтерв'ю чи відвідав вашу прес-конференцію. Це добра можливість побудувати відносини з журналістами: якщо вони вклали у це сили, то теж будуть розчаровані, якщо сюжет не з'явиться. Ви можете виявити, що могли б зробити щось інакше, або дізнатися, що проблема з висвітленням сюжетів AI існує десь в іншому місці медіа-організації, або просто, що того дня були більш важливі новини.

Ембарго

Журналістів, як правило, навчають використовувати стиль перевернутої піраміди. Найважливіші частини історії знаходяться нагорі, а верхівка зрізана.

Час ембарго, вказаний у прес-релізі, чітко визначає дату і час, у який інформацію можна оприлюднювати або використовувати. Це стандартна і добре вкорінена частина відносин зі ЗМІ. Це дозволяє АІ координувати оприлюднення, керувати потоком власної інформації і бути справедливою у відносинах зі ЗМІ. Натомість журналістам це дозволяє дізнатися про інформаційний привід заздалегідь і спланувати висвітлення.

Час ембарго має особливе значення для АІ як організації, довіра до якої ґрунтується на чутливому поводженні з інформацією. Час ембарго дозволяє різним підрозділам АІ спланувати стратегію оприлюднення інформації та роботи зі ЗМІ. Порушення ембарго публікацією репортажу журналіста в одній країні може зруйнувати плани щодо оприлюднення в іншій.

Повага до ембарго великою мірою залежить від довіри. Якщо АІ порушить цю довіру в одній країні, це може вплинути на відносини АІ зі ЗМІ в інших частинах світу. Жоден журналіст, який вичікував перед випуском власного матеріалу, не хоче побачити його раніше в когось іншого. Для будь-якого журналіста порушення ембарго – це погана практика: це руйнує довіру, на якій ґрунтується система ембарго і добрі зв'язки зі ЗМІ.

Час ембарго дозволяє контролювати потік інформації і може сильно вплинути те, якого висвітлення вдасться досягти. Час ембарго, встановлений на північ, дозволяє опублікувати матеріал у ранкових газетах; час ембарго, встановлений на 10 годину ранку цього не дозволяє і матеріал, напевно, буде недоречним завтра. Ранковий чи денний час ембарго припустимий для радіо та телебачення.

Час ембарго для випуску потрібно вказати на верху аркуша і чітко виділити. Повинна бути точно вказана дата і час. Ставлення ЗМІ до ембарго відрізняється у різних країнах. Важливо дізнатися, чи дійсно його поважають і чи порушують у вашій країні. Якщо ембарго переважно не поважають, розішліть інформацію журналістам незадовго до чи безпосередньо у час ембарго.

Політика АІ щодо ембарго викладена у Політиці з випуску інформації Міжнародної Амністії для засобів масової інформації (Індекс АІ: АСТ 81/01/96).

- висвітлювати загальну реакцію організації на події;
- привертати увагу до ситуації у сфері прав людини;
- надавати загальну інформацію;
- привертати увагу до нового звіту АІ та надавати дані про нього;
- спростити журналістам виклад теми та вірно подати факти.



Підказки

- ✔ Завжди друкуйте прес-реліз на аркуші з офіційною «шапкою». Це надає йому більш офіційний та професійний вигляд, і одразу ж показує журналістам, від кого він надійшов.
- ✔ Завжди вказуйте у прес-релізі принаймні одну контактну особу, з якою можна буде зв'язатися у робочі та вечірні години. Забезпечте, щоб контактна особа відповідала за вказаними номерами у зазначений час.
- ✔ Завжди друкуйте – ніколи не пишіть від руки. Встановлюйте подвійний інтервал між рядками, щоб журналісти легше могли робити нотатки та зміни

у своїх примірниках.

- ✔ Зробіть його коротким і зрозумілим. Ідеальний прес-реліз має поміщатися на одній сторінці, але жоден не має займати більше двох сторінок.
- ✔ Завжди ставте дату на ваших прес-релізах. Чітко вкажіть, кому він призначений (наприклад, редактору новин) і часові рамки нерозголошення інформації. Якщо ембарго на цю інформацію не накладається, вкажіть “для термінового оприлюднення”.
- ✔ Зробіть заголовок цікавим і виділіть його великими літерами чи потовщеним шрифтом.
- ✔ Робіть речення і абзаци короткими.
- ✔ Викладіть головні факти – і відповіді на “5 запитань” (див. на полях) – у першому абзаці, якщо це можливо.
- ✔ Зробіть перше речення цікавим. Якщо ви одразу ж не зацепите на гачок увагу журналістів, вони не читатимуть далі.
- ✔ Спробуйте вказати гарну цитату речника АІ у прес-релізі. Завжди перевіряйте цю цитату у відповідній особи перед випуском документу.

“5 запитань”

- ✔ Хто це робить?
- ✔ Що відбувається?
- ✔ Де це відбувається?
- ✔ Коли це відбувається?
- ✔ Чому це відбувається?

...Burundian refugees also risk being deliberately and arbitrarily killed by Burundian government forces or armed opposition groups. In the DRC itself, thousands of refugees have been killed and tens of thousands still remain unaccounted for.

In Bosnia-Herzegovina, several hundred Bosnians (Bosnian Muslims) who had recently returned to villages near Jajce have been attacked and several houses were set on fire. Police not only failed to intervene to protect them, but some officers were reportedly involved in the attacks. Subsequently, all Bosniac returnees were forcibly expelled, fled or were evacuated from the area. They found that

A tragic fate continues to await them. Although great care is being taken to ensure their safety, they are still in a state of uncertainty.

"How is the report?" Amnesty said.

ENDS...

For more info

Catherine Ma Amnesty Info

Visit the site



AI INDEX: IOR 41/13/97

News Service 166/97

EMBARGOED UNTIL 1000 HRS GMT 8 OCTOBER 1997

EXCOM: Put human rights back into refugee protection

GENEVA -- The often brutal killing or "disappearance" of hundreds of Great Lakes refugees who were forced back home against their will stands as a shocking condemnation of the failure of the international refugee protection system, Amnesty International said today in advance of a major United Nation's (UN) meeting on refugees.

"Over the past year, the world has witnessed some of the most severe and sustained attacks on the rights of refugees as governments increasingly put more energy into clearing refugee camps than protecting the human rights of those at risk," Amnesty International said.

At the culmination of a global campaign on refugees, Amnesty International refugee experts from close to a dozen countries will be observers at a crucial meeting of the Executive Committee of the UN High Commissioner for Refugees (EXCOM), which is focusing on the issue of "Repatriation Challenges".

"The rights of refugees in repatriation programs is one of the most important issues being debated by the EXCOM this year given the demise of a protection focus in recent repatriation programs," Amnesty International said.

"The time has come for the governments at this meeting to explain publicly why the refugee protection system has failed so miserably in the past year -- and to make a commitment to put the human rights of refugees front and centre in future."

One of the central planks in that system is that governments should not expel or return refugees to a country where their life or liberty is threatened -- known as *non-refoulement* -- and those governments which do so are clearly breaching their legal obligations under the 1951 Refugee Convention.

"Refugees should only be returned after assessing the human rights situation in the country of return -- and determining that it is safe -- yet all too often mass repatriation takes place with scant scrutiny of human rights or blatant disregard for information on the public record," Amnesty International said.

This past weekend's expulsion of some 4,000 Rwandese refugees from the Democratic Republic of Congo (DRC) back to Rwanda is only the most recent example of such forced returns. The UNHCR and other agencies working for refugees in Goma were also ordered to leave. Last month, DRC soldiers expelled several hundred Rwandese and Burundian refugees, including many children, to Rwanda, where their lives are seriously at risk. In the northwest of Rwanda, thousands of civilians have been killed or "disappeared" in recent months.

AMNESTY INTERNATIONAL
INTERNATIONAL SECRETARIAT
1 Easton Street, London WC1X 8DJ, United Kingdom
Tel: Int. Code: (44) (171) 413 5500. UK Code: (0171) 413 5500. Fax: Int. Code: (44) (171) 956 1157. UK Code: (0171) 956 1157.
E-mail: (GreenNet) amnestyis@gn.apc.org, (GeoNet) amnesty-is@mcr1.geonet.net
Telegrams: Amnesty London WC1 Telex: 28502 AMNSTY G

Користуйтеся можливостями

Якісна робота зі ЗМІ частково полягає у використанні можливостей, коли вони з'являються. Наприклад, вносячи елемент прав людини у наявні сюжети новин. Державні візити, зокрема, привертають істотну увагу ЗМІ. Створіть пакет для ЗМІ, який дасть нарис з питань прав людини, або зателефонуйте провідним журналістам, щоб обговорити матеріал про права людини. Спитайте, чи заплановано у них інтерв'ю з гостем. Якщо це так, запропонуйте кілька запитань, які вони могли б поставити. Наприклад, чи обговорюють офіційно питання прав людини або чи будуть скасовані певні закони. Запропонуйте надіслати супровідну інформацію або відеоматеріали, якщо вони у вас є.



Прес-конференції слід використовувати ошадливо і обережно. Це допоможе створити враження, що прес-конференція АІ, ймовірно, стане подією, багатою на новини.

Список публікацій

Один зі способів підтримати контакт і допомогти засобам масової інформації – це щомісячно створювати і поширювати список нових публікацій АІ на одну сторінку, який можна отримати з офісу МС. Голландська секція використовує цей прийом з гарними результатами. Інакше, ви могли б використати щомісячний список документів, розроблений МС.

Важливо завжди перевірити отримання прес-релізів. Якщо пересилаєте прес-реліз поштою чи факсом, ви не знатимете, чи достався він адресата, якщо не перевірите цього. Єдиний спосіб упевнитися, а також дізнатися, чи зацікавився журналіст, – це поговорити з людиною. У більшості випадків це означає зателефонувати після надсилання прес-релізу.

Підготуйтеся до цього телефонного дзвінка. Варто зробити стислий виклад релізу кількома реченнями, і це ваш шанс переконати співбесідника. Який ракурс викладу, чому це новина, чому аудиторія має зацікавитися?

Занотуйте це у кількох коротких пунктах. Зайнятий редактор відділу новин матиме лише кілька хвилин, щоби з вами поговорити, і за ці хвилини він чи вона ухвалюватиме миттєве рішення, тож будьте готові!

Прес-конференція

Прес-конференція – це усталений спосіб забезпечити висвітлення у ЗМІ. Вони можуть проходити практично будь-де, але зазвичай збирають ЗМІ, які готові докласти певних зусиль, оскільки потрібно виділити репортерів чи знімальні групи для участі. Їм потрібна вагома причина для таких зусиль. Це означає гарну тему чи сюжет, посилений презентацією на конференції, або сюжет, який їм може бути шкода пропустити. Найімовірніше, вони перш за все міркуватимуть, чи отримають на прес-конференції щось таке, чого не отримають з прес-релізу чи телефонного інтерв'ю.

Презентація фотографій на прес-конференції може бути “медом”, який привабить “зайнятих, наче бджоли” журналістів (але фотографії мають бути досить якісними, щоб не спричинити роз-

чарування).

Прес-конференція може бути гарним способом створити інформаційний привід і подати основний сюжет АІ всім ЗМІ одночасно. Якщо звіт представлятиме відома людина, це може додати сюжету життєвості та забезпечити додаткове висвітлення.

Зазичай, прес-конференція виправдана, лише якщо задовольняється один чи обидва з двох таких критеріїв:

- повідомлятиметься справжня чи значна новина;
- у вас є хороша знаменитість – якою зацікавляться ЗМІ.

Як правило, прес-конференція складається з представленого кимось короткого вступу і подальших відповідей на запитання та інтерв'ю.



Підказки

- ❑ Можна провести спільну прес-конференцію з іншими організаціями, якщо ви разом працюєте над акцією. Інші організації часто висловлюють занепокоєння щодо ширшого кола питань, ніж АІ, тож вам потрібно чітко пояснити журналістам, що кожна група на прес-конференції зосереджується на різних питаннях.
- ❑ Нехай виступаючих буде небагато, а виступи будуть короткими. Журналістів найбільше цікавитимуть питання, які дозволять їм виробити власний погляд на подію. Двоє виступаючих, максимум троє, яким дають не більше 5 хвилин, якщо їх більше ніж один, – це загальне правило.
- ❑ У різних ЗМІ різні потреби. Радіо і телебачення захочуть взяти власні інтерв'ю і рідко використовують зйомки/звук з основної конференції.



Список для перевірки

Підготовка прес-конференції

- ❑ Повідомляйте заздалегідь

Якщо можете, повідомте за тиждень, але ніколи не пізніше, ніж за 2 дні, щоби подію могли внести у робочі плани. Розішліть пам'ятку для ЗМІ, де зазначте, коли і де проводитиметься захід, хто виступатиме, який предмет чи тема, і з ким можна зв'язатися для отримання докладнішої інформації. Після цього зателефонуйте, щоби пересвідчитися, чи отримали вони анонс, щоб скористатися можливістю переконати їх взяти участь і загалом розуміти, скільки людей прийде.

✓ Час

У багатьох країнах найкращим часом для прес-конференцій вважається пізній ранок (з 10:00 до 11:00) або післяобідній час (з 14:30 до 15:00). Починайте прес-конференції вчасно.

✓ Місце

Воно повинне бути доступним. Журналісти прийдуть машинами? Чи потрібне буде паркування? Чи легко знайти це місце? Скористайтеся зовнішніми банерами чи знаками, щоб полегшити пошук. Перевірте кількість місць і освітлення на місці, подачу електричного живлення (для телевізійних знімальних груп), звук (чи ізолюється зовнішній шум, такий як транспорт або телефони, чи буде потрібен мікрофон?), розміщення (де ви плануєте посадити людей, де можна повісити задній фон, чи є місце для виставкової вітрини, чи є окрема кімната для індивідуальних інтерв'ю певним ЗМІ після прес-конференції?).

✓ Дотримуйтеся коротких презентацій

Промови чи презентації повинні тривати не більше 10 хвилин. Довгі промови можна роздати ЗМІ у паперовому форматі. Зачитуйте лише ключові елементи, які, на вашу думку, ЗМІ мають використати безпосередньо як цитати. Журналісти зайняті, швидко починають нудьгувати та можуть швидко сформулювати власний підхід до сюжету шляхом індивідуальних інтерв'ю після прес-конференції.

✓ Роздайте примірники головної заяви на початку прес-конференції

Так журналістам буде легше стежити за тим, що кажуть. Це підвищує ймовірність, що про заяву АІ повідомлять точно. Вкажіть на заяві "перевіряйте точність протягом виступу", оскільки їх ніколи не подають точно у такому вигляді, в якому готують.

✓ Уникайте присутності завеликої кількості виступаючих

Що більше доповідачів, то більше повідомлень, і то менше контролю ви матимете над меседжем, який журналісти вивесуть з конференції.

✓ Призначте головуючого

Голова представить виступаючих, пояснить організаційні моменти та процедури (наприклад, можливість індивідуальних інтерв'ю після заходу та з ким контактувати з цього приводу), керуватиме потоком запитань, можливо, дасть відповідь на питання, які стосуються власне АІ, і закритиме конференцію.

✓ Привітайте людей

Запропонуйте легкі закуски і напої. Складіть список учасників і забезпечте надання їм інформації (примірник звіту, пакет

матеріалів для ЗМІ чи матеріалів кампанії із загальною інформацією, текст промови, яку робитимуть). Людина з бейджем АІ повинна вітати учасників, записати їхні імена, давати організаційні пояснення і загалом справляти гарне враження.

✓ Подальший прес-реліз

Підготуйте його заздалегідь, включивши до нього найкращі та найбільш важливі для новин цитати з виступу. Його слід поширити серед ЗМІ, які не відвідали прес-конференцію.

✓ Висвітлюйте власну прес-конференцію

Візьміть фотографа і зробіть аудіозапис заходу. Запропонуйте ЗМІ фотографії та напишіть статті для власних публікацій.

Пакет матеріалів для ЗМІ

Пакети для ЗМІ чи для ознайомлення, зазвичай, спрямовані на надання загальних матеріалів ЗМІ у доступній і корисній формі. Це полегшує роботу журналіста і надає АІ можливість зосередити увагу на певних питаннях. Зміст таких пакетів може бути різним.

У більшості випадків журналісти, які висвітлюють сюжет АІ, не є експертами з країн чи питань, щодо яких проводиться кампанія. Ваша кампанія може бути їхнім першим знайомством з темою. У них мало часу на написання матеріалу. Ймовірно, у них виникнуть запитання, але вони не обов'язково знають, де знайти відповіді. Якщо вони не спеціалісти, навряд чи вони читатимуть усю доповідь АІ.

Що більш корисну інформацію ви можете надати журналістам у форматі, готовому для використання, то більше впливу матимете на остаточні матеріали, які з'являться у ЗМІ.



Підказки

Пакет для ЗМІ щодо великої кампанії

Під час запуску великої кампанії може бути корисно надати пакет для ЗМІ, який би розбивав інформацію, що міститься у великому звіті АІ, на окремі питання.

Окремі аркуші, кожен з яких має містити логотип АІ, ім'я і номер телефону контактної особи, можуть містити:

▣ Узагальнення головних моментів або питань звіту.

▣ Загальний опис деяких окремих справ, вказаних у звіті.

Реклама

Оплата рекламних площ гарантує висвітлення. Через їх вартість багато організацій і секцій АІ використовують рекламу лише тоді, якщо вона безкоштовна або якщо вона є результативною інвестицією, яка дасть можливість зібрати кошти (як у Великій Британії та Ірландії). Меседжі кампанії АІ, ймовірно, більш дієві, коли їх пишуть незалежні журналісти, які мають авторитет об'єктивних "новинарів".

- ❑ Пояснення того, хто є жертвами, і хто відповідає за порушення прав людини.
- ❑ Приклади цитат зі звіту чи просту хронологію головних подій.
- ❑ Список важливих рекомендацій AI відповідному уряду чи власному уряду.
- ❑ Пояснення цілей, яких намагається досягти кампанія, і заходів, які відбуватимуться протягом кампанії.
- ❑ Текст промови, проголошеної під час запуску кампанії.
- ❑ Очікувані питання і відповіді AI щодо кампанії (вони не повинні містити внутрішню інформацію AI).
- ❑ Загальну інформацію про AI.

Пакет для ЗМІ про AI

Інформаційний пакет для ЗМІ про AI у вашій країні може містити кілька аркушів, які висвітлюють:

- ❑ Мандат і місію AI, її неупередженість, незалежність та історію.
- ❑ Коли AI сформувалася у вашій країні, її членство, місцеві групи, тощо.
- ❑ Цитати представників вашого суспільства, які підтримують роботу AI, – звичайних людей, знаменитостей, тощо.
- ❑ Імена та загальні відомості (з фотографіями) провідних працівників та членів.
- ❑ Поточні кампанії AI, включно з даними про справи, які принесли гарні результати.

Пакет для ЗМІ для державного візиту

Інформаційний пакет, підготовлений і поширений у ЗМІ перед закордонним візитом вашого глави уряду/держави, може допомогти внести права людини до порядку денного. У ньому можуть міститися:

- ❑ Один чи більше аркушів щодо ситуації з правами людини у країні відвідування: хто жертви, хто відповідальний, які закони викликають особливе занепокоєння, що зробив або чого не зробив уряд.
- ❑ Рекомендації AI для того уряду і вашого уряду щодо окремих питань прав людини.
- ❑ Організації зі сфери захисту прав людини чи активісти-правозахисники у тій країні, до яких можуть звернутися ЗМІ (спершу перевірте в аналітика AI).

- ❑ Ключові запитання з питань прав людини, які потрібно поставити обом урядам.

- ❑ Де знайти подальшу інформацію.

Пакет такого змісту може зробити права людини більш помітним питанням на порядку денному будь-якого візиту іноземної офіційної особи до вашої країни.

Брифінги для ЗМІ

Детальні ознайомчі брифінги для невеликого кола журналістів можуть допомогти поглибити знання ЗМІ та їх розуміння ключових питань чи подій і, таким чином, забезпечити усвідомлення ними різних вимірів прав людини. Невеликі форуми (максимум для п'яти-шести журналістів), можливо, з виступом запрошеного гостя, заохочують до глибокої дискусії. Обіди з окремими журналістами чи більш формальні зустрічі також корисні. В результаті вони можуть дати (або не дати) конкретне висвітлення чи посилання на AI, але допоможуть визначити спосіб, у який представляються питання, і зміцнити довіру до AI та її помітність. Вони також допомагають будувати відносини зі ЗМІ.

Інтерв'ю

Інтерв'ю і надання коментарів, які можна цитувати, – це, напевно, найбільш звичний спосіб появи AI у ЗМІ. Особливо на радіо та телебаченні, де настільки важливий живий голос і зображення. Інтерв'ю часто виступає бажаним результатом прес-релізів, прес-конференцій та особливих подій. Ключем для надання хороших інтерв'ю служить знання вашого предмета і добра підготовка.



Підказки

Перед інтерв'ю

- ❑ **Визначте час і місце.**

У випадку формального інтерв'ю, визначте його місце і тривалість. Уникайте інтерв'ю без визначеного часу закінчення. Вони дають журналісту години, щоби виснажувати вас доти, поки ви не скажете речей, яких не хочете говорити. Однак будьте готові до того, що інтерв'ю займе більше часу, ніж заплановано.

- ❑ **Узгодьте предмет, визначте питання.**

Проясніть теми, які потрібно висвітлити. Впевніться, що ви знаєте, про що потрібно говорити, щоб у вас були готові статистичні дані, імена та факти за справами, які наводитимуть у прикладах, особливо для

журналістів друкованих ЗМІ. Усі журналісти хочуть, щоб їхні статті були повними та завершеними, і можуть покладатися на вас для наведення основних фактів і цифр. Вони можуть мало знати про предмет і не бути впевненими, як вони хочуть його висвітлювати. Розмова перед інтерв'ю – це ваша можливість визначити питання, підкреслити аспекти, на яких ви хочете зосередитися, мінімізувати важливість інших аспектів, а також запропонувати інших осіб, з якими журналісту було б корисно зустрітися. Що раніше протягом процесу ви це зробите, то краще. Більшість історій можна розповісти багатьма різними способами. Ви хочете розповісти її у такий спосіб, який найімовірніше забезпечить позитивні результати для прав людини. Це ваш шанс. Будьте насторожі, якщо журналіст вагається щодо визначення предмета інтерв'ю. З невпевненим репортером краще говорити прямо, заявивши: "Я хочу знати, що вас цікавить, щоб я міг надати вам усю інформацію / статистику".

▣ Складіть список.

Підготуйте інформацію, яку хочете подати. Перед інтерв'ю складіть список з трьох-чотирьох найважливіших аспектів, які хочете донести. Список має складатися з коротких ключових слів, а не містити повну виписану промову. Ніхто не захоче слухати, як ви щось зачитуєте, бо це звучатиме «дерев'яно» і відрепетировано.

▣ Визначте аудиторію журналіста.

Пам'ятайте: репортери шукають те, що привабить саме їх аудиторію.

▣ Визначте природу засобу масової інформації.

Вони дають живий ефір чи транслюють запис? Якщо це радіо, вам знадобляться ефектні репліки. Це дискусія?

▣ Поважайте терміни.

Якщо ви пообіцяли зателефонувати журналісту за 30 хвилин, ви повинні так і зробити. Іноді вони працюють у неробочий час, тож якщо ви зможете дати телефонне інтерв'ю ввечері, варто це зробити. Якщо ви запропонували додаткову інформацію, забезпечте її.

▣ Продумайте наперед можливі запитання і відрепетируйте відповіді.

Ви говорите від імені AI. Обговорення з колегами та іншими членами може допомогти вам прояснити позицію, яку має обійняти AI, і як інтерв'ю може найкраще сприяти популяризації цілей кампанії. Удаване чи тренувальне інтерв'ю з колегою може допомогти зміцнити впевненість. Підготуйте кілька влучних ефективних відповідей заздалегідь.

▣ Сконцентруйтеся спершу на важливих аспектах.

У 1992 році комітет парламенту Австралії подав свій перший звіт, у якому розглянув урядові матеріали стосовно прав людини і зовнішньої політики. Австралійська секція зв'язалася з ключовими журналістами, пояснила важливість звіту, визначила головні питання, розповсюдила коротку інформаційну записку серед журналістів і пояснила, що її працівник буде постійно на зв'язку, щоб надати офіційну відповідь. У результаті ЗМІ зосередилися на питаннях, підкреслених AI, і AI показували на національному телебаченні та висвітлювали у газетах як орган, який надає провідну думку з вказаного питання.

У вас може бути обмежений час, тож у першу чергу зосередьтеся на висвітленні ключових питань.

▣ Переконайтеся, що маєте останню інформацію.

Прогляньте газети поточного дня, щоб побачити, чи є у них якась дотична інформація, яку можуть згадати. Чи зробив уряд заяву щодо звіту? Чи була опублікована будь-яка інша інформація про країну?

▣ Розслабтеся.

Журналісти хочуть хороших цитат і чіткого прямого меседжу – саме того, що й ви.

Протягом інтерв'ю

▣ Будьте експертом, зберігайте спокій.

Ви знаєте набагато більше про причини занепокоєння AI у сфері прав людини, ніж журналіст, а йому/їй потрібна ваша інформація, щоби висвітлити сюжет. Тому, якщо ви підготовлені та мислите чітко, ви будете керувати перебігом інтерв'ю. Переберіть на себе ініціативу і ведіть інтерв'ю у позитивному напрямку. Зберігайте спокій, оскільки іноді журналісти можуть спробувати заскочити вас зненацька чи змусити нервувати. Не дратуйтеся. Це їхня робота. Ваша робота – відповідати якомога краще.

▣ Дотримуйтеся стислих відповідей.

Пам'ятайте, що найкраща ефективна репліка – лише 8 секунд чи 25 слів. З 20-хвилинного інтерв'ю журналіст може використати лише 30 секунд. Тож використовуйте прості формулювання і уникайте жаргону AI. Кажіть "політичні вбивства", а не "позасудові страти", і ніколи не використовуйте аббревіатуру для цього "ПСС/ЕЖ". Зазначте насамперед важливі факти, і не забудьте зупинитися після того, як дали відповідь на запитання. Не говоріть безкінечно, намагаючись прояснити те, що вже сказали.

Запитання, які найчастіше ставлять АІ

- ❑ Що сказано у доповіді АІ?
- ❑ Хто чинить порушення?
- ❑ Що вони роблять?
- ❑ Кому вони це роблять?
- ❑ Скільки часу це триває і наскільки це серйозно?
- ❑ Чи погіршується ситуація?
- ❑ Що рекомендує АІ?
- ❑ Чому доповідь видають саме сьогодні?
- ❑ Чи можете ви навести приклад порушень, про які каже АІ?
- ❑ Звідки у вас ця інформація?
- ❑ На вашу думку, чи станеться щось внаслідок публікації доповіді АІ?
- ❑ Ситуація гірша, ніж у інших країнах регіону?

❑ Говоріть повними реченнями для ефірних ЗМІ.

Хоча радіо- чи телевізійне інтерв'ю може здаватися розмовою, намагайтеся пам'ятати, що журналіст шукає повні речення, які містять у собі ваші повні меседжі. Тож коли вас питають: "Які причини занепокоєння щодо дотримання прав людини у Кенії?", не відповідайте фрагментарно, наприклад: "Тортури, які вчиняються безкарно, по всій країні". Кращою буде така відповідь: "Amnesty International занепокоєна тим, що поліція регулярно застосовує тортури по всій країні, а правопорушників не притягують до відповідальності". Також пам'ятайте, що краще говорити як АІ, ніж як окрема людина. Уникайте "Я вважаю, що...". Як представник АІ, ви говорите за АІ, тож так і кажіть.

❑ Не відходьте від теми.

Повертайте розмову назад до ваших ключових аспектів. Якщо запитання не стосується вказаної теми, можете відповісти: "Це дуже важливе запитання, але насправді для розуміння ситуації важливим є...". Пам'ятайте, що ви можете поглянути на список ключових слів, щоб упевнитися, що ви донесли три основних аспекти, які хотіли вказати.

❑ Не дозволяйте журналістам приписувати вам слова.

Якщо журналіст питає: "Тож ви мали на увазі, що...", ви маєте парировати так: "Я насправді сказав, що...". Ніколи не починайте відповідь на таке питання зі слова

"так...". Не журналіст, а ви повинні вирішувати, що ви кажете публічно. Уникайте таких припущень чи гіпотетичних запитань. Журналісти часто ставлять питання "а що якщо?", коли хочуть, щоби сказали щось спірне. Ви повинні відповісти, що АІ не робить припущень про майбутнє.

❑ Щоби виграти час, повторіть запитання журналіста.

Це може дати вам трохи більше часу на обдумування відповіді. Тож якщо запитують: "Що Амністія думає про нафтове ембарго у Нігерії?", можна сказати: "Ви хочете знати про запропоноване ембарго – Amnesty International не займає позицію щодо різних ембарго, але ми дійсно кажемо, що міжнародний тиск має...".

❑ Будьте стриманими.

Якщо ви нервуєте, спробуйте тримати руки на колінах, аніж дозволяти їх пурхати повсюди у нервових рухах. Якщо вас атакують ворожим запитанням, не засмучуйтеся, просто відповідайте твердо: "Ви помиляєтеся щодо..., але я радий, що ви порушили це питання". Або: "Мені шкода, що ви це відчуваєте, але дозвольте мені попросити вас обміркувати...".

❑ Спробуйте показати окремі справи.

Намалювати картину однієї особи, яка уособлює модель порушення прав людини, може бути більш дієво, ніж висловлювати абстрактні думки. Наприклад, замість того, щоб сказати: "такий-то зазнав катування", спробуйте створити образ того, що відбувається, коли когось катують. Можна сказати: "під час допиту поліцейські кліщами вирвали такому-то ніготь пальця ноги".

❑ Не бійтеся показати емоції.

Невисловлене основне запитання журналіста – це: "Чому нам має бути небайдуже?" Ваша відповідь повинна містити невисловлений меседж, що людям було небайдуже, вони повинні лютувати і діяти. Тож ви можете висловити своє обурення. Не показуйте, наче ви втратили контроль, і не вживайте необґрунтованих висловів. Але часткове висловлення гніву, яку ви відчуваєте, коли говорите про "грубі порушення прав людини", буде влучним виразом і часто передає меседж краще, ніж затягнута промова без емоцій.

Для телебачення

❑ Обговоріть заздалегідь, до інтерв'ю, запитання, які будуть ставити.

Щонайменше ви маєте право запитати інтерв'юєра, яким буде перше запитання. Це ваше основне право як людини, у якій беруть інтерв'ю.

❑ Вдягніть однотонний одяг (щоб не відволікати глядача).



Журналісти часом намагаються перекопати вас сказати більше, ніж бажає повідомити АІ – або натякнувши, що це розмова «не для друку», або спитавши вашої власної думки. Ніщо ніколи не буває «не для друку» і ви розмовляєте з ними не від себе, що б вони не казали.

- ❑ Сидіть рівно, щоб мати організований, впевнений і акуратний вигляд, не розвалюйтеся на спинку крісла і не примощуйтеся на краєчку стільця, наче на жердині.
- ❑ Загалом дивіться на інтерв'юера, а не на камеру.
- ❑ Використовуйте прості формулювання.
- ❑ Не совайтесь. Камери та мікрофони реєструють найменші порухи.
- ❑ Попросіть стілець, який не обертається, щоби ви не хиталися нервово з боку в бік перед камерою.
- ❑ Якщо зйомка проходить зовні, зніміть окуляри. Інакше ви матимете вигляд, наче вам є що приховувати.
- ❑ Не реагуйте на запитання гримасами. Пам'ятайте: камера спрямована на вас увесь час.

Для радіо

- ❑ Знову-таки, попросіть, щоби перше запитання вам повідомили заздалегідь.
- ❑ Не совайтесь: шум може бути вловлений.
- ❑ Не вдягайте брязкітливих прикрас.
- ❑ Не перебивайте і не говоріть одночасно з іншими.

Головні статті

Новини – це лише один із засобів випуску інформації AI. Зважаючи на конкуренцію за місце на шпальтах газет чи в ефірі, новини про доповіді AI і кампанії часто дуже короткі. Інші варіанти надаються іншими розділами газет та іншими програмами на радіо і телебаченні.

■ Друк

У випадку великої доповіді проведіть переговори з однією чи більше газетами, щоб подати головну статтю на підтримку висвітлення у новинах. Важливо подати доповідь у газети заздалегідь до презентації (пам'ятайте про ембарго), щоб вони мали можливість прочитати і перетравити її інформацію для більшої чільної статті. Новини можна подати під кутом зору запуску кампанії AI проти політичних вбивств, а основна стаття детальніше розглядатиме проблему і те, як вона виступає одним з викликів, який стоїть перед правозахисним рухом. Коли випускають звіт про країну, новини можуть зосереджуватися на фактах, які містяться у доповіді, а більша стаття може розглядати наслідки

державної політики, відносини з країною, чи певний аспект кампанії.

Головні статті потрібно обговорити заздалегідь з редактором видання чи редактором шпальти спеціалізованих видань. Можливо також спершу домовитися з позаштатним журналістом, який напише статтю, а тоді домовитися про її публікацію. Недільні газети, зазвичай, більш охоче погоджуються на спеціалізовані статті, ніж щоденні газети, які мають менше місця у своєму розпорядженні. Ексклюзивна спеціалізована стаття для однієї газети може зробити таку пропозицію більш привабливою.

Багато газет мають різні розділи, намагаючись привабити і утримати читачів з особливими інтересами. Вони можуть давати хороші можливості для розміщення статей, які представляють різні погляди.

Газети часто мають сторінку публіцистики, щоб надати достатньо місця для висловлення різних думок. Серед дописувачів цієї сторінки часто присутні як штатні дописувачі, так і представники суспільства, котрі мають репутацію експертів, або котрі, як вважають, висловлюють думку важливої частини суспільства – такі, як AI. Така сторінка, як правило, має окремого редактора.

■ Ефірні ЗМІ

Ефірний час для доповідей AI скорочується. У більшості країн дедалі менше висвітлюються новини із-за кордону. Тому варто розглянути, як можна зробити такі сюжети привабливими для різних видів ЗМІ. Чи можна сюжет зробити місцевою новиною, зосередивши увагу на наслідках для політики уряду? Чи можна його зробити місцевою новиною через діяльність кампанії та яскраві візуальні образи? Чи є спеціалізовані програми? Чи участь знаменитостей у кампанії привабить додаткові ЗМІ? Продивіться ефірні графіки програм радіо і телебачення на предмет можливостей. Подумайте про ідеї тем, які можна розглянути під кутом прав людини і запропонуйте їх ЗМІ.

Відео прес-релізи

Однією з перешкод отримання висвітлення на телебаченні є те, що трансляторам потрібні зображення, щоб розповісти історію. Без зображень вони дуже часто не будуть висвітлювати питання. Щоби допомогти вам дати зображення телевізійним станціям, відзняті відеоматеріали надаються секціям для великих кампаній та акцій.

Три основних типи відео пакетів – це: відеопрес-релізи (ВПр), касета доступу до новин (КДН) і документальні фільми міні-формату. До них входять або "змонтовані відеофрагменти" у форматі телевізійних

Підтримуйте зв'язок із дослідниками і журналістами телепрограм, які висвітлюють поточні події. Дізнайтеся, які сюжети вони планують, особливо в інших країнах. Запропонуйте надати загальні матеріали і спробуйте переконати їх включити позицію правозахисників.

Використайте коментар

Випуск прес-релізу може забирати багато часу і стати не найкращим способом для AI, щоби потрапити у новини. Швидкий телефонний дзвінок журналісту, щоб запропонувати правозахисний аспект сюжету або надати коментар чи цитату від AI, або ж щось із новин може спрацювати так само добре, або й краще. Це одна з переваг встановлення гарних відносин з журналістами. Ви знатимете, кому коли телефонувати, а вони знатимуть, коли можуть зателефонувати вам, щоби почути думку AI.

Церемонія присвяти

У грудні 1995 року ірландська секція здобула широке висвітлення церемонії присвяти скульптури, пов'язаної з правами людини, у центрі Дубліна.

Використання сторінок дрібних оголошень

Багато газет мають сторінки дрібних тематичних оголошень, у яких пропонують послуги, товари, повідомлення про загублені і знайдені речі тощо. Вартість за слово зазвичай дуже низька, і деякі місцеві групи АІ розміщували оголошення під заголовками «РОЗШУК» чи «ЗНИКНЕННЯ» із проханням знайти інформацію про в'язня чи "зникнення" як спосіб опублікувати справу, над якою вони працюють. Вони також надають контактну особу їх місцевої групи.

Майже...

новин, або просто відредагована збірка найкращих відеозаписів з питань прав людини в окремій країні, які є у АІ. До цих відеоматеріалів переважно включають відеозаписи з питань порушення прав людини, інтерв'ю із жертвами чи активістами, а часом й інтерв'ю з речником АІ.

Якщо ви хочете, щоб телеканал використав відеосюжет, то повинні повідомити їм принаймні за тиждень наперед, який матеріал ви маєте. Телеканалу будуть потрібні копії відеоматеріалів у трансляційному форматі, який називається BETA SP. Часто їм також потрібна копія запису у форматі VHS – стандарт для побутових відеомагнітофонів – щоб вони могли переглянути запис заздалегідь.

МС завжди надає розшифровку запису і загальний сценарій, який описує зміст ВПР, вирішує будь-які обмеження авторських прав, а також формат відеоматеріалу. Уся ця інформація важлива для продюсерів і журналістів.

Там, де існують ВПР, варто зазначити про це наприкінці прес-релізу і згадати про це, коли телефонуватимете телевізійним продюсерам. В іншому випадку можна вислати спеціальне повідомлення для ЗМІ, у якому розповісти журналістам про ВПР.

Варто також збирати ваші ВПР в архів, оскільки їх можна часто використати пізніше (дотримуючись обмежень, що впливають з авторських прав), надаючи їх журналістам для використання у інших сюжетах, які вони, можливо, робитимуть.

Сторінки листування з читачами

Сторінки газет, де публікуються листи читачів, створюють прекрасний форум, який заохочує дискусію з питань і демонструє зацікавленість і занепокоєння громадськості. Відомо, що деякі групи АІ ініціювали дебати у суспільстві, коли один з членів писав спірного листа і організував відповідь від іншого члена групи – інші "справжні" члени громади тоді також долучалися до цього процесу.

«Кампанія боротьби за звільнення Тіма Андерсона» в Австралії винайняла аероплан, щоби запуснути довгий банер з меседжем кампанії "Тім не винний" над мостом через Сіднейську гавань у вирішальний день. ЗМІ були поінформовані, і принаймні одна телекомпанія надіслала вертоліт, щоби зробити якісні зйомки. На жаль, пілот не зміг отримати дозвіл на проліт над мостом у той час і пролетів пізніше – після того, як ЗМІ давно пішли. Гарна спроба, яка була не зовсім успішною.



Підказки

- Зробіть на листі позначку "для публікації".
- Нехай лист буде коротким: в ідеалі до 200 слів, але не більше ніж 400.
- Нехай він буде відповіддю на попередні матеріали газети чи новини.
- Нехай його підпише представник організації або людина, яка користується повагою суспільства.
- Надайте контактний номер, щоб можна було перевірити факти.

Дзвінки та запитання у прямий ефір

Деякі радіостанції мають програми, які запрошують аудиторію до участі в обговоренні. Це може надати АІ хорошу можливість продемонструвати занепокоєння чи висловити зацікавленість питанням. Зазвичай, найкраще, щоби члени не представлялися як такі, а говорили як представники громадськості. Продюсери та ведучі не люблять думати, що на них чинять тиск. Для дебатів щодо смертної кари важливо, щоб якомога більше членів додзвонилися. Якщо вас заздалегідь повідомили про таку дискусію, наберіть волонтерів для дзвінків на станцію та, якщо потрібно, надайте їм листок паперу зі списком стислих та сильних аргументів – кожному людину, ймовірно, запитають лише про один аспект.

Фотографії

Якісна фотографія може гарантувати помітне місце у газеті. Телевізійні канали завжди шукають сильні зображення.



Підказки

- Зробіть зображення привабливим для ЗМІ. Знаменитостей (за умови, що вони не робили чогось подібного для інших організацій) може бути достатньо.
- Використайте сильні образи: свічка залишається фаворитом серед фотографів, так само, як клітки та ґрати.
- Часто бувають популярними громадські події, які впадають в око, наприклад, запуск повітряних кульок, висаджування дерев, церемонія відкриття меморіальної дошки на будинку чи вулиці, так само, як вітальні

торти на дні народження в'язнів або на пам'ятні дати.

❑ **Забезпечте, щоб позаду виступаючого чи акції кампанії був вивішений банер або постер AI, щоб його було видно на фотографіях.**

❑ **Повідомте ЗМІ заздалегідь. Чітко вкажіть місце і час. Розішліть прес-реліз із зазначенням цих даних і під заголовком "можливість для фотозйомки".**

❑ **Будьте гнучкими, якщо це можливо.**

❑ **Запропонуйте провести репетицію чи відтворити події, щоби вписатися у графіку. Потурбуйтеся про те, щоби зробити власні фотографії та запропонуйте надати їх газетам, які на з'явилися (дізнайтеся, чи вони використовують кольорові чи чорно-білі відбитки), разом із підписами.**

❑ **Підписи повинні просто пояснювати, що зображено на фотографії, хто що робить чому, де і коли.**

❑ **Будьте творчими!**

Лист, надрукований у газеті, зазвичай, приймають за ознаку таких поширених настроїв. За ними стежать багато посольств і місцевих урядів.

Повідомлення про помилки

Особи, відповідальні за кампанії, члени та представники AI, відповідальні за зв'язки з пресою, часто висловлюють занепокоєння чи несхвалення щодо тону, стилю чи природи висвітлення діяльності AI, прав людини та дотичних питань. Це можна вирішити лише шляхом встановлення добрих відносин, які або запобігають цьому, або дозволяють провести позитивне та конструктивне неформальне обговорення, коли таке відбувається.

Можуть також статися випадки, коли припускаються помилки у висвітленні причин занепокоєння чи позиції AI. Ці питання слід піднімати лише у разі справді серйозних помилок чи викривлень. Ваша реакція повинна підпадати під одну з таких категорій:

■ **Прагніть отримати вибачення або спростування публікації**

Якщо це відверто упереджений напад на AI чи серйозна помилка, зв'яжіться з редактором листом або телефоном, поясніть помилку видання і попросіть, щоби спростування чи вибачення було опубліковане в наступному номері. Не вимагайте спростування чи вибачення, якщо вам просто не сподобався тон, стиль чи зміст статті.

■ **Напишіть листа**

Напишіть редактору, поясніть в чому невірність інформації, та попросіть його надрукувати вашого листа на сторінці листування з читачами. Це може бути важливим, оскільки відсутність реакції може справити враження, що AI нездатна захистити свою позицію. Однак варто поміркувати, чи публікація вибачення, повторюючи первинну помилку, не підсилить шкоду, замість того щоби зменшити її. Якщо це була ваша помилка, лист може надати доказ вашої чесності.

Доброю політикою є давати відповідь на кожний напад на AI, навіть якщо шанси на її друк невеликі. Редактори розуміють меседж.

■ **Повернення у позитивному світлі**

Критична стаття про AI може дати можливість відкрити діалог зі ЗМІ. Підхід до газети, яка надрукувала дуже критичну статтю про AI, буде приблизно таким:

● Стаття про погляди AI була дуже оманливою, і ми вважаємо, що автор не цілком зрозумів нашу позицію. Ми хотіли б отримати можливість розповісти про наші погляди і про роботу, яку ми виконуємо. Чи могли б ви прийняти від нас коротку статтю?

● Стаття у газеті підняла цікаві питання і відкрила можливість інформативних дебатів щодо цього питання. Чи могла б AI дати відповідь?

■ **Ігноруйте це**

Нічого не робіть. Дехто дотримується погляду, що люди просто забудуть про новину протягом тижня, тож краще не нагадувати їм про помилку чи ворожу статтю. Дрібні помилки чи образливий тон потрібно ігнорувати у сенсі офіційної реакції, особливо у публікаціях «від редакції» чи «думки експерта». Представники громадськості, звичайно ж, можуть виступити проти висловлених поглядів. Однак існує ризик, що невиправлене невірне представлення позиції AI може залишитися в офіційній версії як справжня позиція.

Не отримуєте висвітлення?

Нереалістично очікувати, що AI завжди буде отримувати таке висвітлення, на яке заслуговують її теми, або якого вам би хотілося. Однак якщо AI постійно не має висвітлення у ЗМІ й це гальмує її розвиток і проведення кампаній, варто спробувати з'ясувати, чому це так.

Символічний успіх

Данська секція привезла 43 корови у центр столиці, місто Копенгаген, у рамках символічної акції протязом кампанії щодо Колумбії. Сорок трьох людей з села у Колумбії примусили "зникнути" як покарання за викрадення 43 корів. Цей захід отримав широке висвітлення на телебаченні та у газетах.

Австралійське «мило»

Низка популярних телевізійних "мильних опер" в Австралії містили сюжетні лінії заходів AI. Одна показувала захід AI зі збору пожертв, в іншій висвітлювалися біженці та порушення прав людини, від яких вони втекли.



1997 рік, прес-конференція у МС щодо арешту можливих боснійських військових злочинців. Зліва направо: Лотте Ліхт, Human Rights Watch; Нік Гоуен, Програма МС для юридичних та міжнародних організацій (Nick Howen, LIOP); Мартін Белл (Martin Bell), військовий кореспондент і член парламенту Великої Британії; полковник Боб Стюарт, кавалер ордена «За бойові заслуги», колишній командувач Британського військового контингенту в Боснії.



Підказки

❑ Чи є проблемою існуючий імідж АІ? Чи вважають її радикальною або маргінальною організацією? Чи вважають АІ радше міжнародною, ніж національною організацією?

Спробуйте зустрітися з редакторами, щоб дати їм краще розуміння АІ.

❑ Можливо, ЗМІ не знають, яку інформацію АІ може надати?

Надайте ЗМІ список публікацій. Запропонуйте свої послуги у проведенні брифінгів з питань прав людини для журналістів, що від'їжджають за кордон.

❑ Можливо, права людини не вважають серйозними новинами?

Більшою мірою покажіть зв'язок вашої інформації з позицією місцевого уряду, політикою чи торговельними, історичними та культурними зв'язками тощо. Продемонструйте її більш прямий зв'язок із сюжетами, які вважають серйозними новинами.

❑ Журналісти не знають, до кого звертатися.

Розішліть журналістам пакет рекомендацій для ЗМІ, надавши імена та контактні дані, загальну інформацію про АІ, її поточ-

ні кампанії і про те, хто що робить у цій організації.

❑ Редактори вважають, що ваші речники недосвідчені?

Підвищуйте медійну грамотність ваших координаторів, які відповідають за певні країни, шляхом проведення тренінгів (або візьміть на роботу та навчіть координаторів, які відповідають за певні країни), щоб у вас були речники-спеціалісти, які могли б дати інтерв'ю. Проведіть навчання для існуючих речників (для цього скористайтеся професійною консультацією).

❑ У минулому виникла проблема у відносинах зі ЗМІ, яка й досі створює труднощі.

Знайдіть можливість зустрітися з редакторами, щоби прояснити ситуацію і вирішити проблеми.

❑ Можливо, сюжети щодо окремих країн не мають висвітлення тому, що журналісти не вважають, що громадськість цим цікавиться.

Шукайте інші ракурси висвітлення. Переконайте членів АІ чи членів співчуваючих організацій написати листи (як від членів організацій або просто від читачів) до ЗМІ із проханням ширшого висвітлення питань закордонних справ або питань прав людини, чи окремих країн, як спосіб продемонструвати зацікавленість спільноти.

Щорічні нагороди для преси британської секції AI, вперше вручені у 1992 році, спочатку розглядали як можливість зміцнення зв'язків зі ЗМІ та заохочення різних верств ЗМІ висвітлювати правозахисні питання. Як такі, вони довели свою вражаючу успішність. З кожним роком за них змагалися дедалі більше журналістів.

Цей захід також став головною щорічною подією британської секції AI у сфері зв'язків з громадськістю, надаючи можливості для прекрасного налагодження зв'язків із журналістами.

Нагороди визнають майстерність у правозахисній журналістиці, що суттєво підвищило обізнаність британської громадськості та розуміння питань прав людини – зосередивши увагу на правозахисній роботі, яку висвітлюють за мандатом AI.

На церемонію нагородження, яка в останні роки проходить у престижному лондонському готелі «Park Lane Hotel», приходять визначні журналісти, випускові редактори та редактори відділів міжнародних новин, а ведуть її видатні диктори чи медійні знаменитості.

Кожного року кандидатів судить спеціально відібране журі, до якого, зазвичай, входять директор AIUK з питань комунікацій та інші експерти, відібрані за знання у галузі засобів масової інформації та прав людини, такі як видатні журналісти та юристи. Саме членство у журі є одночасно як формою визнання, так і можливістю виробити ближчі робочі відносини з важливими працівниками ЗМІ.

Існує шість категорій нагород: телевізійна документалістика; телевізійні новини; радіо; національні друковані видання; періодичні видання (у тому числі друковані журнали, які виходять у вихідні дні та додатки); і фотожурналістика. Ще одна нагорода вручається загальному переможцю.

Сама подія тепер привертає досить широку увагу ЗМІ. У 1994 та 1995 роках переможців оголошували у національних новинах у прайм-тайм, а вручення нагороди загальному переможцю Генеральним секретарем AI П'єром Сане у 1995 році транслювали телевізійних новинах Бі-Бі-Сі.

Нагороди для преси Amnesty International у Великій Британії

Фотографії

Надання фотографій для дрібніших регіональних і місцевих газет може практично гарантувати публікацію матеріалу, оскільки дрібніші видання прагнуть отримати цікаві фотографії, які використовують для заповнення місця і розбивки тексту.

Забезпечте, щоби фотографії, які ви надаєте, були цікавими і гарної якості. Фото, подані місцевою групою чи секцією, повинні:

- бути чорно-білими, а не кольоровими
- бути великими – не стандартного розміру фотокартки з відпустки
- показувати діяльність – підписування листів, запалення свічок, тощо

Чорно-білі фотографії людей, задіяних у кампаніях AI, часто можна отримати на відкриттях кампаній від МС, і їх можна запропонувати групам, щоби допомогти їм у роботі зі ЗМІ.

Послуги МС для ЗМІ

Рушійною силою практично всіх відносин AI зі ЗМІ виступає інформація з МС, зокрема, з його Програми роботи зі ЗМІ та аудіовізуальними матеріалами. Вони відповідають за складання міжнародних випусків, встановлення часу ембарго та публікації офіційної реакції AI на новини про питання прав людини в усьому світі. Як мінімум, МС розповсюджує більшість цих випусків серед міжнародних інформаційних агентств, які потім редагують і поширюють їх в усьому світі.

Ці випуски загалом надають набагато більший обсяг інформації, ніж може обробити будь-яка секція AI. Тому важливо відбирати інформацію. Де можливо, цей вибір має ґрунтуватися на таких міркуваннях:

- чи може оприлюднення у вашій країні вплинути на ситуацію у сфері прав людини у відповідній країні;
- чи потрібно AI зміцнити свій місцевий імідж серед ЗМІ, щоб бачили, як вона реагує і проводить кампанії щодо певних подій;
- місцеві доступні ресурси;

- чи вирішила секція зробити своїм пріоритетом роботу з окремими країнами;
- чи каже AI щось нове або таке, що варто публікувати в новинах.

Розсилання великої кількості прес-релізів, які не містять нової інформації або не дають нового погляду, найімовірніше, підірве, а не зміцнить довіру ЗМІ.

Структури AI мають відредагувати і адаптувати прес-релізи МС, щоби зробити їх більш привабливими для ваших місцевих ЗМІ та допомогти зміцнити репутацію AI як важливої організації, яка проводить кампанії у вашій країні.



Підказки

Адаптація прес-релізів з МС

- **Скоротіть їх.** Часто прес-релізи МС довші за одну сторінку. Спробуйте їх скоротити. Якщо вам потрібно включити більше інформації, тоді підготуйте окремий аркуш із загальною інформацією.

- ❑ **Прочитуйте місцевого речника AI.** Або використайте ті самі цитати, що й у міжнародному прес-релізі, або напишіть власні, які можуть краще підходити до вашої ситуації.
- ❑ **Зосередьтеся на місцевих справах.** Що робить місцевий осередок AI? Наприклад, чи він попросив уряд вжити певних дій (якщо у вашому прес-релізі сказано, що AI попросила про такі дії, упевніться, що це так і було!)
- ❑ **Нехай він буде сумісним із меседжем AI.** Упевніться, що ваш доробок не змінює основного акценту. Перевірте це у працівників секції чи інших осіб, якщо ви не впевнені.

Інша інформація від МС

Окрім окремих прес-релізів, доповідей про країни та тематичних доповідей, у роботі зі ЗМІ в рамках проведення кампаній корисні такі джерела:

■ Факти і цифри AI.

МС регулярно розробляє документ, який називається "Факти і цифри", що служить корисним джерелом інформації про AI. Він детально розповідає про історію AI, кількість членів у всьому світі, витрати на деякі види роботи, кількість справ, над якими працювали попереднього року, кількість закритих справ тощо.

■ Щорічна доповідь.

Доповідь Amnesty International – корисний і авторитетний довідник. Вона містить інформацію про те, які країни підписали угоди з питань прав людини, короткі

довідникові статті про окремі країни, що можуть швидко дати журналісту загальний огляд причин занепокоєння AI у будь-якій країні, останні дані про ведення кампаній AI, випадки порушень у всьому світі в рамках мандату, наприклад, тортури, тощо.

■ Акції термінової допомоги (АТД).

АТД можуть містити останню інформацію AI щодо країни і надати переконливий образ реальних людей, які ризикують стати жертвами порушень прав людини. Їх дуже просто розіслати факсом журналістам. Витяг зі щорічної доповіді та АТД можуть бути гарною комбінацією матеріалів для роздачі зацікавленим журналістам. АТД також можна використовувати подібно до прес-релізів. Для журналіста, який цікавиться певною країною, не становитиме великих труднощів перетворити АТД на новинну статтю. Попросіть дружньо налаштованого журналіста взяти коментар у відповідного урядовця чи посольства у вашій країні. Занепокоєння ЗМІ може значно посилити тиск, який чинять щодо цієї справи.

■ Дослідники/особи з МС, відповідальні за кампанію.

Деякі ЗМІ захочуть поговорити з "експертом". Пропозиція інтерв'ю з дослідником/особою з МС, відповідальною за кампанію, може допомогти забезпечити висвітлення, особливо після повернення з місії або якщо вони - у центрі подій. Якщо ваша секція обладнана телефоном з гучномовцем, можна організувати телефонний міні-брифінг з дослідником AI для кількох журналістів. Можна також попросити дослідників/осіб, відповідальних за кампанію, надати дані про людей у відповідній країні, у яких журналістам корисно було б взяти інтерв'ю, – особливо якщо вони їдуть до країни, щоби писати репортаж.

Підготовка громадської реакції

Одна з цілей роботи зі ЗМІ – це викликати зацікавленість громади та її дії. Якщо ви організовуєте кампанію довкола окремого питання або очікуєте на достатньо широке висвітлення, не забудьте підготувати зворотний зв'язок.

Люди, які відповідають на телефонні дзвінки в офісах AI, повинні бути готовими відповідати на запитання з окремої теми. Вони мають запитувати імена й адреси, щоб надіслати цим людям подальшу інформацію щодо питання та членства.

Підготуйте простий опис акції, який можна розсилати будь-кому, хто зателефонує, щоб запитати, що він або вона може зробити. Це можуть бути прості інструкції з написання листів, які міститимуть:

- загальну інформацію;
- аспекти, які треба зазначити у листі;
- імена й адреси людей, яким потрібно надсилати листи.

Іноді продюсери та редактори готові розмістити адресу і телефон AI наприкінці програм чи статей про роботу AI. Завжди варто спитати про це!

Координація роботи зі ЗМІ інших

У багатьох суспільствах найбільше читають, дивляться і слухають місцеві ЗМІ. Це найбільш важливо при формуванні ставлення громади. Це також становить наріжний камінь зміцнення репутації AI як членської організації, яка пропонує усім можливість долучитися до кампаній захисту прав людини. Тому заохочення місцевих груп AI до участі у роботі зі ЗМІ та надання їм навичок і ресурсів для цього вважається, серед іншого, важливим питанням для координаторів кампаній.



Підказки

📌 **Надайте групі посібник, який містить розділ щодо роботи зі ЗМІ.**

Британська секція AI розробила чудовий посібник щодо роботи місцевих груп з пресою, який може бути корисним. Його можна адаптувати для використання у вашій країні. Пробні примірники можна отримати у Відділі роботи з пресою британської секції AI.

📌 **Надавайте освітні семінари з питань роботи зі ЗМІ.**

Дружно налаштовані професійні журналісти часто раді зробити внесок до роботи AI таким чином. Освіта може містити такі компоненти:

- ознайомлення з вашими ЗМІ, місцеві особливості та характер роботи журналістів;
- написання прес-релізів – визначення вірного ракурсу висвітлення, подача всієї важливої інформації на початку;
- практика інтерв'ю – для телебачення і радіо.

📌 **Включіть пропозиції для ЗМІ та матеріали до загальних пакетів кампанії, що призначаються для груп.**

📌 **Надайте групам чорновий варіант прес-релізу для висвітлення подій чи запуску кампанії.**

📌 **Надайте пропозиції щодо статей, які можуть зацікавити різні місцеві ЗМІ.**

Надайте докази

Наприкінці кожної кампанії складіть досьє чи файл усіх публікацій, які були на національному та місцевому рівні, і надішліть копію з супровідним листом послу та урядовцю, найбільш пов'язаному з питанням. Може бути доречно переконати посольство зустрітися з вами, якщо раніше вони цього не робили, і якщо це дасть ґрунтовний доказ громадського занепокоєння. Таке досьє можна з користю надати вашому власному міністру закордонних справ.

Моніторинг та оцінювання

Моніторинг та оцінювання роботи зі ЗМІ можуть бути проблематичними. Можна, залежно від рівня доступних ресурсів, дізнатися, наскільки широке висвітлення ви отримали. Набагато складніше дізнатися, чи це справило вплив, на який ви сподівалися.

Моніторинг ЗМІ може бути доступним у формі комерційної послуги (якщо це так, то місцеві журналісти мають про це знати). Такі служби можна попросити провести моніторинг будь-якої частини ЗМІ, надати розшифровки текстів аудіовізуальних матеріалів та вирізки щодо різних питань, такі як звіти з питань прав людини чи щодо діяльності AI. В іншому випадку можна попросити членів AI провести моніторинг.

Певний рівень моніторингу ЗМІ необхідний для оцінки. Одним зі способів оцінювання вартості роботи зі ЗМІ є визначення ціни отриманого висвітлення шляхом приблизного підрахунку вартості еквівалентних рекламних площ. Ще одним показником служить повторне публічне підняття питань журналістами, політиками чи неурядовими організаціями або використання ними фраз і термінів, які озвучила AI.

Іншими показниками можуть бути помітні зрушення в урядовій політиці та практиці або у рівні реакції суспільства, зокрема, підвищення кількості запитів щодо членства, отриманих офісом AI, або листів до преси.

Попросіть членів AI слухати чи дивитися певні програми та читати окремі газети або журнали. Такий спосіб моніторингу ЗМІ особливо корисний, коли ви висвітлюєте прес-релізи або проводите прес-конференції.

На більш загальних засадах ви можете просити їх пошукати (і зробити вирізку чи запис) згадок про AI, про права людини, про окремі країни або про розвиток політичних подій у вашій власній країні, що може бути важливим, наприклад, нові урядові призначення. Однак їх час цінний, тому вам потрібно пояснити, чому інформація є корисною і як ви її використовуватимете. Також важлива хороша система зберігання документації.

Моніторинг ЗМІ

У багатьох випадках істотною частиною доходів газети ґрунтується на продажі рекламних площ. У дні, найкращі для публікування реклами (це можуть бути визначені дні тижня, вихідні, національні свята) газета має більше сторінок, більше місця у примірнику, а тому більш ймовірно опублікує статтю АІ.

Для окремих подій, наприклад, для прес-конференцій чи визначних інформаційних приводів, варто встановлювати конкретні цілі. Чітко вкажіть цільову кількість чи тип висвітлення у ЗМІ, якого ви прагнете досягти, а також якого висвітлення у ЗМІ реалістично очікувати. Це може означати кількість новинних каналів, ток-шоу чи редакційних статей, у яких згадується АІ чи занепокоєння правами людини. Тут може бути відображена кількість засобів масової інформації, участі яких ви очікуєте у вашій прес-конференції. Чітке зазначення дозволяє зрозуміти, чому певні фактори мали чи не мали впливу.

Причиною успіху може бути те, що прес-реліз опинився на чийомусь столі саме вчасно, що вам вдалося переконати достатньо впливового журналіста висвітлити сюжет, що новин у цей день було небагато, або просто те, що це була цікава тема.

Відповідальний за кампанію чи спеціаліст з роботи зі ЗМІ рідко може контролювати, які сюжети використають чи не використають ЗМІ, якщо взагалі може. Як правило, на це впливає занадто багато факторів, багато з яких - поза межами контролю відповідального за кампанію. Але що більше він/вона розуміє ці фактори, то більше він/вона зможе вплинути на масштаб та характер висвітлення.

Особа, яка виконує моніторинг, може зв'язатися із журналістами і чемно запитати, чому подію було чи не було висвітлено.

Більше відомостей про оцінювання див. у Главі 13.



1995 рік, Кейсі Келсо (Casey Kelso), штатний працівник МС, проводить прес-конференцію на Світовій конференції ООН з питань прав жінок.



Залучення громадськості

Залучення громадськості – це діяльність AI, що включає співпрацю з іншими групами, організаціями та особами, спрямовану на вирішення загальних проблем та здійснення принципів прав людини. Цей вид діяльності завжди був у центрі кампаній AI. В його основі - головний принцип AI, згідно з яким за права людини несуть відповідальність усі, а також те, що, незалежно від чисельності цієї організації, її діяльність буде найбільш ефективною, якщо вона залучатиме інших до захисту прав людини.

“

Несправедливість, що трапляється в будь-якому місці, є загрозою справедливості будь-де»

Мартін Лютер Кінг, лауреат Нобелівської премії миру

Зміст

- Залучення громадськості / 168
 - Що таке «залучення громадськості»? / 169
 - З ким може співпрацювати AI? / 169
 - Переваги залучення громадськості / 169
 - Визначення пріоритетів у залученні громадськості / 170
 - Залучення громадськості на практиці / 171
 - Структури, що здійснюють залучення громадськості / 172
 - Список для перевірки: які інші організації та окремих осіб можна запрошувати до співпраці? / 173
- Ділові кола / 175
 - Службовці військових та правоохоронних органів / 186
 - Міжнародна правова мережа / 191
 - Профспілки / 196
 - Молодіжні активісти / 200
 - Релігійні групи / 205
 - Галузь охорони здоров'я / 210
 - Захист прав жінок / 216
 - Захист прав дітей / 222
 - Співпраця з правозахисним рухом / 227



Найбільш ефективним і продуктивним напрямком є робота на місцевому рівні, використання вмінь, контактів та дочірніх структур членів AI для розширення нашої місії, для залучення організацій груп та осіб, що не є членами AI, до конкретних дій, до участі в кампаніях за права людини.

Target Sector Review
(AI Index: ACT 70/01/91)

Що таке «залучення громадськості»?

На практиці робота з населенням може включати:

- поодинокі акції, такі як звернення до жіночих організацій з конкретної проблеми під час проведення відповідної кампанії в окремій країні;
- побудова довгострокових відносин з різними професійними чи організаційними структурами, такими, як правозахисні кола чи профспілки; це також надає можливість для залучення матеріальних коштів та нових членів.

AI залучає до своєї діяльності інші організації, тому що за права людини відповідальні всі; AI несе відповідальність за інформування інших про порушення прав людини, а також про те, яку допомогу можна надати щодо їхнього захисту; цього можна досягти, запрошуючи до підтримки AI як організації, але найбільш

важливим є залучити всіх до конкретних дій.

Якщо ми залучаємо до співпраці з нами інші організації, ми маємо очікувати, що вони попросять нас надати підтримку їх справі (принцип взаємодопомоги чи взаємних інтересів). Це майже «закон» природи, що діє у процесі співпраці.

Принципи AI передбачають, що отримання підтримки щодо захисту прав людини з боку інших груп не повинно залежати від підтримки AI вимог таких груп. Але на практиці секції AI справді отримують заклики про взаємну підтримку. Відмовляти у таких закликах треба дуже обережно, щоб не створювати враження, наче досягнення цілей AI або захист її незалежності чи неупередженості є важливішими, ніж досягнення цілей або захист незалежності чи неупередженості організації, що звертається за нашою підтримкою.



Коли робота налагоджена, важливо інтегрувати стратегію розвитку AI в різні групи за умови збереження загальної програми дій секції.

З ким може співпрацювати AI?

Залучення громадськості є цільовим, тобто спрямованим на певні організовані групи суспільства та на впливових осіб – професійні об'єднання, такі як лікарі чи юристи, та організації, що представляють конкретні суспільні групи, такі як жінки, молодь та ділові кола.

Залучення громадськості організовано так, тому що це:

- відтворює, як організовані наші товариства;
- дозволяє AI охопити щонайбільшу кількість людей (вже організованих) з найменшими витратами;
- дає AI можливість спонукати до конкретних дій такі частини суспільства, котрі можуть якомога більше впливати на конкретні ситуації з правами людини.

Переваги залучення громадськості

Залучення інших організацій та осіб може підвищити ефективність діяльності AI двома різними шляхами:

- у міжнародному масштабі, оскільки відповідні організації чи особи можуть відігравати особливу роль, впливаючи на ситуацію з правами людини у конкретних країнах;

- у національному масштабі, через збільшення впливу AI, довіри до неї, залучення спеціалістів-експертів, матеріальних коштів, залучення нових учасників та розширення можливостей для проведення різних кампаній нашими власними організаціями.

Це також може сприяти створенню та дієвості інших груп.

Залучення до роботи з громадськістю

Всі частини AI, від місцевих груп до Міжнародного секретаріату, повинні брати участь у залученні громадськості. Ось кілька прикладів

Місцеві групи	● Організації на місцевому рівні	Місцеві жіночі та релігійні організації, школи
Секція	● Організації на національному рівні	Національні жіночі організації, юридичні та медичні спілки, національні профспілки
Міжнародний секретаріат	● Організації на міжнародному рівні	Міжнародні профспілкові структури, міжнародні юридичні, медичні чи жіночі асоціації

Міжнародний рівень

Організації, що опікуються залученням громадськості, можуть безпосередньо та опосередковано впливати на країни, які є об'єктами їх діяльності, тому що:

- організація чи конкретна особа здійснює вплив на тих, хто несе відповідальність за порушення прав людини в країні-об'єкті (вони вже можуть навіть активно протидіяти порушенням прав людини);
- організація є частиною міжнародної установи або мережі, що вважається впливовою, наприклад, міжнародної професійної асоціації;
- організація впливає на сприяння діяльності інших груп і людей у вашому суспільстві, включаючи ваш уряд, щодо ситуації з правами людини у країні-об'єкті вашої діяльності.

Головним чином, саме аналіз цих факторів повинен визначати, які організації мають бути об'єктом уваги в роботі з населенням, під час визначення стратегії діяльності в різних країнах.

Національний рівень

Залучення громадськості може також впливати на внутрішню політику і дії національного уряду щодо прав людини та сприяти розвитку діяльності АІ шляхом:

- демонстрування масштабу підтримки цілей АІ в різних групах суспільства;
- використання існуючих каналів комунікації в межах різних груп для розширення чи більшої спеціалізації аудиторії;
- надання доступу до знань, зокрема, спеціалізованих в країнах та щодо окремих проблем, організаційних і правових питань;
- забезпечення обізнаності щодо прав людини та створення постійної мережі організацій із захисту прав людини;
- розширення кола нових активістів/членів/прихильників та створення нових джерел надходжень пожертв.

Визначення пріоритетів у залученні громадськості

Поєднання міжнародного та національного впливу має визначати рішення щодо розвитку залучення громадськості. Однак така діяльність дуже легко може набутися незапланованого та непередбаченого напрямку.

Відправним пунктом у визначенні пріоритетів залучення громадськості має бути стратегічний аналіз вашого суспільства в регіональному та світовому масштабі, а також місця АІ у вашому суспільстві. Однак для максимальної ефективності та забезпечення узгодженості роботи АІ як міжнародної організації пріоритети вашої роботи з населенням, мали б також відображати пріоритети, визначені на міжнародному рівні. Під час проведення цього аналізу слід звернути увагу, зокрема на такі питання:

ЗАПИТАННЯ

❑ Чи є організація впливовою у вашому суспільстві?

Чи має організація важливі зв'язки з національним урядом, з іншими групами суспільства або із засобами масової інформації? Чи має вона свої власні засоби масової інформації? Чи може вона мобілізувати широкі маси людей? Чи може вона залучити великі ресурси?

❑ Чи має організація міжнародний вплив? Чи має вона доступ до міжнародних структур або організацій? Чи має вона зв'язки або контакти з аналогічними структурами в країнах-об'єктах діяльності?

❑ Чи спроможна організація діяти в інтересах АІ?

Чи є в організації особа або комітет, безпосередньо відповідальний за права людини? Чи має він механізм впливу для досягнення цілей АІ? Чи може він вплинути на вибір АІ щодо країн чи тем дослідження?

❑ Чи легко зв'язатися з організацією?

Наскільки легко визначити необхідних осіб та зв'язатися з ними? Чи відкриті вони для контактів з АІ? Чи потребуємо ми великої кількості часу та ресурсів для підготовки до співпраці? Якими є їх поточні цілі та як вони ставляться до АІ? Чи існують креативні шляхи встановлення зв'язків з АІ? Чи потрібна підготовка спеціальних матеріалів?

❑ Чи це та організація, яку ми ще не залучили до співпраці у процесі нашої загальної діяльності?

Чи потрібні спеціальні зусилля для залучення цієї організації? Яким є потенціал отри-

Залучення громадськості є важливим засобом створення загально-го та спільного середовища для забезпечення ефективної боротьби за права людини. Така робота пропонує можливість ще більшого зміцнення сильних сторін та усунення слабостей.

мання пожертв від організацій та окремих осіб внаслідок цільового залучення?

7 Яким чином наша взаємодія з цією організацією впливатиме на репутацію та об'єктивність AI?

Чи передбачаються переваги або недоліки, пов'язані з цією організацією? Чи є можливість того, що ця організація використовуватиме свій зв'язок з AI не на нашу користь?

Залучення громадськості на практиці

Існує велика кількість методів координування залучення громадськості. Деякі з них потребують дещо більшого ніж відкриті канали зв'язку.

Розвиток контактів в різних організаціях може бути простим способом досягнення деяких цілей залучення громадськості без потреби у створенні систем управління чи значних ресурсів.

Часто цілі AI підтримуються широкими верствами суспільства. Під час залучення різних організацій виникає можливість визначення того, як вони можуть допомагати AI та з ким потрібно зв'язуватися. Одним із шляхів розвитку таких контактів є проведення тематичних конференцій та зустрічей на відповідну тематику.

Якість залучення громадськості важливіша, ніж її кількість. Якщо ухвалено рішення щодо зв'язку з організацією, підрозділ має залучити ресурси, достатні для здійснення впливу. На взаємодію з іншими організаціями та окремими особами можуть негативно впливати недостатня стабільність і обов'язковість, що може бути результатом неправильного планування напрямків залучення громадськості.



Підказки

- 7** Вірно визначайте в організації осіб для встановлення контакту.
- 7** Визначайте, що вони можуть зробити і як вони можуть допомогти.
- 7** Чітко визначайте, що ви від них бажаєте.
- 7** Будьте готові пояснити їм, чому ви бажаєте від них певних дій.

7 Просіть їх робити лише те, на що вони здатні.

7 Ознайомтеся з поточними цілями організації, з якою ви встановлюєте зв'язок.

7 Надавайте достатньо інформації, щоб дати їм можливість виконувати бажані для вас акції.

7 Просіть інформацію про будь-яку акцію, а також про реакцію на неї та результати.

7 Чітко визначайте, як ви хочете провести будь-яку зустріч і підтримувати контакт.

7 Регулярно підтримуйте контакти.

7 Чітко визначайте цілі як AI, так і організації, з якою ви встановлюєте контакт, на рівні зв'язків, забезпечення інформацією тощо.

7 Публікації AI є важливим засобом залучення громадськості. Розробіть список для розсилки, до якого мають бути включені пріоритетні контакти, і переконайтесь, що там регулярно отримують публікації AI відповідно до сфер їх інтересів. Використовуйте в повному обсязі систему ключових слів у публікаціях AI для ідентифікації публікацій, котрі можуть бути використані для підтримки контактів, необхідних для залучення громадськості.

7 У багатьох секціях для встановлення контактів з деякими організаціями застосовуються акції термінової допомоги (UA). Вони короткі, чіткі та розділені на категорії, згідно зі статтю, родом занять, так, щоб була користь для тих чи інших організацій.

«Діалог» означає організацію та активну участь у слуханні – цикл комунікацій, не одностороння комунікація.

Визначення пріоритетних організацій

Аналіз вашого суспільства щодо регіону, в якому воно безпосередньо існує, а також у світовому плані може, наприклад, виявити, що ваше суспільство «розташоване» в особливому доброму положенні – завдяки військовим, культурним, економічним або іншим стратегічним зв'язкам – щоб впливати на інші окремі країни. Результати аналізу AI щодо вашого суспільства можуть припускати, що нових членів найбільш вірогідно знайти в одному секторі (наприклад, медичному), або щоб бути більш впливовим у вашому суспільстві ви потребуєте більшої підтримки з боку інших секторів (наприклад, релігійних організацій).

Сектори, що, як вважається, потребують обидвох аналізів, і можуть стати пріоритетними у розвитку структур для залучення громадськості. Визначення таких секторів дає можливість об'єднання найпростішим способом короткострокової мети здійснення впливу на міжнародну ситуації з прав людини, і довготривалої цілі забезпечення можливості AI впливати на процеси у власній країні.

Структури, що залучають громадськість

Спеціаліст або професійна координаційна група

Деякі секції створюють структури для залучення громадськості, оскільки вони забезпечують постійне підґрунтя для відповідної діяльності – більшу або меншу групу людей, що мають мотиви, спеціальні знання і готові працювати з АІ.

Важливо, однак, планувати їх роботу замість того, щоб просто дозволяти структурам розвиватись й поглинати ресурси таким способом, що не відбиває потенціал для допомоги наявним та можливим жертвам порушень прав людини.

Структури, що залучають громадськість, повинні існувати не тільки для роботи з певними групами суспільства, але й для того, щоб переконатися, що залучення громадськості є невід'ємною складовою роботи руху. Структури, які опікуються залученням громадськості, треба безпосередньо залучати до планування та роботи.

Існують різноманітні типи такої спеціалізованої групи. Наприклад, група може складатися з членів АІ, що належать до певних організацій, таких як поліція, юристи чи лікарі, а також може іноді включати членів АІ, які розробили деталі цієї сфери діяльності.

Найважливішими функціями таких груп є проведення акцій, що входять до їх компетенції, завдяки кваліфікації спеціалістів, включених до них; розробка, координація та підтримка залучення громадськості з інших груп та мереж (таким самим чином з іншими подібними групами в країні); залучення ключових осіб та організацій з інших суспільних груп.

Групи функціонують подібно до групи АІ. Вони регулярно зустрічаються, планують роботу, розподіляють відповідальність та обговорюють ідеї, а також впроваджують стратегії, метою яких є залучення до діяльності інших – в цьому випадку іншими є особи та організації, що не входять до їх «цільового сектора».

Як у випадку з місцевими групами, група спеціалістів буде залучати і координувати діяльність інших членів АІ зі свого сектора (та залучати нових членів до своєї групи АІ), а також використовувати потенціал сектора в цілому шляхом цілеспрямованих дій та інвестиційних коштів.

Така модель сприяє взаємній відповідальності і зобов'язаності щодо групової роботи. Оскільки вона включає людей, що регулярно зустрічаються та обговорюють пробле-

АІ Нідерландів визначила такі критерії включення секторів суспільства в системні програми залучення громадськості, а також цілі, які підрозділ повинен поставити для такої роботи з кожним сектором.

Критерії

- Можливий вплив на країно-об'єкти діяльності
- Розмір
- «Превентивні аспекти»
- Наявність інформації для проведення «акцій солідарності»

Цілі

- Акції
- Освіта
- Надання спеціалізованих знань
- Підбір персоналу

Приклад

ми, вона може сприяти творчому підходу і гнучкості в окремих акціях, а також розвитку співпраці АІ з різними організаціями.

Нижче подано кілька моделей організації секціями своїх структур спеціалістів для здійснення залучення громадськості.

Мережа

«Мережа» зазвичай складається з кількох членів АІ, що мають спільний інтерес або якості, які дозволяють їм відігравати значну роль у вирішенні проблем, пов'язаних із правами людини. Серед них можуть бути, наприклад, журналісти, які відстоюють свободу висловлення, чи правозахисники, що працюють над несправедливими судовими справами. Але роль мережі включає більше, ніж сказане вище. Як і спеціалістів чи професійні групи, вони мають розвивати свою кваліфікацію в певних галузях і залучати інших до роботи, спрямованої на досягнення всіх цілей АІ.

Однак на відміну від місцевої групи, мережа вважається «вільною», оскільки вона не має чіткої структури і її члени не зустрічаються регулярно. Багато підрозділів АІ мають такі мережі. Вони закликають їх до акції шляхом розсилання спеціальних інформаційних бюлетенів, звичайно повідомляють про випадки з людьми, що належать до таких секторів. У деяких випадках вони просто пропонують таку ж акцію з написання листів, як і інші акції. В інших



Зазвичай структури потребують ресурсів – часу штатних робітників чи волонтерів, а також грошей на такі речі, як телефонні дзвінки, проведення зустрічей, створення фотокопій, листування, видання інформаційних бюлетенів тощо. З цієї причини розвиток секторів роботи з населенням має бути спланованим, а не стихійним. Без планування ресурси можуть бути відсутніми саме тоді, коли вони найбільш потрібні.



Примірники інформаційного бюлетеня групи правників, що раніше видавався AI Великої Британії.

випадках це пропозиція використовувати свій особливий інтерес/індивідуальність як такі, що можуть мати більший вплив. Деякі запрошують членів мережі залучати інших учасників їх підрозділу до дії.

Іноді такі мережі обслуговуються координаційним комітетом, іноді волонтером чи штатним працівником центрального офісу. Деякі секції намагаються покрити затрати на розсилку інформаційних бюлетенів та обслуговування за рахунок збору передплатних коштів.

Якщо мережі обслуговуються, головним чином, за допомогою інформаційних бюлетенів, чітке простеження того, які конкретно акції виконують члени мережі, може бути доволі складним. Прогрес у сфері інформаційних технологій може допомогти у вирішенні цієї проблеми. Забезпечення людей матеріалами про виконання цільових акцій залишається, однак, порівняно затратним, як щодо часу, так і коштів.



Список для перевірки

Які інші організації та окремих осіб можна запрошувати до співпраці?

✓ Пропагуйте через пресу всі цілі АІ

Забезпечуйте організації проектами статей, що можуть їх зацікавити, і звертайтеся до їх членів та аудиторії. Зазвичай такі статті та звернення мають складатися не більше ніж з 400 слів. Вони можуть включати такі статті до своїх публікацій. Надсилайте копії статей у місцеві групи АІ так, щоб вони мали змогу залучати до співпраці місцеві організації. Переконайте провідних осіб у певних підрозділах надавати підтримку заклинам АІ через пресу за допомогою коментарів в інших засобах масової інформації, ухвалення резолюцій про підтримку тощо. Звертайтеся до організацій щодо поширення серед їх учасників матеріалів про акції АІ.

✓ Здійсніть лобювання в місцевому уряді

Організації, з якими контактує АІ, можуть приймати резолюції та надсилати їх уряду, писати на його адресу листи, просити своїх учасників писати листи уряду та окремим політичним діячам, приєднуватися до делегацій для зустрічей з урядом, підписувати спільні звернення чи вимагати окремих зустрічей з урядовцями. Забезпечуйте організації інструктажем (це краще, ніж стандартні проекти) або пропонуйте їм готувати листи, і надсилати на відповідні адреси.

✓ Пишіть листи до посольства

Запрошуйте їх надсилати копії листів у посольство чи писати окремо послу.

✓ Зв'яжіться з аналогічними організаціями в країні-об'єкті діяльності

Пропонуйте їм надсилати листи в окремі підрозділи організацій-об'єктів діяльності – забезпечуйте їх достатньою кількістю інформації та інструкціями щодо написання листів.

✓ Залучайте міжнародну мережу

Запропонуйте їм звертатись до міжнародних установ, до складу яких вони входять, проводити акції – надсилати листи, приймати резолюції чи організувати кампанії щодо певної проблеми.

✓ Стимулюйте приєднання до мережі термінових акцій

Запрошуйте їх приєднуватися до мережі термінових акцій – щонайменше в окремих країнах чи по окремих проблемах.

✓ Мобілізуйте їх учасників

Запропонуйте організаціям надсилати їх членам письмові пропозиції про відправлення листів, приєднання до акцій протестів чи пікетувань, встановлення зв'язків з АІ, тощо. Запитуйте, чи поширюватимуть вони петиції серед своїх учасників.

✓ Надання коштів

Звертайтеся до них щодо надання пожертв, заохочення їх учасників до підтримки АІ або до рекламування в своїх публікаціях членства/субсидування.

✓ Пропонуйте спеціальні знання

Пропонуйте їм участь у референтній групі в сфері їх спеціалізації.

Консультативна група

Деякі секції створили невеликі консультативні групи, до яких входили або спеціалісти, або професійна координаційна група або мережа. Метою створення таких груп є надання консультацій щодо того, яку допомогу може надати сектор у місії та розвитку АІ, а також щодо найкращих стратегій, спрямованих на досягнення цілей АІ.

Згідно з назвою, меншою мірою очікується, що група буде безпосередньо реалізовувати робочу програму. Це може збільшити вірогідність того, що АІ матиме переваги від використання кваліфікації і знань дуже зайнятих людей, що не хочуть приділяти більше часу співробітництву з АІ. Цю модель було випробувано деякими підрозділами АІ. Вона може бути відправним пунктом для нових секцій у залученні громадськості і способом надання практичних порад і допомоги в процесі реалізації поточної програми цієї роботи.

Консультативна група може, наприклад, давати рекомендації щодо ключових осіб, до яких слід звертатись за підтримкою, про що і до кого найкраще звертатись, а також як найкраще встановити зв'язок.

Місцева група з резюме сектору

Деякі секції, особливо невеликі, делегують розвиток залучення громадськості з конкретних питань існуючим групам АІ. Такий підхід використовується, наприклад, венесуельським підрозділом.

РОБОТА З НАСЕЛЕННЯМ ДІЛОВІ КОЛА



Під час конференції ООН з проблем жінок у Пекіні, що пройшла у 1995 р., правнича група підтримала акції ірландської секції: провідні торговельні підприємства в Белфасті і Дубліні (Ірландська Республіка), транслювали за допомогою дисків ROM інформацію про роботу AI й ірландських громадських організацій та організації «Допомога жінкам»; 14 інших відділень юридичної групи прикрасили свої приміщення ліхтарями та матеріалами про акцію AI. На ліхтарях були підвішені листівки.

© AI



Роль ділових кіл - представляти AI з її великими можливостями та проблемами. Це - сфера діяльності AI та руху за захист прав людини в цілому, що швидко розвивається. В цьому розділі розглянуті такі питання:

Зміст

- Чому ділові кола важливі для AI? / 176
- Чому ділові люди можуть розглядати права людини як свою комерційну діяльність? / 176
- Чому ділові люди не можуть розглядати права людини як свою комерційну діяльність? / 177
- Зосередження уваги на комерційній діяльності / 177
- Розробка стратегії залучення громадськості / 178
- Розуміння ділової культури / 179
- Структури, що здійснюють залучення громадськості / 179
- Залучення громадськості на практиці / 180
- Дослідницька інформація щодо комерційної діяльності / 184
- Список для перевірки: про виконання яких акцій можна звертатися до компаній? / 185

Чому ділові кола важливі для АІ?

Чільним принципом роботи АІ є те, що за реалізацію прав людини несуть відповідальність усі, і кожен може відігравати свою роль у цьому процесі. Цей принцип застосовується до корпорацій та компаній так само, як і до інших секторів суспільства.

Міжнародні відносини після завершення холодної війни зробили роботу АІ з діловими колами та налагодження співпраці з компаніями все важливішою. Ідеологічні блоки дедалі більше замінюються економічними - наприклад, Америка, Європа, Азія. Торговельні та ділові інтереси ламають багато колишніх бар'єрів між країнами та сприяють розвитку контактів між товариствами. Зростає міжнародна взаємодія, зокрема освітня. Політичні відносини між країнами все частіше визначаються економічними інтересами. В багатьох суспільствах держава відмовляється від виконання функцій громадського життя - від утримання в'язниць до надання транспортних послуг - і її замінюють компанії та корпорації.

У межах своєї країни ділові кола можуть впливати на велику кількість аспектів урядової політики, включаючи іноземні справи, що важливо для роботи АІ. Наприклад, секції ділових кіл можуть протистояти жорсткій урядовій політиці щодо прав людини у конкретній країні, якщо вважатимуть, що існує становище за-

важає реалізації торговельних інтересів, особливо якщо є ознаки впливу ситуації з прав людини на торгівлю. Це виклик, на який АІ має ефективно відповісти.

У міжнародній сфері, компанії та корпорації можуть впливати на уряди країн, в яких вони проводять більшу частину операцій чи мають більшість інвестованих коштів. Боротьба за внутрішнє інвестування та потреба в економічному розвитку може зробити уряди особливо чутливими до інтересів бізнесу.

Торгівля може бути також головною формою зв'язку між різними суспільствами та забезпечувати цінний канал для надання інформації та розвитку діалогу з прав людини. Міграція людей, що є результатом зростання економічної співпраці, може стимулювати дискусії, а також більше розуміння відповідної культури, суспільства, цінностей і прав людини.

Компанії за багатьох обставин можуть також бути безпосередньо втягнутими в порушення прав людини - або через продукти, які вони виробляють, або через свої операції в окремих країнах.

Нарешті, компанії та ділові кола можуть також бути важливими джерелами коштів, матеріальної підтримки та спеціальних знань для АІ.

Чому ділові кола можуть розглядати права людини як свою комерційну діяльність?

Сфера ділової етики та кодекс поведінки розвиваються дуже швидко. У процесі дискусій можуть виникнути нові аргументи.

Ділові кола не є єдиною, об'єднаною структурою. У компаній бувають різні, іноді протилежні інтереси. Деякі піклуються про свій громадський імідж, інші - ні. Деякі ведуть політику корпоративної відповідальності перед широкою громадськістю, а інші - ні. Окремі керівники можуть по-різному оцінювати політику і практику й ризикувати в ім'я прав людини, в той час, як інші не можуть.

Нижче вказані деякі причини зацікавленості компаній в цілях АІ.

■ **Корпоративна відповідальність та розуміння прав та обов'язків громадян.** У деяких країнах все більше компаній розвивають корпоративний підхід, що включає відповідальність не тільки перед власниками й тими, що наймаються на роботу, а й перед широкою громадськістю. Вони хочуть бути і вважатися добрими «корпоративними громадянами», що проводять відповідальну політику. Багато з них

демонструють такий підхід, ухвалюючи корпоративні кодекси поведінки або правила етики. Вони можуть охоплювати такі питання, як права робітника, застосування примусової праці у в'язницях, дитяча праця і стандарти щодо захисту навколишнього середовища.

■ **Імідж.** Деякі корпорації щороку витрачають мільйони доларів тільки на рекламу свого корпоративного іміджу. Субсидування та підтримку місцевих громадських груп також можна розглядати в контексті іміджу компанії. Вони можуть не вважати, що цим інвестиціям загрожує зв'язок з практикою чи політикою інших країн, що могло б погано на них відобразитися.

■ **Принципи споживача.** В деяких товариствах «сила споживача» наразі є фактором, що впливає на планування та ухвалення рішень деякими компаніями. Можливо, частково це реакція на кампанії бойкоту. Є як мінімум анекдотичний приклад з Великої Британії, який дозволяє припустити, що споживачі беруть до уваги «моральні» фактори під час ухвалення рішення щодо

Леві-Штраус (Levi-Strauss)

Levi-Strauss (компанія з виробництва джинсів, зареєстрована в США) схвалила директиву щодо того, чи буде вона вести комерційну діяльність в окремих країнах.

Всесвітня декларація прав людини закликає «кожну особу і кожну громадську установу» «шляхом викладання та освіти добиватися поваги до цих прав і свобод за допомогою прогресивних заходів, національних і міжнародних, для забезпечення їх загального та ефективного визнання і дотримання...»

“

«Непотрібна нерішучість під час обговорення, чого громадськість має вимагати від тих, хто бере участь у комерційному житті. Частиною життя цивілізованого суспільства є те, що люди в межах ділової сфери та поза нею поведуться згідно з моральними принципами. Не більше й не менше.»

**Financial Times,
Лондон, 6 вересня
1995 р.**

покупки – навіть якщо заклику до бойкотування не було.

- **Інтерес інвестора.** Кількість індустріалізованих суспільств, де потенційний інвестор має можливість вибрати компанії для інвестування, що відповідають певним етичним критеріям, постійно зростає. Це може стосуватися продукції (наприклад, виключення компаній, зайнятих у тютюновій промисловості) або практичної діяльності (наприклад, виключення компаній, що використовують дитячу працю). В деяких країнах чи містах пенсійні фонди працівників основних компаній та громадських установ (наприклад, Нью-Йорк, США) почали брати до уваги етичні принципи. У деяких випадках вони можуть значно впливати на зміни в політиці та практиці компаній, а також на рішення щодо інвестицій. Релігійні організації також можуть виступати в ролі важливих інвесторів і проводити свою лінію щодо корпоративної діяльності. У деяких країнах більш прийнятою тактикою кампанії стали також дії акціонерів, причому інвестори відіграють значну роль у визначенні політики і практичної діяльності компаній.

- **Аналіз політичних ризиків і стабільність інвестиційного середовища.** Великі компанії потребують міжнародної інформації не тільки про ринки, але й про довготермінові політичні та соціальні тенденції щодо ухвалення рішень про інвестиції. В цьому контексті можна розглядати інформацію щодо прав людини. Багато компаній, що здійснюють довгострокові вкладення капіталу, на базі значних ресурсів, можуть проявляти обережність щодо суспільств, в яких існує деспотична влада. Визнано, що порушення прав людини за своєю природою є дестабілізуючими. Тому, компанії можуть бути зацікавлені у підтримці владою закону, належному функціонуванні органів юстиції тощо.

- **Особистий інтерес.** Щодо окремих осіб, компанії можуть виносити рішення на підґрунті моральних принципів. Робити це набагато простіше, коли такі рішення не суперечать усвідомленим особистим інтересам. Якщо компанії затвердили кодекси етики, зацікавлені особи мають змогу ефективно і творчо їх використовувати з метою підтримки прав людини.

Чому ділові кола не можуть розглядати права людини як свою комерційну діяльність?



В усіх зверненнях до компаній повинно бути чітко вказано письмово, що AI не визначає, чи повинні економічні акції підтримуватися країнами, в яких порушуються права людини.

- **Особистий інтерес.** Ділові люди можуть бути занепокоєними, що участь в акціях щодо прав людини означала б їх відступ від політичного нейтралітету і втручання у внутрішні справи іншої країни, а також це могло б суперечити їх інтересам та викликати репресивні дії з боку урядових чи інших установ та осіб.
- **Протидія цілям AI.** Деякі ділові люди можуть не вважати права людини частиною своєї основної діяльності або, що AI є об'єктивною з політичного погляду. Вони можуть також вважати, що

метою політики уряду повинно бути створення сприятливого середовища для економіки і досягнення стабільності.

- **Комерційні інтереси.** Компанії можуть не підтримувати акції, які виявляються загрозливими для їх комерційних інтересів. Однак вони можуть мати бажання наново оцінити свої довгострокові інтереси з урахуванням інформації про становище з правами людини та розробити конструктивний підхід до того, як вони можуть сприяти досягненню цілей AI.

Зосередження уваги на бізнесі

З якими компаніями чи бізнесовими структурами встановлює зв'язки AI? Компанія означає «будь-який підприємець, корпоративна організація, установа чи агентство, що діє у світі бізнесу». AI може звернутися до будь-кого з них. Цілі такого звертання можуть бути дуже різними – від забезпечення обізнаності щодо цілей AI чи отримання корпоративних субсидій до отримання спільної заяви про підтримку прав людини, самої AI чи навіть акцій в окремих випадках.

Звертання до ділових кіл може бути од-

норазовим і в окремій країні, але в ідеалі вони мають бути частиною довгострокової стратегії розвитку можливостей компанії AI та впливу в суспільстві.

У більшості суспільств ділові кола є великими та різноплановими. З них такими, що можуть бути найважливішими для лобювання роботи і міжнародної кампанії AI є:

- Найбільші компанії, особливо ті, що мають міжнародні інвестиції чи торговельні стосунки.

- Національні установи або асоціації, до яких вони належать.

Перед встановленням будь-якого окремого зв'язку найкраще розробити довгострокову стратегію, що визначатиме, що AI хотіла б отримати в результаті звертання до компанії. Такі цілі можуть включати:

- переконати національні бізнесові асоціації у необхідності зробити заяву/акцію на користь прав людини;
- переконати національні бізнесові асоціації створити підкомітет, що має визначати політику і давати рекомендації компаніям-учасникам щодо акцій щодо конкретних випадків порушень прав людини;

- переконати головні компанії та ділових осіб у необхідності ініціювати діалог у ділових колах щодо їх ролі у підтримці та захисті прав людини;

- переконати окремі компанії та ділових людей у необхідності проведення офіційних акцій, спрямованих на досягнення цілей AI.

Чітке визначення цілей має спростити ухвалення рішень щодо того, до кого, як і про що слід звертатись. Це також може допомогти у визначенні того, які організаційні структури вам бажано заснувати, якщо є таке бажання, для ведення довготривалої роботи.

Розробка стратегії залучення громадськості

Необхідно знати, з ким ви маєте справу

Для вибору відповідної тактики необхідно знати, з якою компанією ви маєте справу. Міжсекційна нарада з питань звертання до компаній, проведена в лютому 1996 р., провела класифікацію різних типів компаній, які можна залучати до боротьби за права людини, а саме:

1. компанії, що захищають права людини;
2. компанії, що не є активними учасниками руху за права людини;
3. компанії, що не беруть активної участі в правозахисному русі під час серйозних порушень прав людини у деяких країнах, в яких вони функціонують;
4. компанії, чия продукція та діяльність використовуються невідповідним чином без їх відомо;
5. компанії, що свідомо співробітничать з тими, хто порушує права людини, наприклад, постачаючи обладнання, котре застосовується для катувань, або користуються послугами поліцейських структур, які підозрюються в порушеннях прав людини;
6. компанії, втягнуті в діяльність, яка призводить до порушення прав людини, наприклад, створення «ескадронів смерті» чи використання примусової праці.

Тому вашою початковою стратегією має бути домогтись інформації про те, якого профілю компанія пов'язана з боротьбою за права людини. Більшість компаній належать до категорій 2, 3 та 4 і мають бути перенесені до категорії 1, якщо це взагалі можливо.

ЗАПИТАННЯ

- ❑ Чи є компанії у вашому суспільстві головними інвесторами в країнах, де AI має свої інтереси? Яку частку закордонних інвесторів у цій країні вони становлять?
- ❑ Чи є компанії у вашому суспільстві головними експортерами в країні, де AI має свої інтереси? Яку частку імпорту вони становлять у цьому суспільстві?
- ❑ Які компанії є великими імпортерами продуктів/сировини з країн, де AI має правозахисні інтереси? Яку частку експорту вони становлять там?
- ❑ Чи мають транснаціональні компанії свої штаб-квартири або регіональні штаб-квартири у вашій країні?
- ❑ Чи є провідні ділові фігури, які можуть співчувати AI, чи бажать зробити заяви на захист прав людини? Як найкраще зв'язатися з ними?
- ❑ Чи існують ділові фігури, що мають вплив на зовнішню політику уряду?
- ❑ Чи мають компанії у вашому суспільстві субсидентів, франшизи, спільні підприємства чи виробництва в країнах, де AI має свої інтереси?
- ❑ Чи відстоюють компанії публічно захист важливості торгівлі з певними країнами, де AI має свої інтереси?
- ❑ Чи вважається розвиток нових ринків сировини або товарів у країнах,

Під час проведення кампанії AI в Індонезії в 1993 та 1994 рр., Club Med (зареєстрована у Франції міжнародна туристична компанія), звернулася до AI з проханням надати їй інформацію про місцевих активістів із захисту прав людини, що мають змогу виступити на одному з їх курортів в Індонезії.



Уникайте спілкувань «поміж нами». Звернення до компаній мають бути відкритими і відвертими, а не таємними чи конфіденційними, щоб у разі необхідності звіт про дискусії передавати руху AI. Залишайте за собою право на опублікування результатів цих переговорів на пізніших стадіях, якщо це вважатиметься необхідним. Це не означає, що зустрічі повинні бути публічними, але записи (див. Правила звернення до компанії у посібнику про політику AI) кожної з них мають робитися тільки за взаємної згоди.



«Важливо, щоб звернення до ділових кіл було прийнятним для конкретної аудиторії. Ознаками, які б ми хотіли бачити у відповідних компаніях, є професіоналізм, брак часу на дискусивні документи, ігнорування/підозріле ставлення до AI»

Сер Джеффри Чейндлер, AI UK, колишній генеральний виконавчий директор компанії.

де AI має свої інтереси, важливим елементом національної політики?

- ❑ Чи залучені урядові структури до сприяння торгівлі з окремими країнами – фінансово або через навчання та надання матеріалів? Чи обговорюють вони з діловими колами, або порушують перед ними питання про підтримку прав людини?
- ❑ Чи вважається ваша країна тими країнами, де AI має свої інтереси, великим джерелом надходжень від туристичного бізнесу в країнах?
- ❑ Чи включені ділові кола на національному рівні в діяльність парасолькових/національних організацій,

таких як національна бізнесова рада? Чи мають ці організації певну позицію щодо торгівлі або зовнішньої політики?

- ❑ Чи існують двосторонні торговельні асоціації, що об'єднують компанії, котрі ведуть торгівлю з конкретною країною? Які компанії входять до таких асоціацій? Чи мають вони секретаріат, до якого можна звернутися?
- ❑ Чи вважають ділові засоби інформації впливовими щодо бізнесу та урядової політики?
- ❑ Чи робили ділові кола або ЗМІ заяви щодо прав людини і торгівлі або зовнішньої політики?

Розуміння ділової культури

Ділові кола можуть бути не знайомим світом для AI, зі своєю власною субкультурою й методами роботи. Під час розробки довгострокової стратегії корисним може бути пошук поради в межах цих ділових кіл. Така порада може допомогти в ідентифікації:

- ключових осіб та організації у ділових колах;

- мереж, що існують у діловому світі;
- чи бракує обізнаності щодо AI та ситуації з правами людини загалом, щоб потрібно було в першу чергу звернутись до малообізнаних;
- які аргументи можуть бути найбільш переконливими для цієї аудиторії;
- про що варто прохати перш за все.

Структури, що здійснюють залучення громадськості

Деякі секції AI створили «консультативні групи» з бізнес-осіб для надання порад щодо розробки та здійснення стратегій, інші секції – ділові координаційні групи для підтримки поточної стратегії.

Регулярні звернення до вищого керівництва великих або стратегічно важливих компаній чи бізнес-асоціацій можуть вимагати створення добре обізнаної та компетентної групи членів AI на рівні секції, які самі є професійними діловими менеджерами. Такі люди зазвичай мають доступ до адміністративного ресурсу, але можуть потребувати внутрішньої освіти і навчання щодо структур і політики AI, а також регулярного надання інформації щодо секретаріатів секцій AI. Така група

традиційно залежить від небагатьох активних учасників, які мають бути підзвітними директору/раді секції і мати контактну особу в національному секретаріаті.

Деякі бізнес-групи AI розробили план акції, що ґрунтується на систематичних звертаннях до найбільш важливих компаній в країнах, в яких AI проводить головні кампанії. Вони також домагалися публічної підтримки з боку провідних постатей у ділових колах (наприклад, запрошуючи їх діяти, як організатори благодійних обідів). Такі групи також звертаються до бізнес-асоціацій, шкіл і ЗМІ з метою отримання підтримки для ведення просвітницької діяльності та сприяння захисту прав людини.

Австралійська рада з прав людини

Австралійська рада з прав людини звертається до уряду з метою стимулювання ділових кіл до активнішого обговорення та проведення акцій щодо зв'язку між бізнесом і боротьбою за права людини. В лютому 1996 р. вона подала 12 рекомендацій. Ті включали постачання ділових людей найновішою інформацією щодо ситуації з правами людини, стимулювання діалогу з діловими колами на тему взаємодії між австралійськими корпоративними операціями за кордоном та урядовою політикою щодо прав людини, а також вивчення нормативних заходів у випадках, коли самостійне регулювання виявляється невадим.

Нідерландська секція почала переговори з компаніями з питань прав людини у 1980 р. Вони створили бізнес-групу на рівні секції. В 1995 р. вона включала близько 12 осіб і брала участь як у консультуванні секції щодо стратегії, так і в залученні громадськості.

Звернення нідерландської секції завжди носило характер звернення-діалогу: забезпечення обізнаності щодо прав людини і спроби вести просвітницьку діяльність і залучати компанії до роботи АІ. Іншою метою були спроби здійснювати вплив на уряд Нідерландів та інші верстви нідерландського суспільства шляхом налагодження добрих стосунків з бізнесовою спільнотою. Діяльність у невеликій спільноті з тісними взаємовідносинами між його секторами робить це гідною метою, хоч оцінити його успіх важко.

Впродовж років проведено зустрічі майже з 20 компаніями, більшість з яких є багатонаціональними. В одному чи двох випадках було встановлено довгострокові відносини. Крім того, секція здійснює освітню програму через бізнес-школи та бізнес-курси в університетах (використовуваний матеріал можна отримати від нідерландської секції). Досягнуто таких позитивних результатів:

- одна чи дві компанії вжили заходів щодо звільнення «в'язнів сумління»;
- керівники компаній періодично запрошували інформацію про права людини щодо своєї країни;
- члени АІ отримали запрошення провести освітній курс з прав людини під час навчання емігрантів та менеджерів у межах компанії;
- учасники АІ отримали запрошення до обговорення впровадження прав людини в «кодекси поведінки» бізнес-кіл;
- принаймні в одному випадку, члени АІ досягли помітного успіху в переконанні компанії серйозно вивчити потреби у веденні політики захисту прав людини.

Нідерландська секція вважає важливим усвідомити:

- наскільки часозатратним є цей вид роботи, якщо ви хочете досягти результатів: потрібні довгострокові зобов'язання;
- що секція повинна прагнути вести діалог з компанією: звертатися до компанії як до потенційного союзника, а не опонента;
- що для кожної компанії необхідно розробити довгострокову стратегію, стежачи за послідовністю того, що ви будете говорити, і того, про що ви будете просити;
- що необхідно забезпечити те, щоб компанія використовувала добрі стосунки з АІ не тільки для свого власного іміджу в суспільстві.

Південнокорейська секція забезпечила підтримку головної мережі супермаркетів, що надала місце для проведення фото-виставки АІ, метою якої було рекламування АІ та залучення нових членів.

Серед членів АІ є ділові люди, робітники, інвестори та споживачі. АІ відбиває широкий спектр громадської думки в багатьох суспільствах – одна з причин того, чому компанії мають прислухатися до АІ.

Залучення громадськості на практиці

Ці поради буде корисно врахувати під час підготовки звернення до компанії:

- підґрунтям для звернення має бути систематичний обмін з доброю поінформованістю;
- поставте за мету доброзичливий діалог;
- найкращим методом звертання до ділових кіл на високому рівні є проведення зустрічей;
- плани акцій мають ґрунтуватися на двоетапному зверненні – лист, що містить пропозицію щодо проведення зустрічі, а потім – сама зустріч;

Місцева група АІ в США, що виступає від імені аргентинського в'язня, переконала місцевий супермаркет дозволити проведення виставки з прав в'язнів і людей взагалі в Аргентині. Виставку було розміщено біля полиць з аргентинською засоленою яловичиною. Група зробила знімок виставки і разом із листом надіслала його до посольства Аргентини у Вашингтоні.

Що таке яловичина?

Рібок (Reebok)

Зареєстрований у США виробник спортивного взуття Reebok опублікував маніфест на захист прав людини. В 1986 р. він спонсорував світове турне рок-музикантів, що виступали від імені AI. У 1988 р. він заснував премію Reebok Human Rights Award для активістів-правозахисників. Але виробник не концентрує систематично свою увагу на інформації щодо прав людини в окремих країнах під час ухвалення рішень щодо ведення бізнесу.

- на початку будь-якого звернення треба наголошувати на тому, що AI незалежна від будь-яких політичних партій, ідеологій та урядів і засновується винятково на мандаті права людини, який, у свою чергу, ґрунтується на погоджених міжнародних стандартах з прав людини;
- делегації, що звертаються до компанії, мають бути обізнаними з кодексами/стандартами етики цих компаній, оскільки це може заохочувати до дискусій з прав людини;
- завжди намагайтесь взнати ім'я найбільш підходящого бізнес-менеджера – зазвичай це виконавчий директор та його помічник. Звернення, що не є особистими, малоімовірно будуть мати успіх;
- перед тим, як зробити звернення, чітко визначте, яких дій і результатів ви від них очікуєте;
- звертайтеся до них про виконання тільки тих акцій, що будуть ефективними;
- ознайомтесь з інформацією AI про ділових людей, що стали жертвами порушень прав людини (перегляньте

список вашої секції в США, досье акцій та апеляцій);

- налагоджуйте контакти професійно або не робіть цього взагалі;
- переконайтеся, що всі контакти скоординовано – має бути одна контактна ланка між AI та компанією.

Секції мають точно визначити, до кого звертатись, ґрунтуючись на ефективності і місцевих умовах. Звернення можуть включати написання листів, організацію зустрічей та відвідування зборів акціонерів компаній.

■ Написання листів, організація зустрічей

Якщо головною метою є поширення інформації про AI чи про конкретне питання з прав людини, однією з можливостей є масова розсилка листів або пряме листування. В дедалі більшій кількості країн списки, що розсилаються поштою можна попрохати чи купити у «спискових брокерів». Це вже може бути список саме тієї аудиторії, до якої ви хочете звернутися. Списки також можна знайти в каталозі асоціацій. Листи мають бути якомога більш персоналізованими.

Французький досвід

Французька секція має повноваження на звернення до компаній. Вона склала список позитивних заяв, що підтверджують проведення роботи з захисту прав людини провідними французькими компаніями – цитати, які можна використовувати для кампаній. Крім того, секція видала посібник з налагодження співпраці з компаніями та освітню програму для французьких груп AI. Вони вважають, що повинні виконувати чотири функції:

- надання секції консультацій з пріоритетних питань у цій сфері діяльності;
- діяльність, як центральний інформаційний ресурс – збір інформації від бізнес-медіа та підбиття підсумків зустрічей, проведених з представниками ділових кіл;
- організація звернень до ділових кіл та ЗМІ на національному рівні; допомога та надання консультацій місцевим групам AI у цій сфері роботи.

Спочатку вони звертаються до компанії шляхом надсилання персонального листа до менеджера з проханням про зустріч. Вони не змішують фінансування із запитом про проведення кампанії, а також надають докладні відомості про те, чого вони очікують від компанії. Такі перші листи до компаній короткі і містять таке:

- ім'я, посаду і назву компанії адресата;
- короткі відомості про AI;
- стислий виклад цілей AI та її громадські рекомендації;
- пункт, який свідчить про поінформованість AI щодо компанії, та пояснює, чому AI звертається до компанії;

заключну частину, що містить ввічливу та формальну ідентифікацію відправника листа.

Вони вважають важливим, щоб особа, котра підписує лист, була членом делегації, що зустрічається з представниками компанії. Вони забезпечують проведення зустрічі в такому форматі:

- представлення AI та причин, що обумовлюють необхідність проведення такої зустрічі;
- детальне визначення цілей AI в країні і наскільки, на думку AI, вони актуальні для компанії, що демонструє обізнаність щодо цієї компанії;
- обговорення можливостей діяльності компанії;
- уважне та ввічливе заслуховування думок представників компанії;
- надання прикладів акцій, вже проведених іншими компаніями;
- погодження заходів з виконання рішень та їхнє письмове підтвердження.

Навряд чи такий підхід може бути ефективним в налагодженні довгострокового діалогу чи для проведенні зустрічі на високому рівні.

Для більш цільового звернення з наміром поінформувати, спонукати до проведення акції чи встановити більш тривалі стосунки, рекомендують поєднувати листування, телефонні переговори та особисті зустрічі.

Листи, що містять пропозиції про проведення зустрічі, мають:

- не бути конфронтаційними, звинувачувальними або містити погрози;
- вказувати, що АІ не налаштовані на встановленні ембарго, санкцій та на бойкоту;
- цитувати доброзичливі заяви інших бізнесменів або бізнес-лідерів, а також посилатись на будь-які провідні бізнесові постаті, що мають бажання бути відкрито пов'язаними з АІ – завжди підкреслюйте, що в складі АІ теж є бізнес-групи;
- наголошуйте на бажанні АІ прислухуватися до думки компанії – це забезпечує логічне обґрунтування запропонованої зустрічі;
- давати позитивний висновок, стверджуючи, що ви нетерпляче очікуєте зустрічі з представниками компанії; у зверненні до національних бізнес-асоціацій підкреслюйте бажання обговорити розширення сфери відповідальності бізнес-галузі.

Спочатку вам, можливо, запропонують провести зустріч тільки з менеджером з питань зв'язків з громадськістю чи з іншою посадовою особою такого ж рівня в компанії. Не відмовляйтеся від цієї зустрічі. Використовуйте її як можливість отримати згоду на проведення зустрічі на більш високому рівні. Будучи представленим, дайте зрозуміти, що ви сподіваєтеся на зустріч з виконавчим директором.

Намагайтеся провести зустріч у якомога більш дружній та інформативній обста-

До таких корпорацій АІ може застосовувати багатосторонній підхід через різні секції. Він завжди має ґрунтуватися на зверненні секції АІ у країні, в якій базуються штаб-квартири корпорації. Багато компанії зацікавлені в регулярному отриманні від АІ інформації щодо країн, в яких вони ведуть свою діяльність, навіть якщо вони не завжди бажають демонструвати свої тісні зв'язки з організаціями з прав людини, такими як АІ. Цю інформацію можуть надсилати координаційні групи відповідної країни чи секретаріат секції. Але вона також може бути доступною в комп'ютерній системі АІ Doc (зв'яжіться з Міжнародним Секретаріатом для отримання детальної інформації).

новці і намагайтесь поширити відповідні зразки презентаційних матеріалів АІ. В усіх зустрічах має брати участь більш, ніж один представник АІ. Перед початком будь-якої зустрічі узгодьте процедуру оформлення взаємно прийнятної протоколу. Переконайтесь, що потім він буде узгоджений письмово.

Підготуйте кілька тем для обговорення. Ви, наприклад, можете запитати:

- якою є думка компанії чи асоціації?
- чи має компанія етичний кодекс?
- хто відповідальний за його виконання?
- як він виконується – наприклад, чи застосовується під час навчання менеджерів?
- як він перевіряється його виконання?
- як права людини включаються до цього кодексу?

Пов'яжуйте будь-які дальші дії з невеликим завданням, яке ви та компанія будете

Багатонаціональні/
транснаціональні
компанії чи
корпорації



Підказка

Пам'ятайте: не треба нічого ускладнювати. Якщо компанії демонструють бажання поширювати матеріали і серед своїх співробітників, запропонуйте надсилати їм проекти статей.

Ділові люди зазвичай більше прагнуть робити конкретні кроки в межах їх власної сфери відповідальності - наприклад, у політиці, що стосується їхніх найманих робітників у сферах дискримінації та позитивних дій, здоров'я та безпеки, а також дотримання національних трудових стандартів – ніж надавати свої послуги для широкого впливу на ситуацію з правами людини.

Тому загальним правилом має бути початок зі скромних та помірних запитів, наприклад, «прийміть нашу документацію», «погодьтеся зустрітися з нами» тощо. Наступним кроком має бути прохання вжиття заходів у межах сфери їх відповідальності, що позитивно впливатимуть на стан з правами їх робітників та постачальників або про обговорення цієї ситуації з іншими посадовими особами компанії чи підприємствами, профорганізаціями їхньої власної країни. Тільки після цього вам слід запросити їх виступати як спільників у здійсненні тиску на уряд з метою припинення порушень прав людини, що мають місце в інших країнах, де вони мають ділові інтереси.

Будьте реалістами
щодо майбутніх
дій компанії

розв'язувати, навіть якщо це лише подальший обмін відповідною інформацією.

Під час проведення зустрічі з вищим керівництвом компанії чи національної бізнес-асоціації делегаціям AI слід намагатися включати до свого складу професійних менеджерів, котрі є членами AI та обізнані в питаннях прав людини. Їх знання ділової культури може бути дуже корисним. Нідерландська секція для проведення таких зустрічей використовує спеціальний презентаційний набір, який включає відеоматеріали.

Якщо компанії відмовляються від проведення зустрічі та обговорення питань з AI або якщо ви хочете проілюструвати обсяг правозахисних проблем, існує низка інших можливостей. Вони можуть сприяти досягненню позитивних результатів тільки, якщо AI проявляє зацікавленість щодо конкретної компанії.

■ Робота з іншими членами бізнес-спільноти

Звертайтеся до посередників, таких як постаті, відомі у ділових колах, та просіть їх зв'язуватися з компанією з проханням про зустрічі з представниками AI.

■ Публічність

Надсилайте копії листів, що висловлюють занепокоєння з приводу відмови компанії від участі в розв'язуванні проблем з прав людини до:

- директорів;
- головних акціонерів;
- фондів та організацій, повноважних з питань етики;
- інших неурядових організацій.

■ Залучення членів AI

Заохочуйте членів AI телефонувати чи надсилати листи компаніям. Членам міс-

цевих груп AI, що є акціонерами зацікавлених компаній, можна пропонувати надсилати листи у якості зацікавлених акціонерів. Групам AI у регіонах, де розміщені штаб-квартири компаній або, де ці компанії діють, також можна надсилати листи, оскільки компанії можуть бути сприйнятливими до думки місцевої громадськості. Важливо, щоб координатори компанії в секції давали достатньо чіткі інструкції.

■ Залучайте профспілковий рух

Існує можливість залучення до налагодження зв'язків з компаніями членів AI, що працюють у профспілках. Якби це було корисним для демонстрації "двопартійного звернення", учасника профспілки спілки можна було б включити до складу будь-якої делегації для проведення зустрічі.

Деякі компанії залучають своїх робітників або консультуються з ними чи проявляють увагу до думки представників їх спілки. Тому може бути ефективним лист від керівництва відповідної професійної спілки, що підтримує заклик AI про проведення акцій, або ж чітко висловленою підтримкою щодо просвітницької діяльності з прав людини.

Однак необхідно подбати про те, щоб AI зберігала свою незалежність, і, можливо, було б більш ефективним при перших контактах представників профспілок не залучати.

■ Збори акціонерів

Річні загальні збори офіційно зареєстрованих компаній дають можливість акціонерам поставити перед виконавчими менеджерами чи директорами питання про політику та практичну діяльність компанії.

Робота зборів часто висвітлюються спеціалізованими ЗМІ. Попередньо повідомив ЗМІ, ви можете залучити інших журналістів – особливо, якщо є публіка, яку можна фотографувати, чи будуть символічні акції.

Акції щодо примусової праці

Звернення членів AI в США до хімічної компанії, що має дочірні підприємства в Китаї, що містило такий меморандум для всіх робітників цих підприємств:

«(Компанія) повністю підтримує права людини і відгукується на актуальні етичні проблеми, включаючи співпрацю з підприємствами, що використовують примусову працю».

«(Компанія) не буде співпрацювати з такими підприємствами, включаючи ті, що використовують працю в'язнів».

«У здійсненні такої політики ми маємо знати наших споживачів та постачальників, щоб визначити, чи здійснюють вони придбання або продаж у будь-яких підприємств, які використовують примусову працю. Ми будемо уникати навіть зустрічей чи листування з підприємствами, котрі найбільше використовують працю в'язнів».

«Ми заохочуємо поширення інформації серед наших офісів та персоналу з метою забезпечення проведення такої політики».

Інвестиційні групи

Релігійні організації, пенсійні фонди працівників та громадські установи можуть проводити компетентну політику та мати достатній рівень повноважень у компаніях, щоб здійснювати вплив на них. Звертайтеся до них, щоб обговорити роль, яку вони могли б відігравати.

■ Публічність

Якщо є досить вагомі докази, що компанія безпосередньо замішана в порушеннях прав людини, AI може використовувати демонстрації, символічні акції та медіа-брифінги, щоб привернути увагу до неї та примушувати її до змін в політиці. Під час будь-якої масової акції не слід піднімати питання відповідальності за порушення прав людини, щодо яких немає доказів.

Дослідницька інформація щодо комерційної діяльності

Дослідницькі джерела в різних країнах дуже сильно різняться. Консультації можна отримати від інших неурядових організацій, співчуваючих посадових осіб в урядових підрозділах, журналістів, або студентів, які спеціалізуються на бізнесі та фінансах. Нижче вказано кілька можливих джерел:

■ Громадські або університетські бібліотеки

- Довідники з бізнесу
- Хто є хто/Хто є хто в бізнесі та фінансах (наразі доступні в інтернеті на ресурсі DIALOG, the Knowledge Index та CompuServe)
- Реєстраційні журнали корпорацій, директорів та виконавчих менеджерів
- Спеціальна преса для бізнесменів
- Довідники та енциклопедії

■ Урядові джерела

- Міністерства торгівлі/промисловості часто ведуть відповідну статистику щодо напрямів торгівлі та компаній, пов'язаних з ними
- Журнали Міністерств закордонних

справ і торгівлі часто містять новини щодо стимулювання сфери торгівлі, підписання великих торговельних контрактів тощо

- Посадові особи, обрані громадськістю, іноді мають можливість від імені AI ставити питання з більш специфічних проблем

- Урядові бюро статистики

■ Інші

- Національні бізнес-асоціації і торгові палати можуть готувати звіти, що містять відповідну інформацію
- Двосторонні ділові/промислові асоціації (іноді вони указані в телефонному довіднику, а асоціації зазвичай охоче надають списки своїх учасників)
- Професійні спілки та дослідницькі установи, що вивчають умови праці
- Релігійні групи, благодійні установи, етичні інвестиційні організації та пенсійні фонди
- Центри ділової етики та відповідні видавництва (див. додаток 3)

Будь-яке звинувачення компанії в порушеннях прав людини слід надсилати в міжнародний секретаріат для перевірки, перш ніж здійснити будь-яку акцію. AI рідко може довести причетність компанії до катувань, ув'язнень з політичних мотивів і страт (за винятком випадків, коли компанії, що здійснювали поставки для сил армії, безпеки та поліції, що брали участь у таких порушеннях). Багато компаній наймають свої власні сили безпеки, і діяльність таких сил треба ретельно перевіряти. У будь-якому випадку, секції не повинні робити будь-яких звинувачень без погодження з міжнародним секретаріатом. Загалом, треба приділяти публічності дуже велику увагу, навіть з натяком на причетність компанії – і це не менше, оскільки компанії та їх менеджери можуть застосовувати закони проти наклепу до тих, хто погіршує їх ділову репутацію.

Принципи Саллівана

Принципи Саллівана у США були спробою знайти альтернативу відсутності інвестування американських корпорацій, що діяли в апартеїдній Південній Африці. Фірми, що діяли в ПАР, примушували платити робітникам мінімальну заробітну платню, не допускати расової дискримінації у наймі на роботу і використовувати свій корпоративний вплив, щоб покласти край апартеїду. У 1986 р. понад 260 американських корпорацій підписали документи з цими принципами.

Принципи Мак-Брайда

Принципи Мак-Брайда (від Шона Мак-Брайда, одного з перших членів AI) - це розпочата в США кампанія, метою якої є недопущення дискримінації або подолання сприяння дискримінації за релігійною ознакою. В компаніях, що діють у Північній Ірландії, фірми, що прийняли ці принципи, докладають також значні зусилля для безпеки своїх робітників, що належать до римської католицької церкви – на робочих місцях, а також під час поїздок на роботу і з роботи. На початок лютого 1995 р. 16 американських штатів і більше 40 міських муніципалітетів почали застосовувати принципи Мак-Брайда на законодавчому рівні.

Принципи здійснення тиску



Генеральний секретар АІ П'єр Сане з Анітою Роддік, засновницею мережі, створеної у Великій Британії.

© Тім Фішер

На початок 1996 р. близько 800 бізнес-підприємств, головні фірми, такі як AT & AT, Coopers and Lybrand та Honeywell приєдналися до консультативно-розрахункового центру «Ділові люди за соціальну відповідальність», що включає програму з прав людини та бізнесу.

Під час проведення кампанії в 1980 р. австралійська секція переконала банк ANZ, що інвестував проекти в Чилі, дозволити місцевим групам АІ організувати виставки у фойє банку, присвячені порушенням прав людини в Чилі.

АІ може звертатися до компанії з питань фінансування та/або спонсорвання згідно з нормативними документами щодо фінансування. Однак ці звернення щодо фінансування ні в якому разі не можна поєднувати зі зверненнями з питань прав людини (Правила звернення до компаній у посібнику з політики АІ).



Список для перевірки

Про виконання яких акцій можна звертись до компанії

- ✓ Приймати інформації АІ щодо окремих країн.
- ✓ Поширення інформації серед своїх співробітників.
- ✓ Робити загальні заяви на підтримку прав людини чи діяльності АІ, які АІ може оприлюднити.
- ✓ Проводити брифінги з прав людини перед призначенням виконавчих посадових осіб для роботи за кордоном.
- ✓ Порушувати питання щодо окремих випадків.
- ✓ Робити офіційні представлення урядовим посадовим особам щодо цілей АІ.
- ✓ Включати питання з прав людини до етичних/корпоративних кодексів (наразі АІ закінчує складати список для

перевірки щодо принципів прав людини для включення до кодексів етики компаній).

- ✓ Створювати кадрові ресурси для розробки політики з прав людини, проводячи консультації з неурядовими організаціями у своїй країні та в країнах, де компанія веде роботу.
- ✓ Стимулювати національні бізнес-асоціації до активних досліджень щодо політики у сфері прав людини.
- ✓ Поводитися з усіма робітниками згідно з міжнародними стандартами з прав людини.
- ✓ Брати зобов'язання, що компанія не буде брати участь у порушеннях прав людини та даватиме своїм робітникам установку не замовчувати випадки порушень цих прав, якщо вони були їх свідками.
- ✓ Сприяти поінформованості та розумінню питань з прав людини в компанії, як у своїй країні, так і за її межами.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ СЛУЖБОВЦІ ВІЙСЬКОВИХ ТА ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНІВ

Персонал збройних сил, служби безпеки та поліції часто несуть безпосередню відповідальність за порушення прав людини. Змушувати їх прислухатись і брати до уваги цілі АІ є викликом, що вимагає розуміння обстановки та культури країн, де вони працюють. Цей розділ присвячений:

Зміст

- Розробці стратегії залучення громадськості / 187
- Структурам, що залучають громадськість / 187
- Залученню громадськості на практиці / 188
- Написання листів / 188
- Освіта з прав людини / 189
- Залучення громадськості в країні, що є об'єктом уваги / 191



Остерігайтеся можливих небезпек і помилок. Потенційна роль службовців військових, поліцейських та інших правоохоронних органів у порушеннях прав людини, особливо в країнах, де існують серйозні проблеми щодо дотримання цих прав, означає, що AI має бути надзвичайно обережною під час роботи з такими персонами, щоб зберегти свою незалежність та неупередженість, а також прозорість своїх дій. Секції повинні консулюватися з міжнародним секретаріатом перш ніж звертатися до цих структур.

Розробка стратегії залучення громадськості

Існує декілька можливостей для персоналу збройних сил (в тому числі відставних), служби безпеки та поліції допомогти AI в її роботі. Головною метою роботи AI з цим персоналом є ознайомлення з міжнародними стандартами з прав людини та контроль за дотримання ними цих стандартів (див. розділ 2). Зазвичай така робота не включає звернення до офіцерів збройних сил та поліції про проведення прямої кампанії проти певних підрозділів збройних сил, служби безпеки та поліції їхніх країн.

Кожне звернення AI, що стосується певної акції (термінові дії, кампанії щодо провідних країн і певних тем, надсилання судових позовів тощо) ґрунтується на мандаті AI, оцінці потреб жертв та потенційних жертв, хто є чи можуть бути порушниками законодавства, на аналізі більшості політичних, юридичних та інших факторів, які переважають у певній ситуації, а також міркування щодо того, яким чином AI своїми діями може найкраще допомогти цим або потенційним жертвам.

Могло б бути корисним поставити подані нижче питання для ухвалення рішення

щодо того, які запити AI з проведення акцій можуть бути найважливішими в кожен конкретний момент часу та найбільш підходящими для вашої роботи з персоналом військових, поліцейських та інших правоохоронних органів.

ЗАПИТАННЯ

❑ Хто несе відповідальність за більшість випадків порушень прав людини?

Хто на території країни має можливість здійснити вплив на таких відповідальних осіб?

Яким є визнаний образ армії, служби безпеки чи поліції?

В якому виді економічної діяльності бере участь військова чи правоохоронна структура?

Які стосунки у військовій, правоохоронній сфері існують між вашою країною та країнами, в яких мають місце порушення?

Структури, що проводять залучення громадськості



Щодо роз'яснення своєї роботи серед військовослужбовців і працівників правоохоронних органів (Див. розділ 2).

Секції AI в країнах, де службовці військових та правоохоронних структур не втягнуті в систематичне чи постійне порушення прав людини, можуть створювати групи AI, до складу яких входили б цих органів. Відповідні директиви AI передбачають, що ради секцій приймають рішення щодо можливості створення таких груп.

Для ефективного функціонування такі групи звичайно потребують певної адміністративної, освітньої та іншої підтримки з боку секретаріату секції.

«Група, що створюється», зазвичай має координатора і ядро з надійних та енергійних волонтерів. Професійні вимоги можуть означати, що такі волонтери мають бути професіоналами, що вийшли

у відставку, і мають час для роботи в AI та, окрім цього, мають добрі професійні зв'язки.

Істотне значення має приділення необхідного часу поширенню знань про завдання AI серед більшості членів групи. Внутрішній курс освіти щодо прав людини можна полегшити, готуючи ключові теми для обговорення під час кожної зустрічі та поступового консенсусу щодо компетенції та головних завдань групи. Якщо інші професіонали приєднуються до мережі осіб, що підтримують групу, вона може стати координаційною, що регулярно розсилає інформацію, вказівки щодо проведення акцій, а також здійснює зворотній зв'язок.

Відмова від використання освітніх посібників з США

У 1996 р. AI допомогла оприлюднити факт, що протягом трьох десятиліть іспанськомовні армійські навчальні посібники, що використовували для освіти офіцерів у військових коледжах США, містили інструкції, що проповідували хабарництво, шантаж, погрози, здирництво і катування. Посібники було негайно відкликано та скасовано, але багато примірників до того часу вже поширили у Латинській Америці і можуть використовувати там і тепер.

Залучення громадськості на практиці

Під час планування акцій АІ за участю працівників поліції чи інших правоохоронних органів або армійських офіцерів можуть стати у пригоді такі підказки:



Підказки

- ❑ Консультуйтеся з керівним органом секції/координатором.
- ❑ Ознайомтеся з основними міжнародними стандартами з прав людини, що найбільш стосуються відповідних професій, а також відповідними положеннями гуманітарного права (візьміть до уваги і поважайте роль Міжнародного комітету червоного хреста).
- ❑ Вибирайте запити, найбільш пов'язані з діяльністю щодо акцій АІ.
- ❑ Зверніться за порадою до співчужаючих або відставних офіцерів такої ж професії. Можливо, деякі з них уже приєдналися до АІ, як рядові члени. Переверіть списки членів!
- ❑ Визначте точно, до кого будете звертатися: до працівників відповідного міністерства, до головних службовців установи, до посадових осіб, які працюють у професійних чи ветеранських асоціаціях, до викладачів чи директорів освітніх закладів, до військових чи тюремних лікарів, військовослужбовців чи юристів з добрими зв'язками, журналістів чи представників релігійних організацій, котрі спеціалізуються на роботі з військовослужбовцями, працівниками правоохоронних органів чи в'язниць.
- ❑ Ретельно підготуйте перше звернення, щоб уникнути непорозуміння та включити важливу інформацію про роль та структуру АІ, її незалежність та неупередженість, позицію АІ щодо застосування насильства та матеріали судових справ щодо жертв порушень прав людини, коли ними стали працівники поліції/правоохоронних органів/військовослужбовці – отже, вони не завжди є тільки порушниками таких прав.
- ❑ Не будьте занадто амбіційними. Спочатку сконцентруйтеся на налагодженні діалогу з метою збільшення обізнаності щодо базових прав людини, будьте готові прислухатися до думки тих, з ким ви встановлюєте зв'язки, та розуміти їх досвід. Коли ви досягнете певного порозуміння та згоди щодо основних принципів, ви можете бути готові запропонувати листування на підтримку можливих жертв серед військовослужбовців, поліції чи інших працівників правоохоронних органів. Завжди привертуйте увагу до міжнародних стандартів з прав людини та відповідних положень гуманітарного права.

У людей, що належать до єдиної спільноти спільне розуміння «культури», яке дає їм можливість зрозуміти, як найкраще зробити звернення, щоб до нього прислухались.



АІ не організовує та не бере безпосередньої участі в організації освітніх курсів з прав людини для військовослужбовців та працівників правоохоронних органів. Якщо уряд знатиме, що АІ ухвалила його освітній курс з прав людини, він може почуватися менш відповідальним щодо того, щоб відповідні особи не здійснювали порушень прав людини.



1. Поважайте їх



2. Гуманно поведіться з особами, що підпадають під вашу владу



3. Помста та взяття заручників заборонені



4. Поважайте їхню власність; не пошкоджуйте та не крадіть її

«Ці малюнки було взято з буклету, виданого Міжнародним комітетом червоного хреста. Буклет розповсюджується між службовцями миротворчих сил ООН та намагається встановити основні принципи поведінки для загонів, що спілкуються з населенням».

Професійна поліцейська група у складі AI Нідерландів



... мої враження від проведення семінарів та практичних занять з питань прав людини для працівників поліції в багатьох країнах Європи, Африки, Близького Сходу, Центральної Америки та Азії [таке], що більшість національних освітніх програм не розглядає права людини як окрему та важливу тему, а також, що міжнародний захист прав людини тут не дуже поширений. Більш того, доволі поширеним є опір затвердженню принципів прав людини серед працівників поліції, а також, що багато хто з посадових осіб поліції виправдовує власні порушення під час виконання своїх обов'язків.»

Ральф Гроушоу,
колишній головний суперінтендант, начальник поліції в Ессексі, Велика Британія, наразі консультант ООН, Секретаріату Британської співдружності націй та Міжнародного Комітету Червоного Хреста з питань охорони порядку та прав людини.



Розглядайте військові, поліцейські та інші правоохоронні установи як окремі одиниці. Кожна професія відіграє свою окрему роль, має свої правила, установи і традиції.

Незважаючи на скромний початок, до 1990 р. професійна поліцейська група у складі AI у Нідерландах виросла майже до 120 офіцерів поліції. До групи може приєднатися будь-який працівник поліції. Представники групи у Голландському союзі поліцейських, загальній християнській поліції та асоціації найвищих посадових осіб поліції значною мірою сприяють росту групи. Об'єднання вищих чинів муніципальної поліції, а також генеральний інспектор державної поліції також з ентузіазмом підтримують групу.

Члени поліцейської групи регулярно надсилають листи і телеграми до установ та колег-поліцейських в інших країнах щодо питань, які піднімає AI, та привертають увагу міжнародних стандартів з прав людини в контексті поведінки поліції. Вони також виступають від імені колег-поліцейських, які самі стали жертвами порушень прав людини. Кожен лист написаний у приватному порядку і підписується офіцером поліції, котрий вказує своє звання. Група регулярно публікує статті у поліцейських журналах щодо порушень прав людини, а також допомагає проводити заняття в поліцейських освітніх закладах Нідерландів.

Написання листів

Листування з найвищими військовими правоохоронними та чинами пенітенціарної системи, є одним з найбільш поширених методів ведення кампаній AI. Якщо секція AI створює професійні групи, що включають військовослужбовців та працівників правоохоронних органів, потрібно приділяти увагу ролі відповідного листування з такими групами та інших членами AI з приводу кожного звернення про проведення акції AI (термінові дії, головні тематичні кампанії, і такі, що проводяться в масштабах країн, судові позови та інші акції).

Написання листів членами AI, що служать у військових чи правоохоронних органів, може підвищити рівень довіри до AI та створити законні засади для підвищення активності в боротьбі за права людини. Дуже вірогідно, що наявні чи колишні працівники органів безпеки у вашій країні будуть більш обізнані з «культурою», притаманною іншим правоохоронним органам та органам безпеки.

Визначні посадові особи військових та правоохоронних органів можуть найкраще знати, як зробити звернення, щоб бути почутими та, щоб його взяли до уваги.

Освіта з прав людини

Ми завжди повинні підкреслювати, що за проведення тренінгів для військовослужбовців та працівників правоохоронних органів несуть відповідальність урядові установи, а також, що освітня робота з прав людини не може бути значущою або високоефективною без створення відповідної системи звітності.

Якщо мають місце серйозні порушення чи обмеження прав людини, що залишаються безкарними (див. нижче), то у процесі такого освітнього курсу можливо спочатку потрібно розробити програми для проведення правової реформи згід-

Звернення до невійськових і не правоохоронних міністерств та інших посадових осіб в уряді з боку військових і правоохоронних органів також можуть бути сприйняті серйозніше, якщо такі звернення включатимуть аргументи, які ґрунтуватимуться на професійних оцінках.

Листування з посадовими особами військових або правоохоронних органів, нижчого рангу може слугувати для виконання низьких функцій.

Багато порушень має місце на середньому командному рівні, що найчастіше залишається поза увагою - тільки під час листування з найвищими посадовими особами та особами, що мають формальні повноваження. Листи до посадових осіб середнього рангу та начальників оперативних груп можуть продемонструвати, що їхні дії перебувають під контролем і попередити порушення прав людини.

В інших випадках листи можуть бути надіслані службовцям збройних сил, які звертають увагу на випадки порушень, але не знають, як поводитись. Листи можуть озброїти їх інструментами дії або послужити моральним стимулом для реалізації певних дій, спрямованих на запобігання порушенням прав людини іншими.

но з міжнародними стандартами, а також розформувати певні види підрозділів сил безпеки, що несуть значну відповідальність за порушення, інакше тренінги з прав людини буде, у кращому випадку, краплею в морі, а в найгіршому – пропагандистським трюком безвідповідальних властей.

Там, де існують сприятливі умови, секції AI, що проводять оцінювання тренінгів з прав людини щодо військових чи певних правоохоронних органів, могли б вживати заходи, спрямовані на розширення таких курсів.

Це може бути реалізовано таким чином:

- Заохочення та підтримка інших авторитетних та незалежних установ, що визнані компетентними для допомоги у проведенні таких курсів; дуже важливою роллю такої установи було б забезпечення незалежного контролю та оцінювання результатів освітнього курсу.
- Надання відповідних освітніх та освітніх матеріалів військовим правоохоронним та пенітенціарним навчальним закладам; критична оцінка освітнього плану.
- Надсилання кваліфікованих промовців для проведення презентацій та відповідей на запитання щодо роботи AI та розширення діяльності по захисту прав людини; такі промовці повинні перебувати на керівних посадах та користуватись авторитетом.
- Надсилання кваліфікованих викладачів для присутності на заняттях та надання конструктивних зауважень, спрямованих на покращення освітнього процесу та забезпечення відкритості і, особливо в питаннях по-

всякденної діяльності офіцерів; такі зауваження могли б стосуватись:

- найкращого вибору та комбінування слухачів (наприклад, цілий підрозділ, підготовка інструкторів);
- сприйнятливості методик навчання (наприклад, релігійні чи мовні проблеми);
- корисність матеріалів з прав людини (наприклад, копії текстів з базових прав людини, аудіо- та відеозаписи);
- практична доцільність вправ з окремих тем (наприклад, роль поліцейського у контролі за натовпом чи проведенні допиту)
- ефективність подальших дій (наприклад, підтримка інструкторів, зустрічі слухачів, розсилка інформаційних бюлетнів, оціночні звіти).



AI не бере участь в розробці освітніх програм із захисту прав людини для військовослужбовців та працівників поліцейських та інших правоохоронних установ з країн, де права людини, які знаходяться в компетенції AI, систематично та постійно порушуються. Але це не заважає AI роз'яснювати, що міжнародні документи, які регулюють права людини, повинні бути невід'ємною основною освітніх програм для всіх працівників таких установ.

У грудні 1988 р. законодавчі збори штату Ріо Гранде до Сул ухвалили закон про включення питань з прав людини до освітнього курсу працівників цивільної та військової поліції. Ця ініціатива мала місце після того, як члени AI Бразилія розробили спеціальний документ для переконання членів парламенту, що такий крок необхідний, щоб зупинити поширене у Бразилії поліцейське насильство. Далі члени бразильської AI почали співпрацювати з іншими неурядовими організаціями з метою переконати власті виконувати закон. Через шість років близько половини працівників цивільної поліції пройшли різні форми освіти з прав людини, і кількість актів насильства у порівнянні з 1980-ми роками помітно зменшилась. Цивільна поліція співробітничала з бразильськими членами AI Бразилія у демонструванні документів, аматорських відеозаписів та проведенні виставок, в тому числі фотографій, з питань прав людини. На жаль, досягти співпраці з військовою поліцією було важче. Однак новий закон також ухвалили у штаті Байя, а також було створено робочі групи в Сан-Паулу та інших регіонах Бразилії, метою яких був перегляд освітніх програм для працівників поліції. Після цього AI звернулася до всіх вищих поліцейських чинів на федеральному рівні.

У 1996 р. координатор Бразилії в Канадській секції разом із шістьма особами та трьома місцевими групами розробив документ, метою якого була підтримка цих зусиль. За участю Едмонтонської поліцейської служби Канади, вони забезпечували фінансову підтримку, розміщення та брифінги, в тому числі для шефа поліції бразильського штату Сержипі, для відвідання освітніх курсів для поліцейських у Канаді з таких питань як технології проведення допиту, патрулювання у місті та робота з проблемними особами. Вони також організували семінар для працівниками едмонтонської поліції по міжнародних стандартах з прав людини, включаючи питання прав дитини та катувань. Після повернення додому шеф бразильської поліції зайнявся підготовкою освітніх курсів з прав людини.

Поліція та освіта з прав людини у Бразилії



Міністерство внутрішніх справ Іспанії проводить конференцію з питання вивчення офіцерами поліції проблем захисту прав людини, 1984 р.



Залучення громадськості у країні, що є предметом уваги

Якщо ви перебуваєте у країні, де службовці поліції, інших правоохоронних органів та армії систематично чи постійно втягуються у порушення прав людини, будь-яке звернення з боку АІ до таких працівників вимагає надзвичайної обережності. Необхідно вжити особливих заходів, щоб зберегти незалежність та неупередженість АІ. Налагодження зв'язків завжди необхідно починати з листування та вимоги офіційного письмового документа щодо дотримання прав людини перш ніж проводити дискусії, зустрічі або телефонні переговори.

Перевірити щирість будь-якої проголошеної позиції не легко, але ви можете спробувати зробити це, ставлячи перед посадовим особам питання, чи згодні вони з тим, що їх уряд повинен:

- Рішуче вистежувати випадки порушення та обмеження прав людини; пред'являти обвинувачення та притягувати до суду осіб, відповідальних за такі випадки;
- Включити до освітнього курсу службовців збройних сил та правоохоронних органів положення про те, що обов'язком будь-якої особи, яка отримує наказ про здійснення таких порушень, є відмова від його виконання;
- Домагатися створення незалежних та неупереджених служб контролю за захистом прав людини та не допущенню перешкод для вільного функціонування національних і міжнародних організацій цих прав.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ МІЖНАРОДНА ПРАВНИЧА МЕРЕЖА



Пітер Бененсон, британський юрист, засновник Amnesty International, знову запалює першу свічку в день 20-ї річниці заснування організації у травні 1981 р.

© AI

Юристи тісно співпрацюють з AI з моменту її заснування. В декількох країнах вони були серед засновників секцій AI, а в багатьох місцях впливовими організаторами кампаній на захист прав людини. Цей розділ розглядає такі питання:

Зміст

- Чому міжнародна правнича мережа важлива для AI? / 193
- Чому міжнародна правнича мережа може зробити свій внесок у діяльність AI? / 193
- Розробка стратегії залучення громадськості / 193
- Структури, що здійснюють залучення громадськості / 194
- Список для перевірки: про виконання яких дій можна звертатися до юристів? / 196

Чому міжнародна правнича мережа важлива для АІ

Адвокати, судді, мирові судді, студенти-юристи та інші учасники міжнародної юридичної мережі, обізнані з теорією та практикою законодавства, відіграють життєво важливу роль у роботі АІ. Пояснюється це тим, що особи даної професії:

- впливові у власних країнах;
- добре проінформовані та обізнані у налагоджуванні зв'язків;
- користуються високим міжнародним авторитетом;
- зв'язані між собою національними професійними асоціаціями;
- зв'язані між собою в міжнародному масштабі, завдяки особистим і професійним контактам, через професійні асоціації та членство у міжнародних асоціаціях.



Я щиро вдячний вам за ваше суворе засудження незаконної та неправомірної страти Кен Саро-Віва та вісьмох інших активістів Огоні...»

Лист, надісланий Майклу Кінгстону, члену групи юристів Північного Річмонду, Австралія, з Нігерії, з приводу листів, надісланих групою щодо страти активістів в Огоні у Нігерії.

Чому міжнародна правнича мережа може зробити свій внесок у діяльність АІ

Учасники міжнародної юридичної мережі можуть зробити свій внесок у діяльність АІ, тому що вони:

- мають особистий інтерес і зобов'язання;
 - професійно зацікавлені в ролі, що відіграє законодавство у заохоченні та захисті прав людини;
 - підтримують професійну солідарність з юристами інших країн - активістами боротьби за права людини та/або жертвами порушень цих прав.
- Багато національних та міжнародних юридичних організацій проводять кампанії з питань, тісно пов'язаних з компетенцією АІ, такі кампанії через свої комітети чи їх філії з прав людини. Незалежно від того, чи така діяльність ведеться національними асоціаціями адвокатів та спілками юристів, чи Міжнародною асоціацією юристів або Міжнародною комісією юристів, міжнародна правнича мережа загалом завжди відгукується на звернення АІ. Питанням для АІ є те, як найбільш ефективно використовувати таку підтримку та на тривалий час.

Розробка стратегії залучення громадськості

Відповідь на такі питання може допомогти вам визначитися з оптимальною стратегією, яку ви оберете.

ЗАПИТАННЯ

- ❑ Які національні асоціації, що об'єднують юристів, є у вашій країні?
- ❑ Чи мають ці асоціації підкомітети чи осіб, відповідальних за роботу з прав людини?
- ❑ Яким чином такі юридичні організації ухвалюють рішення, наприклад, чи проводять вони збори щомісяця або щороку?
- ❑ Чи впливає міжнародна правнича мережа, зокрема її організації-учасники чи окремі особи на уряд або громадські зв'язки у конкретних питаннях, таких як смертна кара?
- ❑ Чи робили провідні організації адвокатів або юридичні організації публічні заяви щодо національних або міжнародних проблем з прав людини, що є в компетенції АІ?
- ❑ Чи можуть окремі організації адвокатів або юридичні організації впливати на ратифікацію вашим урядом міжнародних угод з прав людини або на урядову політику щодо питань у компетенції АІ?
- ❑ Чи є особи або організації зі зв'язками в певних країнах, в яких АІ має свої інтереси?
- ❑ Чи є в країні, що є об'єктом діяльності АІ, провідні організації адвокатів або юридичні організації, що здійснюють вплив на питання щодо прав людини? Чи робили вони заяви або мають певні позиції з цих питань?
- ❑ Яким чином юридичні організації у вашій країні зв'язуються зі своїми членами, наприклад, за допомогою яких публікацій? Чи є спеціалізовані засоби масової інформації?

Юристи є ключовою ланкою в боротьбі за права людини. Їх переслідують саме з цієї причини.

- ❑ Чи включають періодичні видання статті, надіслані не юристами?
- ❑ Чи є конкретні юристи, що пишуть до ЗМІ або формують редакційний погляд в загальних засобах масової інформації?
- ❑ Чи є юристи або юридичні організації, що беруть участь у міжнародних

органах, які можуть здійснювати акції, такі як надсилання листів, що піднімають питання прав людини?

Незалежно від структури, загальною метою роботи з міжнародною правничою мережею є розвиток позитивних робочих стосунків, що дають АІ можливість закликати до участі в акціях та підтримки в разі необхідності.

Структури, що залучають громадськість

Багато секцій АІ та деякі координаційні структури створили групи юристів. Розмір і суть кампанії, що проводиться такими групами, змінюється від секції до секції та від структури до структури, в залежності від людських та фінансових ресурсів. Однак, щонайменше групи юристів можуть і мають діяти трьома головними шляхами:

■ як технічні консультанти руху;

вони можуть виступати як юридичні консультанти міжурядових організацій та національних лобістів уряду, координаторів країни та кампанії, а також як групи, що не спеціалізуються з правових питань і підтримують цілі кампаній.

■ як провідні ланки між рухом та професіоналами з широким діапазоном у сфері права;

вони можуть звертатися до колег, що не входять до складу АІ, – через місцеві чи національні юридичні асоціації, адвокатів та академічні заклади – з метою поширення інформації та сприяння розгортанню загальної та в разі потреби високопрофесійної кампанії з конкретних випадків чи питань; вони також можуть залучати нових учасників з числа професійних юристів та створювати можливість для фінансування діяльності АІ.

■ як захисники жертв порушень прав людини, включаючи інших правозахисників та активістів, що сприяють правовій реформі;

вони можуть у своїй професійній якості демонструвати окремі випадки чи питання з прав людини, надаючи законні аргументи, які ґрунтуються на нормах міжнародного права.

Міжнародна правничка мережа АІ, типу створеної у вересні 1997 р., включила в себе групи юристів у 50 секціях/координаційних структурах на усіх п'яти континентах. Мережа проводила міжсекційні зустрічі майже кожні 18 місяців, починаючи з першої зустрічі в Антверпені в 1990 р. У міжсекційній зустрічі в Осло, що відбулася в 1995 р., брали участь делегати з усіх континентів, крім одного. Мережа ставить своєю метою присутність делегатів з усіх регіонів у 1998 р., а також поширення в регіонах, які представляють інтерес, на півдні. Цей процес розпочався – демонстрацією цього є присутність делегатів з усіх регіонів на міжсекційній зустрічі в Амстердамі в жовтні 1997 р.

Незважаючи на те, що до складу непрофесійних груп АІ входять юристи, загальноприйнятним серед юристів, що є членами АІ, є формування професійних груп, які зазвичай складаються з 6-20 учасників. За більшої кількості членів створюють додаткові групи. Мережі практикуючих юристів і студентів права часто існують поруч із групами чи замість них. З ними працює персонал секції або керівний комітет.

Не всі спеціалізовані акції та кампанії повинні здійснювати групи юристів. Секції/координаційні структури з обмеженими

“

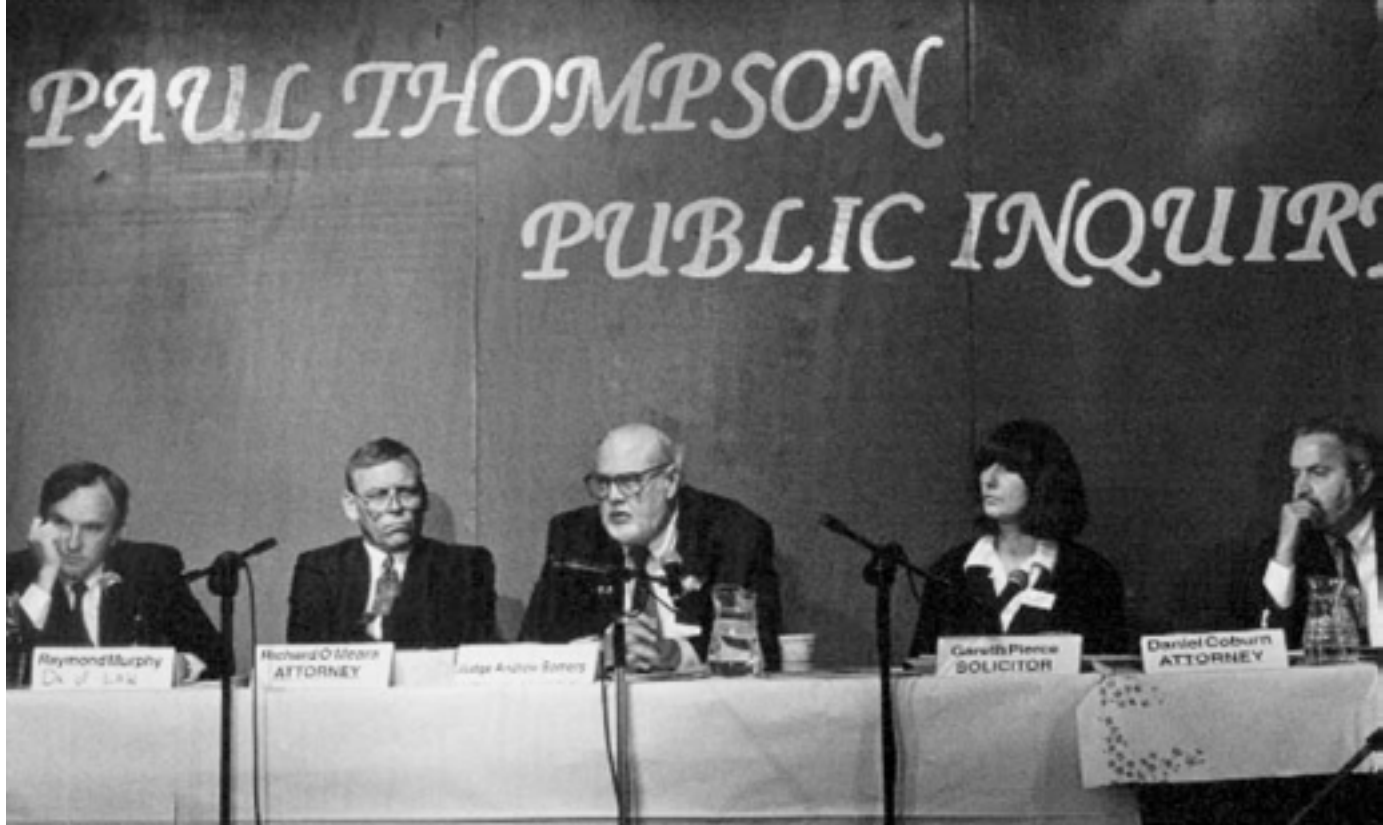
«Я рада, що моя промова надихнула вас на подвоєння ваших зусиль, як юристів, на захист прав людини як у Малаві, так і будьде у світі. Ви робите добре діло...»

*Вера Чирва,
юрист і колишній
в'язень сумління
в Малаві в листі,
що надісланий до
правничої мережі АІ
Велика Британія*

Порушення прав людини є порушеннями закону. Ідея прав людини є більше ніж філософською чи моральною концепцією, вона є концепцією, втіленою в законі. Юристи мають першими докладати зусилля, спрямовані на захист прав людини, оскільки ці права і закони пов'язані фундаментально у два способи:

- сфера використання і значення терміну «права людини» визначається міжнародним законодавством;
- більшість порушень прав людини є також порушеннями національного законодавства.

Поєднання прав
людини і закону



Юристи, що ведуть незалежне розслідування щодо звинувачень у незаконній страті, яка мала місце у Північній Ірландії, після того, як уряд Великої Британії відмовився від такого розслідування.

© Френкі Куїнн

кадровими та фінансовими ресурсами можуть регулярно чи з якогось конкретного приводу проводити кампанії, в яких братимуть участь окремі юристи-учасники або невеличкі групи учасників (два чи три), які не потребуватимуть значних постійних ресурсів з боку секції/координаційної структури;

Іноді студент-юристи створюють суто студентські групи, що координують роботу з групою кваліфікованих практикуючих юристів. Студентська група може бути добрим джерелом часу та енергії, необхідних для проведення кампанії, та надавати доступ до практичних ресурсів, таких як фотокопії, матеріали для розсилки чи приміщення для зустрічей на юридичних факультетах їх університету або коледжу.

Координація груп юристів секцією здійснюється різними засобами, в залежності від ресурсів. Наприклад, деякі секції повністю координують групи за допомогою штатних координаторів, що отримують усю кореспонденцію від координатора міжнародної правничої мережі, визначає діяльність групи та забезпечує необхідне навчання та фінансування. Деякі ставлять завдання, причому в такому випадку секція отримує всю кореспонденцію від Міжнародного Секретаріату, але скоріш обслуговує групу, ніж керує нею і забезпечує тільки обмежене фінансування. Модель залежить від обставин, в яких працює секція/структура, та її учасників.

Міжнародний Секретаріат і надалі розробляє стратегії підвищення потенціалу у проведенні кампаній групами юристів у мережі та закликає секції робити те ж саме.



Список для перевірки

Про виконання яких акцій можна звертатись до юристів

✔ Зустріч з пресою

Участь провідного юриста в заході, який проводять засоби масової інформації, наприклад, прес-конференції для того, щоб зробити звіт, у якому головним питанням є юридичні, може допомогти вам у співробітництві з юридичними, а також з іншими ЗМІ.

✔ Виголошення заяви

Публічна заява щодо підтримки чи зацікавленості відповідної юридичної організації чи окремого юриста може бути конкретною або загальною. Конкретна заява, наприклад, про необхідність для тих, хто перебуває під арештом, мати доступ до адвокатів, лікарів та родичів, може бути корисною, для того, щоб виставити проблему на перший план у вашій власній країні і в тій, котра є предметом уваги. Загальну заяву, скажімо на підтримку діяльності АІ, може робити в разі необхідності – чи то при пошуку контактів з державними службовцями, чи намаганні дістати підтримку або яких-небудь дій з боку окремих юристів. Коротка заява може бути підписана всіма відповідними організаціями та окремими особами як простий та швидкий спосіб показу рівня підтримки в даному питанні.

✔ Написання листа

Офіційний лист, написаний відповідною юридичною організацією чи відомим учасником правової спільноти державним службовцям країни, що є предметом уваги з надсиланням копії в посольство, може бути доброю ознакою рівня зацікавленості вашої спільноти питаннями прав людини. Лист від окремого юриста на офіційному документі виглядає вражаюче та одразу ж виявляє статус автора. Такі листи також показують, що інтереси АІ розділяють широкі кола громадськості.

✔ Посилення професійної солідарності

Запропонуйте юристам чи юридичним організаціям у вашій країні встановити зв'язок з їх колегами у країні, що є предметом уваги, та підтримку як партнерів-професіоналів щодо питань прав людини. Така демонстрація зацікавленості та професійної солідарності може також створити можливості для обміну візитами, а також досвідом і ресурсами.

✔ Робіть публікації з предметів зацікавленості АІ в засобах масової інформації

Постійна колонка АІ або з прав людини у юридичному виданні, яку веде ваша асоціація адвокатів або юридичне об'єднання, могла б вміщувати апеляційні скарги чи висвітлювати тематичні питання та проблеми країни, використовуючи інформацію, отриману із зовнішніх звітів та матеріалів про термінові дії АІ з зосередженням уваги на правових питаннях. Час від часу, можна відводити місце для довших, повнометражних статей юристів, які піднімають питання прав людини з юридичної точки зору. У загальних ЗМІ, статтю з висловленням своїх поглядів (див. розділ 9) для газети міг би написати провідний юрист, який поділяє інтереси АІ (котрому дозволяється висвітлювати ширші проблеми, ніж ті, що входять у компетенцію АІ, але мусить потім роз'яснити, що стаття написана не від імені АІ). Копії статей у юридичній чи загальній пресі щодо проблем, наявних у країні, можуть надсилатися з супровідним листом до відповідного посольства з проханням прокоментувати або надіслати відповідь.

✔ Допомога у зборі коштів

Попросіть відповідну юридичну особу звернутися до юристів з метою збору коштів для АІ, якщо ви плануєте відповідні заходи зі збору коштів у міжнародній юридичній мережі.

✔ Заохочення делегацій юристів до відвідування країни, що є предметом уваги

Візит делегації юристів-професіоналів, наприклад, групи представників колегії адвокатів до країни, що становить інтерес, є ефективною дією для створення групи юристів, що сприяла б АІ. Відвідування та спостереження за судами над політичними в'язнями може бути іншою корисною формою діяльності, якщо це виконується досвідченими юристами, які пройшли певну підготовку у спостереженні за судовими процесами. Проте, у будь-якому випадку особу, що досліджує певну країну, необхідно спочатку проконсультувати у Міжнародному Секретаріаті.

✔ Організуйте петицію

Організуйте петицію з боку юридичних кіл в разі затримання колеги-професіонала або погроз на його адресу.

✔ Відвідування посольств

Запропонуйте приєднатися до делегації



Делегати до колоквиуму юристів із Африки на відкритті Інституту вивчення прав людини, Дакар, Сенегал, 1979. По завершенню колоквиуму, делегати прийняли детальну резолюцію, яка пропонує заходи щодо захисту прав людини в Африці.

“Задача, яку досі слід розв’язати - перетворити цю теорію [стосовно прав людини] на реальність.”
Мустафа Сек, президент Асоціації юристів Сенегалу (перший ряд, другий справа).



AI до посольства, якщо є відповідна правнича складова частина, пов’язана з занепокоєнням AI.

✓ Поширення інформації

Протягом періоду вступу організуйте презентацію в університеті для студентів юридичних факультетів. Запропонуйте юристу, що опікується питаннями прав людини, виступити на громадському зібранні.

✓ Налагоджуйте зв’язки з іншими структурами та окремими особами

Встановлюйте зв’язки з іншими професіоналами та організаціями, які можуть мати певний інтерес у тому чи іншому питанні.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ПРОФСПІЛКИ



«Рука об руку за права людини» – участь AI у першотравневій демонстрації на Філіппінах

© AI

У будь-яких суспільствах профспілки та їх учасники перебувають на передовій лінії боротьби за права людини, зокрема, добиваються поваги до соціальних та економічних, але часто також і до громадянських та політичних прав. Цей розділ розглядає такі питання:

Зміст

- Чому профспілки важливі для AI? / 199
- Чому профспілки могли б поділяти інтереси AI? / 199
- Розробка стратегії залучення громадськості / 199
- Список для перевірки: про виконання яких дій можна звертатись до членів профспілок? / 201

Прямі дії

У 1987 році члени профспілки працівників, що заготовляють матеріали для виготовлення меблів та Об'єднання профспілок (Furniture Timber та Allied Trades) у Великій Британії провели кампанію проти експорту шибениць до Абу Дабі в Об'єднаних Арабських Еміратах. Працівники доку, з якого, як вважалось відправляли шибениці, допомогли запобігти відправці двох комплектів шибениць.

Щороку AI намагається лобювати делегації національних профспілок, які беруть участь у щорічних зборах Міжнародної організації праці в Женеві.

Цілі AI щодо профспілок

Чому профспілки важливі для AI

Профспілки представляють мільйони людей і можуть виступати на захист прав людини від їх імені. Вони також можуть бути важливою політичною силою, що впливає на дії уряду і громадську думку.

Багато профспілок мають широкі між-

народні мережі, що дають можливість для ведення діалогу, взаємної підтримки, і проводять кампанії щодо питань, які пов'язані з діяльністю AI. Вони часто мають організаційну інфраструктуру, котра дає їм можливість мобілізувати інших і проводити акції.

Чому профспілки могли б поділяти інтереси AI

- Принцип солідарності лежить в основі як діяльності AI, так і профспілкового руху.
- Права людини є основою прав робітників.
- Профспілкові діячі у багатьох суспільствах є активістами боротьби за інші права людини.
- Профспілкові діячі у багатьох країнах є мішенню для порушень прав людини через свою діяльність.
- AI діє від імені багатьох учасників профспілкового руху.
- Багато профспілкових функціонерів і рядових членів присвячують себе боротьбі за права людини.

Профспілки поділяють занепокоєння AI

щодо зусиль деяких урядів зруйнувати основу міжнародної солідарності (зокрема, універсальність прав людини) та піддати сумніву законність певних прав (неподільність прав людини).

В роки холодної війни федерації профспілок та їх філіали відбивали широкі ідеологічні протиріччя. Іноді це призводило до напруження в роботі з профспілками, оскільки було помітно, що AI зосереджувала увагу на правах окремих людей, в той час як центр уваги профспілок – на колективних правах. Тепер ці напруження переважно зникли, а AI співпрацює з профспілковим рухом на міжнародному рівні.

Під час підготовки до Всесвітньої Конференції ООН з прав людини, яку було проведено у Відні в 1993 р., AI та профспілковий рух разом проводили кампанію проти зусиль урядів піддати сумніву Всесвітню декларацію прав людини.

Розробка стратегії залучення громадськості

? ЗАПИТАННЯ

❑ Що є потенційно важливим в роботі з профспілками для AI, як для організації, у вашому суспільстві та для проведення її міжнародних кампаній?

- ❑ Яка структура профспілкового руху?
- ❑ Яка структура AI найбільше відповідає вашим потребам?
- ❑ Чи може і чи впливає профспілковий рух у вашому суспільстві на політику уряду і, зокрема, на його політику у сфері міжнародних відносин?

Метою роботи AI з національними та міжнародними профспілками є:

- максимізувати зусилля щодо захисту і заохочення прав людини – щодо права на працю для активістів за трудові права та населення в цілому – у країнах, де права людини порушуються;
- обмінюватись інформацією щодо порушень прав людини і методів боротьби з ними;
- максимізувати зусилля щодо Міжнародної організації праці (МОП), ініціюючи відповідну критику щодо порушень прав людини щодо працівників;
- досягти повної ратифікації Конвенцій Міжнародної організації праці № 87 та № 98, щодо свободи асоціацій та права на їх організацію.

Координаційну групу профспілки німецької секції AI повторно організували у вересні 1995 року. Протягом тижнів статті про AI та термінові акції публікували у профспілкових газетах. До листопаду IG Metall, найбільша профспілка у світі, організувала радіо-, телетрансляції про концерт, який приніс AI близько 100,000 доларів США. Група планує організувати курси для членів профспілок з питань профспілкового руху та прав людини.

Рецепт їх успіху був простий. Кажучи словами координатора: "ми ніколи не писали про структури організацій, ніколи не звітували про нудні збори та ніколи не говорили про свої проблеми. Ми завжди повторювали, що нас - лише декілька учасників, що зацікавлені в роботі профспілки, але ми також підкреслювали, що наша група росте, що ми маємо успіх і це нас веселить. Я думаю, це й був метод досягнення успіху, який ми маємо сьогодні."

Ми просто
сказали їм, що це
було весело...

- ❑ Чи впливають профспілки на позиції певних політичних партій?
- ❑ Які профспілки найвпливовіші? Які мають найбільшу кількість учасників?
- ❑ Які міжнародні зв'язки має профспілковий рух з іншими профспілками?
- ❑ Чи впливають профспілки на громадську думку? Як профспілки взаємодіють зі своїми учасниками та іншими особами та організаціями (за допомогою інформаційних бюлетнів, журналів, радіо тощо)?
- ❑ Чи висловлювали профспілки раніше підтримку цілей AI?
- ❑ Чи мають профспілки місця під офіс, обладнання для друку чи інші ресурси, які вони можуть захотіти пожертвувати AI?
- ❑ Чи мають профспілки можливість швидко надсилати звернення (наприклад, за допомогою факсу) до місцевого та закордонних урядів?
- ❑ Чи мають профспілки робити пожертвування чи допомагати збирати кошти для AI?
- ❑ Які питання наразі найбільше турбують профспілковий рух?
- ❑ Чи мають різні профспілки або профспілкові федерації представників/учасників/комітет, відповідальні за міжнародні відносини чи зв'язки?
- ❑ Як різні профспілки ухвалюють рішення щодо питань, важливих для AI? Чи це щорічні збори, відповідь на рішення, затверджені на засіданнях виконавчого комітету або чи це позиції ключових посадових осіб, тощо?
- ❑ Чи можна шляхом підтримки постійного чи нерегулярного контакту з основними учасниками/посадовими особами профспілки досягти задоволення потреб AI?
- ❑ Чи можуть учасники AI, котрі є членами профспілки, дістати підтримку AI з боку їх спілки в цілому та з певних питань?
- ❑ Чи є достатня потенційна підтримка з боку профспілкового руху, або чи є цей рух досить впливовим для того, щоб пояснити необхідність створення постійної структури для залучення громадськості?
- ❑ Чи достатньо експертів у межах AI, чи необхідно наймати волонтерів – членів профспілок для того, щоб консультувати AI щодо її стратегії та відносин з профспілковим рухом?
- ❑ Які ресурси AI може реально виділити для створення та підтримки постійної структури чи обслуговування членів профспілки, що входять до складу AI?

Щороку проводять акції присвячені Міжнародному дню праці (1 травня) та лобістську діяльність перед щорічними зборами Міжнародної організації працівників. Члени AI, які також ведуть активну діяльність у профспілці, могли б спробувати створити структуру для залучення громадськості або розробити довгострокову програму роботи з профспілками, якщо для цього є ресурси.

У 1996 році делегація шведської секції AI зустрілася з президентами національних об'єднань профспілок як білих, так і блакитних комітців. Усі погодилися, що вони поділяють погляди щодо ситуації у світі, включаючи зростаючу небезпеку для прав людини та прав членів профспілок. Домовились щодо необхідності потужнішої співпраці, переважно, у формі мереж активістів у цих двох об'єднаннях. З того часу мережа термінових дій значно розширилась.

Шведська
ініціатива

Мухтар Пакпахан, лідер незалежної профспілки в Індонезії, в січні 1995 р. був засуджений до 4 років позбавлення волі за свою профспілкову діяльність. AI співробітничала як з національними, так і з міжнародними профспілковими організаціями, забезпечуючи висвітлення у пресі та організовуючи величезну кількість звернень. Завдяки зверненню до Міжнародної організації праці (МОП) у червні того ж року, Мухтара Пакпахана звільнили — явно з формально юридичного погляду. Оскільки його звільнення не було підтверджено як постійне, акції на його користь тривали. Делегати, яких послали в МОП, використовували інформацію AI, що надсилали їм секції в їх країні та передавали лобісти на зборах. МОП засуджувала порушення прав робітників в Індонезії. У жовтні Верховний Суд Індонезії скасував звинувачення проти Мухтара Пакпахана. Незважаючи на повторний арешт його після заворушень у Джакарті 1996 р., підтримка його міжнародним профспілковим рухом допомогла зосередити увагу суспільства на цій справі.



Ми думаємо, що тиск спілок на уряд США щодо питання про право організувати незалежні профспілки був ефективним і при здійсненні такого тиску в Індонезії, та сприяв звільненню Мухтара Пакпахана."

AI США



Список для перевірки

Про виконання яких дій можна звертатися до членів профспілок

- ✓ Приєднайтеся до мережі термінових дій. Багато профспілок користуються підтримкою секретарів, мають у своєму розпорядженні факси, і звернення на фірмовому папері можуть бути більш впливовими. Можливо, скористайтесь лише одним випадком термінової дії щодо профспілкового активіста, щоб ознайомити їх зі схемою. Міжнародні об'єднання журналістів звертають до багатьох професійних спілок щодо проведення акцій від імені журналістів, щодо акцій негайного реагування. У деяких секціях AI, профспілки погоджуються діяти під час всіх чи деяких термінових дій – іноді щодо певних країн, роду занять і профспілок.
- ✓ Щомісяця жертвуйте певну суму коштів.
- ✓ Ведіть постійну колонку чи розміщуйте оголошення в їх виданні, що висвітлює кампанії, котрі проводить AI, та закликає до дій (час або кошти).
- ✓ Проводьте акції щодо певних кампаній, таких як написання листів до місцевих або закордонних урядів на підтримку закликів AI.
- ✓ Ухваліть резолюцію щодо питання прав людини та направте копію в посольство країни.
- ✓ Продемонструйте плакати /брошури AI в їх офісах.
- ✓ Включайте освітній курс з прав людини в їхні освітні програми.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ МОЛОДІЖНІ АКТИВІСТИ



Діти беруть участь у розгортанні кампанії щодо Китаю, яку організувала філіппінська секція AI, березень 1996 р.

© AI

Оптимізм, енергія і творчий підхід – усі ці якості пов’язуються в усьому світі з молоддю і студентами. Ось чому таким важливими є налагодження співпраці з молоддю і студентами. Цей розділ розглядає такі питання:

Зміст

- Чому активісти молодіжного руху важливі для AI / 203
- Розробка стратегії залучення громадськості / 203
- Залучення громадськості на практиці / 204
 - Робота в мережах системи освіти / 205
- Підтримка молодих учасників / 205
- Список для перевірки: про виконання яких дій можна звертатись до молоді та студентів? / 206

З нагоди акції до Дня захисту дітей у 1995 р., молодіжні групи в країнах, які ратифікували Конвенцію про права дитини, провели дослідження з питань, коли їхня країна направила звіт до Комітету і чи був її звіт достовірним.

В місті Гренобль, Франція, студентський журнал з накладом у 4,000 примірників присвячує AI дві сторінки щомісячно.

Чому активісти молодіжного руху важливі для AI

Молодь і студенти, а також їх організації не обов'язково є впливовими в суспільстві (поки що) чи щодо суспільств, які є предметом уваги, але існує багато причин, котрі роблять роботу з ними важливою.

- Студенти можуть мати вільний доступ до джерел, а також час для активної діяльності.
- Організаційна інфраструктура для студентів – така як студентські об'єднання, що пов'язані з регіональними чи національними органами або адміністративними системами університетів чи коледжів – може бути корисною для кампаній з прав людини.
- Студенти можуть мати доступ до знань у різних галузях: студенти набувають професійних навичок і досвіду у дослідницькій роботі, отримують доступ до академічних матеріалів, а також до спеціалістів у своїй сфері навчання. Тому в них з'являється можливість

включатися в роботу спеціалізованих секцій AI.

- Молодь та студенти, можливо, виявляють більше бажання проявляти ініціативу і брати участь у громадських і прямих формах кампаній, ніж інші члени AI.
- Погляди і асоціації, сформовані в молодості та за часів студентського життя, можуть бути стійкими. Тому молодь потрібно активно залучати до кампаній AI, через повноцінну участь в їх розробці та в керівництві організацією.
- Існують міжнародні молодіжні організації та мережі, які можуть забезпечити цінні можливості і для діалогу та акцій в інтересах AI.
- Робота з молоддю та адаптування матеріалів AI і донесення їх до молодіжної культури може підвищити довіру до AI серед широких мас та її авторитет.

Розробка стратегії залучення громадськості

Загалом найефективнішим способом мобілізації молоді і студентів є надання їм можливості самообілізації. Деякі, або ж всі перелічені нижче питання можуть допомогти молодим людям у вашій секції розробити стратегію роботи з молоддю.

ЗАПИТАННЯ

- ❑ Які питання є найбільш спонукальними для молодих людей у вашій країні?
- ❑ Які організації найбільш ефективно мобілізують молодих людей і чому?
- ❑ Які молодіжні організації існують у вашій країні? Чи існують у вас національні студентські асоціації, ска-

утські організації, молодіжні крила політичних партій чи молодіжні структури, пов'язані з релігійними, екологічними організаціями та організаціями соціальної справедливості? Як багато членів до них входять? Чи мають вони власні засоби масової інформації? Чи впливають вони на громадську думку або уряд? Чи генерують вони ті чи інші акції зі свого середовища? Чи мають вони міжнародні відділення?

- ❑ Чи могла б AI розробити спільний проект залучення громадськості з молодіжною організацією або тільки отримувати інформацію про те, як ця організація проводить цю роботу та працює зі своїми учасниками з числа студентів і молоді?

Матеріали для молоді

Секціям слід замислюватись над модифікацією своїх "стандартних" матеріалів, щоб зробити їх більш доступними для молодіжних груп. Канадська секція (англомовна), наприклад, виготовляє спеціальні пакети для матеріалів, пов'язаних з проведенням кампаній, які використовують як місцеві групи AI, так і молодіжні і студентські групи. До того ж, існує спеціальна поштова розсилка молодіжних програм. Якщо передбачається планування такої розсилки, секції могли б зосередити увагу на ключових місцях року, таких як початок кожного освітнього семестру, та давати рекомендації, наприклад, як залучати та утримувати нових учасників.

- ❑ Який шлях звернення до молодіжних і студентських організацій може бути найбільш ефективним? Можливо, через окремих осіб?
- ❑ Які засоби масової інформації націлені на молодь? В отриманні якої інформації від AI вони можуть бути зацікавлені?
- ❑ Чи буде необхідно видавати спеціалі-

зовані матеріали для роботи з молоддю, ініціювати акції та надавати підтримку в їх проведенні? Які джерела будуть потрібні для цього?

- ❑ Чи є у вас ресурси для встановлення контакту з молодіжними організаціями? Чи існують поруч з вами впливові чи великі молодіжні організації? Чи планують вони будь-які великі збори, в яких взяли б участь AI?

Залучення громадськості на практиці

Важливо знати, як ви можете щонайкраще заохочувати до участі в цій роботі молодь і студентів. Деякі з особливих навичок і здібностей, набуття яких потрібно запропонувати молодим людям і студентам, перелічені нижче. Щойно ви визначили ці навички, вам, можливо, потрібно буде організувати тренінг та підтримку для того, щоб забезпечити їх ефективне використання.

■ Головні навички, здобуті в освітньому процесі

Студенти мають доступ до величезної кількості інформації у своїх освітніх закладах.

Здобуття ними навичок у дослідницькій роботі можуть використати секції у певних проектах, наприклад, у детальному вивченні місцевого державного законодавства та дотримання прав людини.

■ Спеціальні навички, здобуті на освітніх курсах:

- студенти-лінгвісти, можливо, зможуть допомагати у перекладі матеріалів та підтримувати зв'язок з групами AI у країнах, де вони проводять час, вдосконалюючи свої мовні знання;
- студентів бізнес-курсів, які присвячують рік роботі у промисловій галузі, можна залучати до ініціювання дискусій на робочих місцях з питань етики та прав людини у бізнес-секторі або організувати дослідження щодо ставлення до прав людини у бізнес-середовищі;
- студенти - майбутні медики можуть висвітлювати питання прав людини та медичної професії (такі як пересадка органів, страти та тортури) у своїх медичних освітніх закладах;
- студенти-юристи можуть проводити аналіз дій з юридичної точки зору чи проводити бесіди щодо міжнародного законодавства з прав людини;
- іноземні студенти можуть надавати інформацію щодо своєї власної

культури та обговорення ситуації в їх власній країні;

- вчителі – практиканти можуть проєктувати класи в рамках освіти з прав людини;
- студенти маркетингових факультетів можуть досліджувати ставлення до та обізнаність суспільства та його певних прошарків щодо AI та прав людини;
- студенти, які вивчають зв'язки з громадськістю та комунікації можуть допомагати в організації кампаній, розробці стратегії роботи з засобів масової інформації та матеріали для них, або у проведенні різних заходів;
- студенти дизайнерських курсів можуть готувати дизайнерські матеріали для кампаній AI.
- студенти можуть бути в курсі дискусій щодо військової служби та свідомої відмови від її несення: це можна використати в роботі у випадках, пов'язаних з ув'язненням осіб, що відмовилися від служби, в інших країнах або жорстокого поводження з молодими людьми, що перебувають на військовій службі.

В Онтаріо, Канада, Федерація вчителів профінансувала обліковий запис в мережі інтернет, включаючи певну кількість безкоштовних годин для всіх шкіл. Вони прийняли пропозицію, щоб школи отримували інформацію про термінові дії за допомогою електронної пошти.

Голландська секція зробила значний вплив на роботу Всесвітніх зборів скаутів, що проводили у Нідерландах у 1995 р., в яких брали участь більш ніж 30,000 молодих людей. Однією з головних тем були права людини, зокрема значну увагу було приділено темі смертного вироку. Голландська секція разом з молодими координаторами з інших секцій підготувала для зборів наочні матеріали. Їх метою було залучити якомога більше скаутів та відвідувачів до роботи AI після їх повернення до своїх власних країн.

Скаутський рух заради успіху

Заклик до Європи

Міжнародний Секретаріат у жовтні 1995 р., під час проведення Радою Європи кампанії проти расової дискримінації, ксенофобії, антисемітизму та нетерпимості, ініціював акцію, котра заклала молодих учасників AI у європейських країнах встановити контакти з національними комітетами з проведення кампанії Ради Європи в їх країнах і запропонувати розглянути звіт AI щодо Румунії. В той час як сфера дії кампанії Ради Європи не виходила за межі повноважень AI, мало місце деяке їх перекриття, що створювало можливості для кампанії.

Підраховано, що студентські групи AI в США тільки протягом 1995 р. написали понад 480,000 листів.

Робота в межах системи освіти

З'ясуйте загальні правила та норми шкільної системи, що стосуються формування та роботи молодіжних груп. Чи є обмеження щодо збору коштів у школах? Чи вимагає більшість шкіл, щоб пошта для шкільного клубу надходила до вчителя (незалежно від його ролі в групі)? Давайте поради щодо того, як молоді учасники можуть справитися з такими ситуаціями та бути успішними активістами.

■ Пристосування до розкладу навчання

Пристосуйте ваш календар проведення кампаній так, щоб вписатися до освітнього року у вашій країні. Якщо головні міжнародні кампанії припадають на період, незручний для молодіжних акцій, наприклад, якщо кампанія захоплює найбільші канікули у школі чи коледжі, потрібно так продумати ідеї організації акції, щоб це зусилля дістало підтримку або новий поштовх після канікул.

Заохочуйте молодіжні групи залишатися активними протягом основного канікулярного періоду за допомогою розсилки пошти до цих груп на початку канікул, яка містить поради саме на цей період. Якщо групи розпускаються на період канікул, окремих їх учасників груп можна заохочувати до участі в акціях. Наприкінці канікулярного періоду, цим учасникам можна

надіслати спеціальний лист, який наполегливо заохочуватиме їх до офіційного особистого членства в AI.

■ Підтримуйте таланти молодих людей

Готовність молодих людей до діяльності, сповненої багатої творчої уяви та до швидкого реагування на дії, що вимагають негайної відповіді, дає величезні переваги деяким місцевим групам, які працюють за різними графіками і не завжди можуть бути готовими до негайної масштабної акції. Варто продумати, як можна залучити студентські та молодіжні групи до планів секції щодо можливого кризового реагування.

За абсолютною кількістю звернень та широкую публічність молодіжні групи часто бувають неперевершеними. Проте варто проаналізувати, які кампанії могли б дати більшу перевагу, завдяки особливим талантам молоді і студентів, а які – через створення інших груп у суспільстві.

Вирішіть, які проблеми можуть найбільше стосуватися молодих людей. Поговоріть з іншими, хто працює з молоддю та вирішіть, які саме ключові проблеми є спонукальними у вашій ситуації. Наприклад, чи важливо виявляти випадки порушень прав людини щодо молоді/дітей/студентів, над якими слід працювати молодіжним активістам?

Підтримка молодих учасників

Молодь і студенти – чільна частина учасників багатьох секцій AI. В деяких секціях вони об'єднуються в окремі молодіжні та студентські групи. Існує багато питань, з яких слід звертатись і які пов'язані з обслуговуванням цих учасників і необхідністю продовжувати підтримку.

По-перше, ви повинні з'ясувати, чи є у вас ресурси для підтримки молодих членів. По-друге, вам слід продумати, як ви гарантуватимете збереження зацікавленості деяких з них в AI у майбутньому. Не варто мати ілюзії, що сьогоднішні молоді учасники залишатимуться членами AI і у дорослому віці. Ми повинні зрозуміти, що молодість – це час пошуків, і не припускати, що сьогоднішні молоді учасники обов'язково будуть майбутніми членами AI. Проте позитивний досвід співпраці з AI у юності може сприяти залученню у майбутньому.

Якщо молоді учасники втрачають інтерес до проблем прав людини, то набуті навички не поглиблюються і значуще та потенційне впливове членство втрачається.



Підказки

- ❏ Спробуйте докласти спільних зусиль, щоб посилити молодіжне лідерство, залучаючи молодь до підтримки молодіжного руху. Якщо молоді учасники виключаються з процесу ухвалення рішень, то секції ризикують віддалити і втрати їх. Обговорюйте з молодіжними і студентськими лідерами в межах AI та поза ними питання про роботу з молоддю.
- ❏ Шукайте можливості підтримувати активність молоді в цілому, а не тільки окремі молодіжні та студентські групи. Знаходьте способи, як допомогти різностороннім молодіжним клубам (такими як, молодіжні групи, пов'язані з релігією) залучатися до активної діяльності на користь прав людини. Багато навичок можна передавати через вирішення проблем. Допомога молоді як активістам, робить AI надійним вибором молодих активістів і може заохотити людей і надалі співпрацювати з AI у дорослому віці.

Добийтеся постійності у контактуванні між молодіжними/студентськими групами AI та секцією. Часто припускають, що молодіжні групи - не найкращі структури, що могли б братися за вивчення судових позовів як за довгострокову роботу. Проте їх не слід усувати від цих справ, якщо вони проявляють обов'язковість і послідовність. Як ви можете допомогти їм виявити ці риси?

Залучайте до молодіжних груп вчителів. У канадській секції (франкомовній) кожна шкільна група має організатора – вчителя, який координує її роботу і підтримує зв'язок із головним офісом секції.

Розділяйте судові позови між декількома групами в одному регіоні. Було припущено, що якщо на рівні групи відсутня постійність, то необхідно створити структуру, яка б гарантувала стабільність і компетентність, потрібні для ефективної роботи з судовими справами. Така структура могла б прийняти форму координуючого органу, який можливо складався б з підготовлених молодих дослідників, співробітника секції та інших зацікавлених добровольців. Потім ці люди могли б бути контактними особами для молодіжних груп та компетентних осіб у Міжнародному Секретаріаті. Вони були б ключовим ресурсом для допомоги групам, які приймають участь у розвитку стратегій для їх судових справ. Така модель означала б, що потреби у прямому зв'язку між Міжнародним Секретаріатом і та окремими молодіжними/студентськими групами. Звіти про акції направлялися б безпосередньо координуючому органу.

Заохочуйте та підтримуйте спільні заходи місцевих і молодіжних груп, таку як збір пожертвувань, інформування населення, демонстрації та робота з іншими структурами.

Продумайте можливість організації регіональних зборів молодіжних і студентських груп для створення мережі і зосередження уваги на навичках активістів навичок та поглиблення знань щодо прав людини. Такі збори можуть бути дуже спонукальними.

Допоможіть покращити імідж молодіжних груп у межах місцевих груп (і навпаки): покажіть місцевим групам, чим займаються учасники молодіжних груп; повідомляйте про їх успішну роботу в інформаційному бюлетні секції.

Навчіть місцеві групи ефективно працювати з новими учасниками. Молоді

учасники, що приєднуються до місцевої групи після виходу з шкільної групи чи групи у коледжі, можуть відчути надмірну опіку, а свій досвід та енергію невизнаними і невикористаними.

Переконайтеся в тому, що в учасників, які є студентами-випускниками існує послідовність, коли вони вступають у світ оплачуваної праці. Наприклад, давайте їм детальну інформацію про місцеву групу та і надалі шліть розсилку на їх домашню адресу. AI США розміщує оголошення у своєму підсумковому виданні інформаційного бюлетню під назвою "Не випускайтеся з Міжнародної Амністії".



Список для перевірки

Про виконання яких заходів можна звертатися до молоді і студентів

- ✓ Допомогти посилити поінформованість суспільства.
- ✓ Брати участь у масовому написанні листів, демонстраціях, вуличних виставах, лобюванні, петиціях, публічних зустрічах, пікетуваннях, символічних заходах і т.д..
- ✓ Допомогати у налагоджуванні зв'язків з молоддю у країнах, які є об'єктами уваги.
- ✓ Працювати з молодіжними та студентськими організаціями у таких країнах.
- ✓ Брати участь у заходах кризового реагування.
- ✓ Об'єднуватися з групами в інших країнах.
- ✓ Сприяти і безпосередньо проводити освіту з прав людини.
- ✓ Організовувати обіди з участю представників різних держав, обслуговуючи стравами з країн, з якими співробітничать групи.
- ✓ Організовувати творчі змагання на тему прав людини, з виступами, які демонструються у громадських місцях.
- ✓ Організовувати концерти або танцювальні вечори з метою збору коштів, навчання та розваг!

Браслети дружби

Для того, щоб виставити на передній план питання про порушення прав безпритульних дітей та закликати до збору коштів, секція організувала петицію, котрі надіслали в школи з двома браслетами дружби, зробленими безпритульними дітьми у Гватемалі. Потім студенти зробили додатково багато браслетів та продали їх, тим самим використовуючи можливість для поширення інформації, акцій та збору коштів.

Студенти коледжу дизайну звернулися до секції AI з пропозицією безкоштовно розробити соціальну рекламу, оскільки розробка реклами була складовою частиною їх освітнього курсу.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ РЕЛІГІЙНІ ГРУПИ



Ян Мартін, колишній генеральний секретар АІ, з генеральним секретарем Всесвітньої ради церков Еміліо Кастро, квітень 1991 р.

© АІ



Багато прихильників різних релігійних конфесій вважають, що їх вірування особливо спонукають їх на боротьбу за права людини. АІ може практичними діями висловити свою підтримку захисту прав людини. Цей розділ розглядає такі питання.

Зміст

- Чому релігійні групи важливі для АІ? / 208
- Чому релігійні групи можуть сприяти роботі АІ? / 209
- Розробка стратегії залучення громадськості / 209
- До кого ви можете звертатися? / 210
- Розуміння різних релігійних конфесій / 210
- Забезпечення неупередженості АІ / 210
- Структури, що здійснюють залучення громадськості / 211
- Список для перевірки: про виконання яких заходів можна звертатись до релігійних об'єднань / 211

Чому релігійні групи важливі для АІ

З дня заснування АІ багато людей, груп та об'єднань, що сповідують усі головні релігії світу, беруть широкую участь у роботі АІ. Багато з жертв, від чиїх імен АІ проводила свої кампанії, було ув'язнені за мирне проповідання своїх релігійних вчень, і представники релігійних об'єднань в інших країнах брали активну участь у кампаніях, пов'язаних з цими та іншими справами. У багатьох країнах релігійні погляди є найважливішою цінністю для найширших мас суспільства. Релігії часто відіграють головну роль у пропаганді терпимості чи нетерпимості що, своєю чергою, впливає на права, щодо яких АІ проводить свої кампанії. Люди, які займають керівні позиції в релігійних об'єднаннях, можуть:

- впливати на погляди та конкретні дії прихильників релігій;
- представляти ці погляди;
- допомагати широко формувати громадську думку;
- впливати на тих, хто володіє світською владою.

Це було висунуто на перший план на Всесвітніх Конференціях ООН у 1994 та 1995 р. відповідно в Каїрі (з населення) та Пекіні (з жіночих питань), де офіційні представники римо-католицької церкви та ісламських організацій мають великий вплив на деякі урядові кола щодо питань, пов'язаних з АІ.

Робота з різними релігійними конфесіями та їх організаціями важлива з багатьох інших причин.

- Багато релігійних конфесій світу створили міжнародні мережі, котрі забезпечують канали для контакту і діалогу між представниками різних громад. Люди подорожують і працюють в різних місцях, проводять конференції та збори. Це об'єднує людей і забезпечує можливості для роботи з захисту прав людини. У деяких випадках сюди може входити надання АІ інформації щодо порушення прав людини.
- Релігійні організації часто створюють засоби комунікації, включаючи журнали, інформаційні бюлетні, радіо- і телеканали. Вони забезпечують можливість поширення звернень АІ та переконування людей діяти на захист прав людини і приєднуватись до АІ. Приклади, які б ви могли використовувати:
 - епархіальні інформаційні бюлетні у християнських церквах, які доходять до широкого кола людей; про-



Під час роботи з релігійними організаціями необхідно вміти уловлювати настрої. У деяких випадках виникають суперечки між членами АІ, в інших ця робота це може бути просто непрактичною і навіть небезпечною.

зондуйте можливість опублікування передових статей про АІ у таких виданнях;

- якщо на вашій місцевій радіостанції є кореспондент з питань релігій, дізнайтеся чи могли б ви включити повідомлення про кампанію, що провела АІ.
- Багато релігійних конфесій у різних країнах відіграють ключову роль в освітній роботі, що може або не може включати як складову частину й вивчення питань, пов'язаних з правами людини. Така освіта має великий потенціал заохочення терпимості і цінностей прав людини. Таким чином, релігія відіграє важливу роль у запобіганні порушенням цих прав. Релігійні школи беруть значну практичну участь у діяльності деяких секцій АІ.

АІ – це світська організація. Це є образливим для багатьох релігійних вірувань. Закони і практика порушень прав людини іноді виправдовувались за допомогою звернень до різних релігійних текстів і деякими релігійними лідерами та їх послідовниками. У проведенні кампаній проти таких дій, важливо, щоб АІ ніколи не розглядали як прихильника або противника будь-якої релігії. Найкраще виступати проти порушень, які є результатом релігійних законів, посиляючись на універсальні цінності, що затверджені Всесвітньою Декларацією прав людини.



Пагода «Нейн» у М'янмі, на передньому плані буддистські монахи. Пагоди часто були збірними місцями демонстрантів під час протестів проти однопартійного правління у 1988 році.

Зустріч із кардиналом

Під час кампанії AI 1994 р. в Колумбії австралійська секція отримала інформацію, що римокатолицька делегація незабаром візьме участь у міжнародних зборах у Ватикані, де буде присутній кардинал з Колумбії. Стратегія визначила римокатолицьку церкву, як таку, що відіграє важливу роль у підтримці легітимності активного руху за права людини. Після звернення AI ці питання були підняті безпосередньо австралійською делегацією разом з колумбійським кардиналом.

Чому релігійні групи можуть сприяти роботі AI

Віра у святість людського життя відображена в багатьох релігійних традиціях. Питання справедливості і миру також є основними у деяких традиціях. Багато релігійних конфесій мають організації, які беруть участь у масованих акціях за громадянські, політичні, економічні та соці-

альні права в межах.

Деякі релігійні конфесії мають практичні, соціальні проекти. Тому вони схвалюють участь і роботу з AI від імені людей усіх віросповідань, які є жертвами обмежень прав людини.

Розробка стратегії залучення громадськості

Перелічені нижче питання, не до всіх з яких обов'язково потрібно звертатися, можуть допомогти вам у визначенні стратегії залучення громадськості:

7 ЗАПИТАННЯ

- 7 Які важливі релігійні організації існують у вашому суспільстві?
- 7 Якими є відносини між цими релігійними організаціями чи їхніми лідерами та урядом або державою?
- 7 Якою є роль релігійних організацій або їх керівників у формуванні громадської думки чи поглядів або позицій певних верств суспільства?
- 7 Які релігійні ЗМІ існують у вашому суспільстві?
- 7 Які міжнародні зв'язки налагодили ці релігійні організації/лідери?
- 7 Яку участь релігія бере в системі освіти?
Чи припускає стратегія кампанії/країни або інша інформація, що певні релігійні організації або їх керівники у країні, котра є предметом уваги, зможуть впливати на ситуацію з правами людини, що представляє інтерес для AI?
- 7 Чи існують зв'язки між релігійними об'єднаннями або їх керівниками у вашій країні і такими ж у країні, що є предметом уваги?

Чи припускає стратегія кампанії/країни, що дії певних релігійних лідерів або організацій у вашій країні

можуть мати певну увагу для уряду у країні, що є об'єктом уваги?

- 7 Чи залучають неурядові релігійні організації у вашій країні людей, котрі працюють у країні, що є предметом уваги, або мають певні інтереси у такій країні (наприклад, європейські римокатолицькі організації, що працюють в Індонезії/ у Східному Тиморі)? Якщо це так, то чи могли б ви організувати обмін інформацією або спільні збори з ними? Яким потенціалом вони володіють для того, щоб діяти в інтересах AI?

Чи є бажання серед релігійних груп у вашій країні проводити кампанії від імені їх прихильників та інших осіб у країні, що є об'єктом уваги? Чи відомі вам будь-які візити, заплановані релігійними лідерами, які могли б бути корисними для кампанії?

- 7 Чи є служителі культури жертвами репресій у країні, обраній для кампанії? Якщо це так, чи може це надати можливість проводити роботу з учасниками цих релігійних об'єднань в інших країнах для того, щоб покращити імідж AI?

- 7 Чи надали б звернення від релігійних організацій кампанії у вашій країні більш розмаїтого іміджу та чи допомогли б вони переконати обрану країну, що інтереси AI не базуються на будь-яких окремих культурних чи релігійних поглядах?

Чи є у вас інформація про головну зустріч релігійних організацій, що має відбутися під час кампанії AI, та на якій можна було б ініціювати дискусію або оприлюднити заяву з питань прав людини?

День свічок

В Австралії участь багатьох римокатолицьких шкіл була головним фактором успіху найголовнішої щорічної акції AI зі збору коштів - "Дня свічок". Щороку тисячі школярів виходять на вулиці для того, щоб продавати значки AI, здобуваючи тисячі доларів для діяльності на захист прав людини.

Вчителі часто допомагають AI в її роботі. Місцеві групи AI присилають промовців. Деякі римокатолицькі релігійні ордени розміщують оголошення для того, щоб знайти добровольців для допомоги в офісах AI.

- Декларація ООН про усунення всіх форм нетерпимості і дискримінації на ґрунті релігії чи віросповідання проголошена резолюцією 36/55 від 25 листопада 1981 р. Генеральної Асамблеї
- Європейська конвенція із захисту прав людини та фундаментальних свобод, стаття 9.
- Міжнародна конвенція з громадянських та політичних прав, стаття 18.
- Загальна декларація прав людини, стаття 18.

Міжнародні стандарти щодо свободи віросповідання

До кого ви можете звертатися

Залежно від характеру кампанії/акції ви можете спробувати залучити деякого або ж всіх, кого згадуємо нижче, в роботі з релігійними організаціями:

- посадових осіб, лідерів та учасників або прихильників різних релігійних течій на національному та місцевому рівні;
- національні та місцеві церкви, синагоги, храми, мечеті, гурудуари та інші

культові центри;

- національні та місцеві видання, що висвітлюють різних релігійні вірування;
- академічні установи, окремих студентів і спеціалістів з теології;
- групи або окремих прихильників правозахисного руху, що представляють різні релігійні віросповідання; національні релігійні організації.

Розуміння різних релігійних конфесій

- Переконайтеся, що ви здобули достатню інформацію щодо структури та головних догматів релігійної установи, до якої ви плануєте звернутись,
- та що ви володієте певною інформацією про її позицію щодо прав людини, питань миру та законності.
- Переконайтеся, що інформація, яку ви подаєте, є збалансованою.

ні кампаній проти порушень прав людини взагалі, а не тільки щодо якоїсь однієї частини населення. Тому варто, щоб під час вашої першої зустрічі ви представили широкий огляд роботи АІ з представниками всіх вірувань - чи жодного.

- Знайдіть відомості про головні свята даного віросповідання і будьте передбачливими, якщо закликатимете людей до акцій у ці дати.

Наприклад, якщо ви вперше звертаєтесь до сикхської релігійної громади, підшукайте приклади, коли сикхи ставали жертвами порушень прав людини. Але однією з цілей роботи з релігійними організаціями є їхнє залучення до участі у проведенні

Забезпечення неупередженості АІ

Подані нижче питання можуть допомогти вам уникнути невірної відтворення позиції АІ.*

7 ПИТАННЯ ТА ВІДПОВІДІ

- 7 Чи пов'язана АІ з будь-якою релігійною течією?

Ні. Члени АІ сповідують багато різних вірувань. Рух не має конкретної позиції щодо будь-якої релігії та не звертається до уряду щодо питань пропаганди будь-якої релігійної традиції.



Люди, що ведуть активну діяльність у релігійних громадах, можуть бути зацікавлені питаннями прав людини, але вже мати забагато зобов'язань для того, щоб активно включатись в діяльність АІ. Вмійте це відчувати. Не просіть дуже багато під час першого контакту. Розмова під час офіційної зустрічі або конфесійного заходу може бути найбільш практичним способом налагодження контакту з представниками певної релігійної течії.



Релігійні групи та конгрегації можуть мати зв'язки з іншими секторами роботи з населенням. Відповідно, Римо-Католицька церква закликає до збереження робочої сили під час страйку на складах у Гватемалі, 1984 р.

**Канадська секція (англомовна) розробила низку дуже корисних вказівок «Директиви з релігійної активності та залучення громадськості AICS», з яких взято цю низку питань.*



Переконайтеся, що люди в групі, до якої ви звертаєтесь, мають власний досвід боротьби з порушенням прав людини такого ґатунку, який ви описуєте. Наприклад, в Ірані та Іраку громаду Бахай жорстоко переслідували за їх віру. Це може означати, що вони особливим чином відкриті для кампанії AI. Це також може означати, що вони не хочуть брати участь в її діяльності з міркувань безпеки та з особистих причин.

❑ Чи впливають принципи прав людини в межах компетенції AI з певних релігійних традицій?

Ні. Всесвітня декларація прав людини, на якій базується діяльність AI, була ратифікована урядами всіх політичних ідеологій та релігійними організаціями. Всесвітня декларація прав людини відбиває цінності, що шануються багатьма різними релігійними течіями, традиціями та культурами.

❑ Яким чином деякі уряди пов'язують порушення прав людини з релігійними вченнями?

Деякі уряди виправдовують порушення прав людини, наприклад, застосування смертної кари, використовуючи певні інтерпретації релігійних вчень. Однак усі головні релігійні течії містять певні вчення, які дехто вважає підставою для свого опору порушенням прав людини, зокрема смертної кари. Це означає, що особа, яка сповідує будь-яку релігію, може стати членом AI на підставі цього релігійного вчення. Оскільки AI не наводить у своїх зверненнях аргументів, які базуються на релігійних настановах, вислови з таких вчень не цитуються.

❑ Чи буде сприятливим для групи використовувати молитви або інші форми релігійних висловлень почуттів під час зустрічей?

Ні. Необхідно дотримуватися принципу об'єднання всіх людей, що підтримують AI. Саме тому молитви під час зустрічі були б недоцільними. Члени AI, котрі зацікавлені у релігійному висловленні по-

чуттів, можуть робити це поза офіційним контекстом зустрічі.

❑ Під час зустрічей AI, в яких беруть участь гості, що є членами релігійних організацій, як ми можемо дозволити висловлювати релігійні почуття таким особам?

Ефективна спільна праця представників різних культур вимагає поважливого ставлення та, деякою мірою, розуміння цих культур. Співорганізатори зустрічі з AI повинні розуміти, що AI не є політичною чи релігійною організацією. Однак гості повинні відчувати деяку свободу для висловлення свого погляду таким способом, який відповідає їх інтерпретації власних традицій. Водночас необхідно чітко визначити, що будь-який прояв релігійних почуттів належить запрошеним гостям, а не AI.

❑ Чи може AI надсилати ораторів на релігійні служби?

Так, за умов дотримання принципів незалежності та неупередженості AI, а також чіткого визначення під час представлення того факту, що AI не є релігійною організацією.

❑ Чи можна використовувати релігійні аргументи в листуванні AI?

Ні. Аргументи, що використовуються в листах від імені AI, повинні ґрунтуватися на міжнародних угодах з прав людини та національних конституціях. Нерозумно викривляти картину використанням релігійних цитат.

Структури, що здійснюють залучення громадськості

Існують різні структури, сформовані в різних секціях, що працюють з релігійними структурами. Головною метою створення такої структури, що залучає громадськість, повинен бути не лише розгляд лише випадків порушень прав людини зі спільною ідентичністю. Якщо таке трапиться, то структура може закінчити як мережа, що вишукує випадки у вузькій площині та ігнорує інші справи.



Список для перевірки

Про виконання яких заходів можна звертатись до релігійних організацій

❑ Вводити у свою повсякденну діяльність особливі акції, такі, як релігійні обряди, можливо, запрошуючи членів AI для виступів на цих службах.

❑ Висвітлити ці питання/випадки в національних або місцевих виданнях цих громад із закликом до акцій підтримки.

❑ Оприлюдніть заяву або надішліть відкритого або приватного листа до уряду, що є предметом уваги, або іншим структурам в країні, що є предметом уваги, із звинуваченням у порушеннях прав людини та закликом до негайного вживання конкретних заходів.

❑ Стимулюйте інших на проведення протестних акцій.

❑ Встановлюйте зв'язки з представниками ідентичної релігійної течії в обраній країні та підтримуйте діючі в ній громади, що виступають за права людини.

❑ Збирайте кошти для проведення роботи щодо прав людини, робіть пожертвування на користь AI.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ СФЕРА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я



Ірландська секція влаштувала демонстрацію проти смертної кари під час відвідання Ірландії президентом США Біллом Клінтоном. У проведенні кампанії проти смертної кари та інших форм жорстокого, нелюдського чи принизливого поводження або покарання беруть участь багато професіоналів сфери охорони здоров'я.

© AI

Професіонали сфери охорони здоров'я часто проявляють інтерес до питань прав людини, а багато порушень цих людей мають безпосереднє відношення до медичної етики і практики. Цей розділ розглядає такі питання:

Зміст

- Чому сфера охорони здоров'я важлива для AI? / 213
- Чому професіонали сфери охорони здоров'я можуть бути зацікавлені в роботі AI? / 213
- Структури, що залучають громадськість / 213
- Створення мережі організацій професіоналів сфери охорони здоров'я / 214
- Підтримка, що надається мережевим групам / 214
- Список для перевірки: про виконання яких дій ви бажаєте звертатись до професіоналів сфери охорони здоров'я / 216

Чому сфера охорони здоров'я важлива для AI

Існує багато причин, через які робота з професіоналами сфери охорони здоров'я є важливою для кампаній AI. Багато порушень прав людини, боротьба з якими в компетенції AI, пов'язані з охороною здоров'я. Часто спостерігається збіг чи подібність медичної етики зі стандартами

з прав людини. Працівники сфери охорони здоров'я зазвичай є впливовими особами в суспільстві – як у своїй країні, так і в таких, що є предметом уваги. У більшості країн вони мають національні асоціації, що їх репрезентують і зазвичай є частиною міжнародних медичних асоціацій.

Чому професіонали сфери охорони здоров'я можуть бути зацікавлені в роботі AI

До причин, з яких робота з фахівцями сфери охорони здоров'я може бути корисною для проведення кампаній AI, належать такі:

- Професіонали сфери охорони здоров'я, зокрема лікарі, в деяких країнах беруть участь у виконанні смертної кари. В інших вони виконують функції нагляду за виконанням карних каліцтв та тілесних покарань. У деяких країнах лікарів змушують засвідчувати можливість застосування катувань і навіть саме їх застосування.
- В'язнів часто тримають у жорстоких нелюдських або принизливих умовах без належного доступу до медичного догляду. Вони також стають жертвами

різних порушень медичної етики, таких, як відсутність конфіденційності, ігнорування потреби в оголошенні згоди та відсутність поваги до особистої автономії.

- Працівники сфери охорони здоров'я також не мають імунітету проти порушень прав людини. Як провідні особи у своєму суспільстві часто з політичними поглядами, які вони виражають мирно, вони нерідко стають жертвами зловживань. У конфліктних ситуаціях медичний нейтралітет часто порушується. Фахівці сфери охорони здоров'я, що виконують свої гуманітарні обов'язки без упередженості, стають мішенню однієї чи обох сторін – учасниць конфлікту.

Структури, що залучають громадськість

Пакистанська секція починала як група лікарів, перш ніж розширюватися і залучати у свої ряди широкі кола суспільства.

Найбільш поширеною моделлю роботи секцій AI з медичними колами є створення групи професіоналів охорони здоров'я. Такі групи включають лікарів, стоматологів, медичних сестер, фізіотерапевтів, психологів, студентів медичних факультетів, та інших, хто співпрацює в межах компетенції AI з метою протистояння порушенням прав людини. Наразі мережа професіоналів сфери охорони здоров'я AI має свої групи в більш, ніж 30 країнах.

Перевагами таких груп є:

- професіонали сфери охорони здоров'я мають особливе розуміння порушень прав людини з огляду на охорону здоров'я; багато з них бажають приєднатися до групи, що працює у сфері охорони прав людини з погляду на перспективи охорони здоров'я.
- у своєму професійному оточенні працівники охорони здоров'я, що опікуються питаннями прав людини, можуть почуватися ізольовано та невпевнено щодо того, яким чином треба діяти для втілення відповідних принципів; група, задіяна в мережі, забезпечує зв'язок з іншими зацікавленими колегами, що вже працюють у сфері захисту прав людини.
- голоси професіоналів сфери охорони здоров'я набувають особливої довіри, коли йдеться про медичний аспект у

боротьбі за права людини; AI потребує такої довіри для проведення кампаній проти порушень цих прав.

- професіонали сфери охорони здоров'я поширюють знання серед учасників руху AI; контакти, налагоджені мережевою групою можуть, наприклад, допомогти у лікуванні звільненого з в'язниці, до якого застосовували тортури.
- члени мережевих груп AI мають унікальні можливості для ведення просвітницької роботи з прав людини серед професіоналів сфери охорони здоров'я.
- Існує ще декілька причин, з яких професіонали сфери охорони здоров'я бажають увійти до складу мережевих груп:
 - підтримка та інформація, що надаються AI, дає їм можливість зосередити свої зусилля там, де вони найбільш потрібні, з метою оптимізації впливу часу, який вони присвячують захисту прав людини.
 - мережеві групи налагоджують зв'язки з колегами, поділяють погляди на права людини, і дають можливість фахівцям сфери охорони здоров'я висловлюватися колективно, коли поодинокі голоси можуть бути не почуті.

Створення мережі організацій професіоналів сфери охорони здоров'я

Визначте інших професіоналів сфери охорони здоров'я, сповнених ентузіазму та зацікавлених у роботі в мережевій групі. Проявляючи активність, група ймовірно вважатиме, що легше встановити контакт з іншими професіоналами сфери охорони здоров'я, що бажають працювати як захисники прав людини.

Виберіть координатора-учасника, що підготовлений до роботи, як головний організатор групи та виконуватиме обов'язки секретаря. Координатор буде контактною особою з секцією AI та медичним відділом у міжнародному секретаріаті. Інформація, що буде надходити з медичного відділу до координатора, буде формувати основу діяльності групи.

План роботи відсутній. Деякі групи дуже великі і створені на національному рівні. Інші місцеві, де всі члени групи знають один одного. У декількох країнах є місцеві філіали, що входять до національної мережі.

Деякі групи зустрічаються регулярно, десь раз на місяць чи на рік, інші зовсім не зустрічаються, спілкуючись за допомо-

гою листування, телефону, факсу та електронною поштою.

Питання про внутрішню організаційну роботу кожної групи вирішуються її учасниками разом із секцією AI. Може бути один координатор або керівний орган. Функції у групі розподіляються різним чином. Ці організаційні моменти залежатимуть від місцевої реальності, з якими стикаються секції і група.

Мережева група може початково складатися з трьох осіб, які можуть зустрічатися особисто, і четвертого учасника, що може перебувати за 200 кілометрів від них, і з яким може бути контакт через листування або за допомогою телефону. За п'ять років група вже може складатися з трьох підгруп з центральним організаційним комітетом, який обирають щороку. Мережеві групи змінюються, в міру свого зростання, змінюються й умови.

Різні умови вимагають різних стилів роботи. Що є дійсно важливим для кожної групи – це домогтися найкращими методами ефективної роботи над кожною справою, пов'язаною з її діяльністю.

У травні 1995 року представники мережі професіоналів сфери охорони здоров'я в межах AI провели зустріч у Лондоні, щоб обговорити роль лікарів, медсестер та інших працівників сфери у діяльності AI щодо захисту прав людини. В зустрічі взяли участь представники 21 країни.

Підтримка, що надається мережевими групами

■ Медичний відділ.

Медичний відділ в Міжнародному Секретаріаті забезпечує інформацією та підтримкою мережеві групи професіоналів сфери охорони здоров'я AI по всьому світу.

■ Медичні акції.

Швидкий доступ до надійної інформації – це джерело життєвої сили для успішної роботи в захисті прав людини. Медичний відділ забезпечує постійний потік інформації щодо порушень прав людини, пов'язаних із здоров'ям, у формі медичних акцій, що надсилають координаторам мережевими групами AI по всьому світу. Потім ця інформація передається окремим членам груп. Медичні дії піднімають тривогу щодо певних випадків відмови в'язням у медичній допомозі, щодо професіоналів сфери охорони здоров'я, що постраждали від порушень прав людини, а також щодо більш широкого спектру питань медичної етики в контексті прав людини. Вони надають детальну інформацію та пропонують стратегії кампанії, що мають використовувати мережеві групи, включаючи письмові звернення, що були сплановані, щоб максимілізувати вплив акцій протесту з боку AI. Медичні акції забезпечують основу для більшості дій

на захист прав людини, котрі виконують мережеві структури.

■ Кампанії.

Мережеві групи сприяють кампанії AI у країні в цілому, висуваючи на передній план боротьби з порушенням прав людини проблеми, пов'язані з охороною здоров'я в країні. Вони можуть також проводити внутрішню роботу з залученням громадськості з іншими представниками медичної сфери, якщо до цього закликають національні стратегії.

■ Інформаційний бюлетень.

Медичний відділ видає інформаційні бюлетні, що надсилають усім групам та іншим зацікавленим фахівцям та установам сфери охорони здоров'я. Інформаційний бюлетень містить інформацію про діяльність мережі охорони здоров'я в межах AI, а також статті щодо захисту прав людини в загальних та медичних ЗМІ. Він вміщує також оголошення про очікувані мітинги та публікації, що стосуються відповідних питань.

■ Інші публікації.

Інші публікації видаються медичним відділом як реакція на потреби щодо захисту



Підказка

Якщо медичні теми є найбільш важливими, запросіть провідного професіонала охорони здоров'я зробити AI звіт на прес-конференції або бути членом комісії.

прав людини, пов'язаних зі сферою охорони здоров'я. Останні публікації включають бібліографію видань, присвячених захисту прав людини, міжнародний огляд реабілітаційних центрів для жертв порушень цих прав людини, та збірник чільних міжнародних кодексів етики і декларацій, що стосуються професіоналів сфери охорони здоров'я.

■ Загальна підтримка мережі.

Медичний відділ надає консультації мережевим групам з інших питань, що можуть виникнути, наприклад планування зустрічей з проблем захисту прав людей для фахівців сфери охорони здоров'я.

Якщо вся мережа бере участь у кампанії з прав людини, пов'язаній з охороною здоров'я, медичний відділ забезпечує підтримку у формі планування, надання інформаційних джерел і координування.

■ Секції AI.

Мережеві групи узгоджують свою роботу з секцією AI в їх країні. Секція забезпечує те, що діяльність групи узгоджується з іншими аспектами роботи AI, допомагає мережевим групам максимізувати їх вплив, а також пропонує практичні поради і забезпечує повний спектр доповідей і політичних документів, розроблених Міжнародним Секретаріатом. Окрім цьо-



«Права людей та медичні професії». Розроблено Міжнародним Секретаріатом для мережі сфери охорони здоров'я.

Amnesty International

No. 2, March-June 1997

HUMAN RIGHTS AND THE HEALTH PROFESSIONS



Bimonthly review for the AI Health Professionals Network

This is a double issue...

♦ Network News	
• Abstracts of AI medical actions:	1-2
Israel/OT; Electro-shock Torture; Indonesia; Cuba	
• Abstracts of other recent AI documents	3-7
♦ Articles of Interest from Other Publications:	
Articles from <i>Health and Human Rights</i> , Quarterly Journal	8
♦ News and Commentary in the Medical Press	9-16
♦ News and Commentary in the General Press	17-19
♦ Alternative Medical Report from Turkey	20-23
♦ Recent Publications of Interest & Forthcoming meetings	24-25
♦ South African Truth & Reconciliation Commission: Hearings into the health sector, June 1997	26-29

This newsletter contains material from sources other than Amnesty International which has been included for information purposes. AI has not necessarily undertaken independent verification of the contents of each article. Full attribution of the article by author and publication is given within the newsletter.

International Secretariat #1 Easton Street #London WC1X8DJ #UK

#+44 171 413.5500 #Fax: 44 171 956.1157 #

#Email: medical@amnesty.org Website address: <http://www.amnesty.org> #

го, вона може допомогати групам з устаткуванням для адміністративної роботи, таким, як приміщення для офісу, телефон, факс та копіювальне обладнання.

■ **Мережеві групи.**

Контакти з іншими мережевими групами професіоналів сфери охорони здоров'я АІ можуть бути цінним джерелом підтримки у плані консультацій та досвіду.



Список для перевірки

Про виконання яких дій можна звернутися до професіоналів сфери охорони здоров'я

✓ Надсилайте листи

Листи можуть бути політично нейтральними зверненнями до урядів, тюремних службовців, поліцейських та національних асоціацій, або до самих в'язнів про підтримку. Листи, надіслані медичними мережами, набувають додаткової ваги, коли суб'єктом звернення є колега-професіонал сфери охорони здоров'я, або людина, позбавлена медичної допомоги, або, коли автори протестують проти порушень прав людини, що також є порушеннями медичної етики. Медичні акції, надіслані медичним відділом у Міжнародному Секретаріаті, визначають нестандартні випадки та надають адреси для надсилання звернень, щоб досягти найбільшого ефекту. Значна частина ефекту буває від акцій, котрі проводять мережеві групи професіоналів сфери охорони здоров'я в межах АІ такими простими засобами:

✓ **Звернення до громадськості** – через медичні журнали, листування з лікарями, демонстрування постерів та листівок АІ у кімнатах очікування, тощо.

✓ **Звернення до національних асоціацій** – запропонуйте їм справи і питання, що заслуговують особливої уваги, з урядом вашої країни, іншими урядами та колегами-професіоналами в інших країнах;

✓ **Опублікуйте лист або статтю** – можливо, про справу, підняту в «медичних акціях» для публікацій у загальних та медичних засобах масової інформації;

✓ **Організуйте презентацію з питань медичної етики;**

темою таких презентацій має бути захист прав людини і їх можна було б проводити під час професійних зустрічей;

✓ **Проведіть огляд** - дослідіть інформацію з питань прав людини, таких як смертна кара, серед колег-професіоналів та використовуйте результати цього огляду для проведення кампанії, спрямованої на підвищення рівня освіти з прав людини.

✓ **Встановіть контакт з Міжнародним Секретаріатом** - якщо працівник сфери охорони здоров'я вирушає, як професіонал на зустріч або на роботу до іншої країни, де мають місце порушення прав людини, запропонуйте йому встановити контакт з Міжнародним Секретаріатом, щоб перевірити, чи може він чимось допомогти.

✓ **Організуйте петицію** - це можна зробити, якщо колега-спеціаліст перебуває під арештом або в разі загрози.

✓ **Приєднайтеся до делегації** - запропонуйте приєднатися до делегації АІ до посольства, якщо справа АІ стосується також медичних тем;

✓ **Передайте інформаційний бюлетень** – його можна було б поширити серед членів мережевої групи, в медичних бібліотеках та професійних установах;

✓ **Дослідіть можливості медичного догляду** – проведіть пошуки інформації про можливості медичного догляду за жертвами порушень прав людини у вашій країні.

✓ **Тренінги для колег-професіоналів** - порекомендуйте їм запропонувати свої послуги організаціям, що дбають про жертв порушень прав людини;

✓ **Спонукайте ваш уряд зробити внесок у Фонд добровільних внесків ООН для допомоги жертвам катувань.**

✓ **Проведіть моніторинг преси**

Виявіть важливі статті у пресі щодо захисту прав людини та надішліть копію до вашої секції чи Міжнародного Секретаріату.

✓ **Покази фільмів**

Організуйте демонстрацію фільму, головною темою якого є медичні аспекти захисту прав людини, наприклад, відео АІ «Лікарі та катування».

✓ **Волонтери**

запропонуйте добровільно свої фахові послуги, щоб допомогти емігрантським організаціям у роботі з жертвами порушень прав людини;

✓ Піднімайте питання щодо захисту прав людей у медичній сфері

Піднімайте такі теми на загальних зборах вашої національної асоціації та добивайтесь рішень на користь захисту прав людини.

✓ Організуйте правозахисну групу у вашій національній професійній асоціації.

✓ Підтримайте промовця щодо захисту прав людини на публічній зустрічі.

✓ Надавайте матеріали

Надавайте матеріали кампаній із захисту прав людини у сфері охорони здоров'я іншим мережевим структурам AI.

✓ Інформуйте Міжнародний Секретаріат

Повідомляйте медичному відділу Міжнародного Секретаріату, на які теми, на вашу думку, слід проводити кампанії.

✓ Збирайте інформацію

Послідовно збирайте інформацію та проводьте кампанії щодо захисту прав людини у сфері охорони здоров'я, наприклад, участь лікарів у тілесних покараннях.

✓ Збирайте кошти

Проведіть день збору коштів на вашому робочому місці.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ЗАХИСТ ПРАВ ЖІНОК



Доктор Хабіба Хасан закликає до звільнення Ма Тіди, в'язня сумління із М'янми, на Конференції ООН з проблем жінок у Пекіні, 1995 р.

© AI

Бажання AI підтримувати зв'язок з жіночим сектором викликано її непохитним переконанням у необхідності захисту прав як чоловіків, так і жінок, а також важливої ролі жінок у досягненні цієї мети. Робота з жінками набуває особливої ваги через зобов'язання AI піднімати профіль прав жінок у своїх дослідженнях, кампаніях, у проведенні освітньої та інформаційної роботи щодо прав людини. Ефективність AI у досягненні підтримки жінок в усій діяльності AI тісно пов'язана з тим, як AI може виконувати своє зобов'язання підтримувати боротьбу жінок проти порушень своїх прав за статевою ознакою та об'єднанні їх проблем з правами людини, в усі аспекти нашої роботи. Цей розділ розглядає такі питання.

Зміст

- Чому залучення жінок важливе для AI?/ 219
- Розробка стратегії роботи з жінками/ 220
- Залучення громадськості на практиці/ 220
- Список для перевірки. Про виконання яких дій можна звертатися до жіночих організацій?/ 223

Чому залучення жінок важливе для AI?

Жінки складають половину населення землі. Вони створили безмежну кількість організацій для пропаганди і захисту своїх прав, і становлять величезну силу в усьому світі, підтримки якої AI повинна добиватися, щоб досягти високої ефективності своєї діяльності.

1995 рік сигналізував початок нового десятиріччя ООН для жінок. Новим поворотним пунктом у житті та боротьбі жінок в усьому світі був став приїзд до Пекіну тисяч активістів на четверту світову конференцію ООН з питань захисту прав жінок.

1995 рік був також важливим у боротьбі AI за права жінок. Ми розпочали міжнародну тематичну кампанію за висвітлення питань захисту прав жінок у підготовці пекінської конференції. Це був великий успіх у багатьох аспектах, включаючи налагодження зв'язків між секціями AI та жіночими групами в їх країнах. Того ж року на Міжнародному Засіданні Ради (МЗР) AI взяла на себе відповідальність зробити права жінок пріоритетними у процесі підготовки організації до нового тисячоліття.

Робота AI з видатними жінками, жіночими групами та організаціями важлива з багатьох причин.

- Зв'язки з жіночими організаціями збільшують обізнаність та розуміння AI питань, що стосуються прав жінок.
- Багато національних жіночих організацій є частиною міжнародних мереж або філіалів міжнародних установ, що створює можливості для проведення міжнародних акцій, у тому числі діалогу.
- Вплив та ефективність неурядових жіночих організацій та видатних жінок у боротьбі за захист прав людини на міжнародній арені.
- Багато жіночих організацій та окремі особи мають можливість поширювати інформацію про AI та ініціювати відповідні акції, зокрема фінансову підтримку для AI.
- Багато жіночих організацій є життєво важливою та впливовою частиною місцевих об'єднань та національних спільнот.

■ AI повинна співпрацювати з жіночими організаціями, щоб вступати в неофіційні переговори з ними, щоб краще розуміти, як AI може стати більш ефективною у заохоченні та захисті прав жінок та чоловіків. AI могла б робити внесок на користь жіночих організацій в їх власній роботі на захист прав людини.

■ Робота з жіночим сектором не обмежується жіночими організаціями. Секціям слід визначити інші недержавні організації, які, хоч і не сфокусовані винятково на питанні прав жінок, але можуть мати безпосереднє відношення до цих питань або залучати у свої ряди значну кількість членів-жінок. Деякі з цих груп можуть мати жіноче відділення, жіночі філіали або комісії у своїх організаційних структурах. До цих організацій та їх учасниць можна звертатися, якщо це відповідає пріоритетам і критеріям вашої секції з залучення громадськості.

Слід визнати, що акції проти порушень прав жінок за статевою ознакою були у багатьох країнах ініційовані самими жінками. В роботі з цими жінками та їх організаціями, що спеціалізуються на таких питаннях, слід продумати, щоб нас не сприймали як таких, що нав'язують специфічні знання і досвід з питань захисту прав людини. Що вимагає найбільшої уваги, то це атмосфера діалогу та передачі знань одне одному.

Нижче наведені деякі питання, які ви можете використати, плануючи вашу роботу з жіночими групами.

Перу: зворушливий досвід

Перуанська секція розпочала в 1995 р. кампанію із захисту прав жінок за участю інших неурядових жіночих організацій. Одна така організація запросила жінку з Перу, що постраждала від порушень прав людини. Несподівано вона заговорила про ефективність міжнародної кампанії AI від власного імені. Її своєрідний звіт про власний досвід та підтримка AI були дуже зворушливими та зачепили кожного слухача.



Під час звернення до жіночих організацій особливо важливо створити враження, що AI є частиною спільноти, що включає організації з прав людини, і що ми віримо, що кожен член цієї спільноти виконує важливу та цінну роботу у цій сфері.

Порушення прав жінок: як підходити до цього питання

Багато жіночих організацій працюють над питаннями жорсткого поводження приватних осіб з жінками. Вони можуть бути розчаровані, як AI, як організація нічого не робить для припинення цих порушень. Діяльність з вивчення прав людини на підґрунті Конвенції ООН з ліквідації всіх форм дискримінації жінок та пекінської політичної платформи забезпечують їм та AI можливість співпрацювати в питанні інформування громадськості, що порушення, здійснені як приватними особами, так і державними чиновниками, є порушенням прав людини. Такі дії дозволяють їм та AI не стримуватись та показати, як кожен з нас може діяти, щоб зупинити ці знущання.

Розробка стратегії залучення жінок

Наведені нижче питання можуть допомогти вам у розробці стратегії залучення жінок:

ЗАПИТАННЯ

- ❑ Які жінки та жіночі організації є впливовими у вашій країні? Який вплив вони могли б зробити на роботу AI у вашій країні? Які з них, на вашу думку, мають важливі зв'язки з місцевим керівництвом, іншими сферами суспільства або ЗМІ? Чи мають ці організації свої власні ЗМІ? Чи здатні вони мобілізувати великі маси людей? Чи мають вони списки розсилки своїх прибічників?
- ❑ Які місцеві ЗМІ, що опікуються жіночими питаннями, можуть зацікавитись роботою AI? Яким є тираж різних видань?
- ❑ Якщо у вашій секції є координаційні групи або спеціалісти вашої країни, чи вони вже підтримують контакти з жіночими організаціями, що співробітничать з країною, яка є предметом уваги?
- ❑ Які жіночі організації мають міжнародний вплив? Чи мають вони доступ до міжнародних структур або організацій? Чи підтримують вони зв'язки або контакти з колегами у країнах, що є об'єктом уваги?
- ❑ Чи спроможні жіночі організації діяти спільно з AI чи просувати права людини взагалі? Чи має організація особу або комісію, відповідальну саме за права людини? Чи можуть вони робити внесок у дослідження, котрі AI проводить з певної країни або теми?
- ❑ Який найкращий спосіб встановити контакт з відповідними особами або організаціями? Чи є ймовірність, що вони вже знають або відкриті для повідомлення AI? Якими є їх нинішні

інтереси та як вони співвідносяться з інтересами AI? Чи є креативні шляхи, за допомогою яких AI зможе встановлювати зв'язки? Чи необхідно буде використати багато часу, щоб налагодити контакти?

- ❑ Якою є можливість залучення коштів від організацій та осіб через цільові звернення?
- ❑ Які ресурси будуть потрібні для залучення громадськості? Чи потрібно буде приготувати спеціальні матеріали? Чи потрібний буде організації постійний контакт? Чи потрібно буде їм постійно отримувати матеріали AI? Чи здатна AI визначити ці ресурси?
- ❑ Чи мають жіночі організації у країні, що є предметом уваги, вплив на AI під час проведення нею кампанії у певних країнах?
- ❑ Яким чином AI може запропонувати практичну або моральну підтримку кампаніям жіночих неурядових організацій, спрямованим проти порушень прав людини? Чи є жінки-активістки, яких можна було запрошувати для виступів у вашій країні, як частину кампанії?



Підказка

Досвід роботи AI з жінками наводить на думку, що загалом більш ефективним і викликає більше довіри до неї, якщо роботу проводять жінки-активістки. Але не давайте цю роботу лише жінкам у вашій секції. Діяльність з захисту прав жінок - справа кожного!

Групи AI в м. Карачі співпрацювали з 19 головними неурядовими жіночими організаціями, щоб ініціювати кампанію AI з питань захисту прав жінок у 1995 р. Їхня складна праця та наполегливий діалог з цими групами, нарешті, дали плоди. Спільні рекомендації неурядових організацій пакистанському уряду, що ґрунтувались на Пекінській платформі і склалися з 16 пунктів, містили більшість рекомендацій AI та були оприлюднені на спільній прес-конференції у прес-клубі Карачі.

Пакистан: переваги співпраці

Залучення громадськості на практиці

Перед ініціацією залучення жінок важливо мати початкові знання та розуміння ролі і статусу жінок у вашому суспільстві, а також становища жіночих організацій у вашій країні.

Перед жіночими організаціями у вашому суспільстві може стояти багато різних завдань і перспектив. Знання цих завдань може зробити залучення громадськості більш ефективним і це означатиме, що ви зможете:

- точніше визначити, якого роду підтримку з їхнього боку вони вам можуть надати;
- дізнатися, що вони напевне бажають знати про роботу AI;
- оцінити важливість їх діяльності.

Виконайте цю домашню роботу і підготуйтеся. Ознайомтесь з інтересами AI з питань захисту прав жінок та будьте в



«Коли жінкам відмовляють у демократії та правах людини у приватному житті, їх права у громадському житті також порушуються, оскільки те, що відбувається у «приватному» формує їх спроможність брати повноцінну участь і в суспільній діяльності.»

Шарлотт Банч,
Transforming Human Rights from a Feminist Perspective in Women's Rights, Human Rights, Routledge, 1995 p.

курсі її звітів та акцій щодо цих прав. Багато секцій АІ у процесі роботи з жіночими організаціями з'ясували, що головною причиною байдужості жіночих НУО до АІ є їх недостатні знання про АІ або недостатнє розуміння повного спектру прав жінок. Крім цього, ознайомтеся з організаціями, з якими ви бажаєте співпрацювати. Отримайте інформацію про них із бібліотек, відвідайте їх збори, контакуйте з ними в неформальній атмосфері. Робота з жіночими неурядовими організаціями забезпечує чудові можливості для діалогу щодо прав людини і прав жінок.

Намагайтеся не захищати так званий «вузький спектр АІ щодо прав жінок». Робота АІ щодо захисту жінок й проти порушень з боку урядових структур добре відома, хоча й обмежена. Пам'ятайте, що багато жінок були ув'язнені, катовані, зґвалтовані, викрадені насильно, «зникли без вісті», вбиті або страчені урядовими чиновниками, тому що проводили кампанії з розширення прав жінок. АІ підтримує та вносить свій внесок у захист та заохочення прав жінок, щоб відстояти рівність і покласти кінець порушенням, спрямованим проти жінок.

Секції встановили, що висвітлення справ жінок, над якими працює АІ, або методів, якими жінки піддаються насильству, проти якого АІ проводить акції, було важливим для визначення пріоритетів АІ щодо захисту жіночих інтересів.

У багатьох країнах відсутність доступу жі-

нок до захисту за законом часто пов'язана із більшою дискримінацією та невідповідністю законів міжнародним стандартам з прав людини, що негативно впливає на всіх громадян. Такий зв'язок потрібно вивчати разом з людьми та групами, в яких ви прагнете знайти підтримку. Це також допомагає збільшити зацікавленість жінок у проведенні акцій від імені інших жертв порушень прав людини.

АІ може також співпрацювати з жіночими НУО, щоб поставити права жінок у центрі міжнародної сфери прав людини, включаючи різноманітні міжнародні механізми захисту цих прав, створені ООН та іншими міжурядовими структурами. Ми можемо співпрацювати, щоб:

- збільшувати обізнаність громадськості щодо важливості прав жінок, гарантованих Всесвітньою декларацією прав людини та іншими міжнародними угодами та стандартами з прав людини;
- проводити кампанії з метою ратифікації різних міжнародних конвенцій з прав людини та інших стандартів, що стосуються захисту жіночих прав;
- лобювати свої уряди щодо дотримання Пекінської Декларації і Платформи Дій ООН.*
- проводити пропаганду щодо Міжнародного жіночого дня (8 березня); цей день використовується міжнародним рухом та багатьма секціями АІ, як чудова можливість зосередити увагу на правах жінок.

Робота з жіночими групами вимагає ретельного планування, оцінки розв'язання жіночих проблем та жіночого руху у вашій країні та ваших власних можливостей і ресурсів. Це дозволить вам визначити пріоритети щодо ваших цільових контактів.

Майбутні пріоритетні теми для комісії ООН щодо статусу жінок

Корисно знати такі теми, якщо ви або інші неурядові організації плануєте встановити зв'язок з Комісією щодо статусу жінок чи бажаєте надати інформацію для урядових дискусій.

1998 р.

- Порушення, спрямовані проти жінок
- Жінки та збройний конфлікт
- Права жінок
- Дівчата

1999 р.

- Жінки та охорона здоров'я
- Офіційні механізми для успіху забезпечення прав жінок
- Ініціація всебічної перевірки та оцінки дотримання Пекінської Платформи дій ООН

2000 р.

- Всебічна доповідь та оцінка дотримання Платформи дій за 5 років
- Нові теми

Гана: новаторська конференція

Ганська секція провела новаторську національну конференцію для жіночих НУО у своїй країні на тему каліцтв жіночих статевих органів. Це допомогло збільшити обізнаність щодо цього жорсткого поводження та спонукало до обговорення того, як цю тему підняти на національному рівні.



Підказки

- ❑ **Переконайтеся там, де можливо, що випадки та ситуація правами жінок в акціях AI правильно висвітлюється в цілому та у публікаціях ЗМІ.**

«Мене хвилює, що люди будуть думати, що нам потрібна окрема кампанія щодо жінок, щоб правдиво говорити про жінок». Це був коментар Наліні Мохамеда, координатора кампанії «Права людини - це права жінок» у 1995 р. в Австралії.

- ❑ **Співпрацюйте з жіночими ЗМІ.**

Підготуйте рекламу, що висвітлює жіноче питання, та заклик до підтримки. Її можна буде надати до газет і журналів, якщо вони запропонують безкоштовне розміщення як форму підтримки. Комерційні журнали, націлені на жіночу аудиторію, можуть бути зацікавлені у тематичних статтях, які зосереджують увагу на жіночих проблемах. Вони можуть базуватись на діях AI або становищі з правами людини, діяльності жінок-активісток або дівчат і жінок, залучених до кампаній AI.

- ❑ **Не шкодуйте часу на роботу з молоддю та студентами.**

Почніть з жіночих освітніх програм в університетах і жіночих коледжах та запропонуйте їх бібліотекам матеріали AI з прав жінок. Запропонуйте їм промовця для виступів на заняттях. З'ясуйте, чи зможете ви провести деякі зі своїх акцій, особливо у Міжнародний жіночий день, на території університетських містечок. Якщо ви створили групи AI у цих університетах і коледжах, запропонуйте їм залучати жіночі клуби та асоціації до акцій AI з жіночих проблем.

- ❑ **Показуючи жінок - жертв порушень прав людини в матеріалах ваших кампаній, особливо при оприлюдненні та зборі коштів, завжди беріть**



до уваги чутливості до мови та зображень, якої жіночі групи в багатьох країнах будуть очікувати від організації з прав людини, таких як AI.

Впевніться, що проводяться консультації з вашою жіночою мережею або комітетом, якщо вони існують. Ви також можете звернутись за порадою до ваших контактних осіб у жіночих організаціях або жіночих ЗМІ. Під час проведення кампанії та залучення громадськості секціям слід сприяти роботі вебсайту AI, відомого у всьому світі, в якому є рубрика про права жінок (див. розділ 2). Підрозділ ООН із захисту прав жінок теж має власний вебсайт, де є доступ до документів з жіночих проблем. Численні жіночі організації мають власні сторінки в інтернеті, де секції AI можуть вміщувати свої повідомлення на теми, що стосуються прав жінок.

** Більшість рекомендацій AI щодо прав жінок на Четвертій Всесвітній конференції ООН з прав жінок були схвалені у заключному проекті Пекінської Платформи дій. AI розробила проект документу «Права жінок - це права людини: зобов'язання, затверджені урядами в Пекінській Декларації та Платформі дій щодо діяльності та консультації щодо діяльності» (Індекс AI: IOR 41/06/96 та 41/05/96 відповідно), як інструкції з нашої подальшої роботи у цій сфері.*



Члени AI у Кейптауні, Південна Африка, у Міжнародний жіночий день, березень 1996 р.

©AI

У березні 1997 р. ірландська секція разом із Ірландською радою за громадянські свободи та ірландськими жіночими НУО скликали Робочу конференцію на тему «Права жінок як права людини» в Дубліні. На конференції були присутні 400 осіб з Республіки Ірландія та Північної Ірландії. Центральною темою було дотримання Пекінської Платформи дій. Після конференції жінка-координатор з ірландської секції склала список усіх учасників конференції – першої такої у Ірландії. Необхідність у такому списку виникла практично на кожному семінарі конференції, щоразу, коли порушувалось питання про мережі, ресурси, солідарність між групами та обмін інформацією.

**Працюємо разом,
обмінюємося
ресурсами**



Травень 1997 р., активісти конференції, організованої танзанійською секцією, беруть на себе зобов'язання викоринити нанесення каліцтв жіночих статевих органів.

©AI



Дивіться додаток 2, в якому наведено адреси регіональних структур, що опікуються проведінням акції до Всесвітньої Конференції ООН з питань прав жінок у Пекіні.

Непал: перші досягнення

Непальська секція організувала свою першу групу для всіх жінок у першому жіночому педагогічному закладі в Катманду. Тут було ініційовано багато акцій AI з прав жінок і багато жінок згодом приєдналися до AI.



Список для перевірки

Про виконання яких дій можна звертатись до жіночих організацій

- ✓ Включайте AI до їх списку розсилки
- ✓ Приєднання до Мережі термінових дій
- ✓ Публікація статей та розміщення оголошень, що висвітлюють кампанії AI, висуваючи на передній план жіночі питання, а також звертаючись із закликом про дії.
- ✓ Підтримка окремих кампаній, таких як надіслання листів урядам на підтримку закликів AI
- ✓ Демонстрування матеріалів AI в їх офісах. Діяти як джерело чи забезпечувати членів AI консультаціями спеціалістів, щоб покращити їх обізнаність з питань гендеру і прав людини.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ ЗАХИСТ ПРАВ ДІТЕЙ

Захист прав дитини сьогодні - це внесок для майбутніх поколінь. Діти страждають від порушень своїх прав до самої межі. До того ж вони надзвичайно вразливі, особливо коли вони або їхні близькі родичі є мішенню знущань. Захист, викликаний особливою уразливістю дітей, призвів до ухвалення АІ у 1989 р. рішення, що вона працюватиме над специфічними проблемами, котрі стосуються дітей і належать до її компетенції. Цей розділ розглядає такі питання.

Зміст

- Розробка стратегії залучення громадськості / 225
 - Робота над проблемами вашої власної країни/ 225
 - Проведення кампаній щодо певних тем та країн/ 225
- Визначення цілей залучення громадськості / 226
- Залучення громадськості на практиці/ 227
- Комплексний підхід / 228
- Фандрайзинг / 228



«Дитина, кожна дитина - це ще один шанс на те, що все буде правильно.»

Анонім



При звертанні до НУО, зайнятих правами дітей, слід продумати, щоб нас не сприймали як таких, що нав'язують свої питання до уваги. Необхідно підтримувати атмосферу співпраці та обміну інформацією.



Життя дітей не може бути влаштоване доки доросле суспільство не розуміє своїх обов'язків перед ними.»

Всесвітня конференція з прав людини, Відень, 1993 р.

Розробка стратегії залучення громадськості

В роботі з групами, що опікуються правами дитини, корисно поширювати вашу діяльність на неурядові організації та особи, що спеціалізуються на захисті прав дітей. Інтерес до їх прав наразі поширений у багатьох частинах світу. Проведення кампаній за права дитини завжди породжує високий рівень залученості учасників і широкої громадськості. Групи та мережі, що зосередилися на правах дитини, також розвиваються і надалі.

На момент підготовки цього рукопису існувало понад 25 секцій AI з робочими групами для дітей та мережами, зайнятими у сфері прав дитини. Міжнародна робоча група з прав дитини (МРГД) була заснована та провела перші збори у березні 1997 р. Хотілося б сподіватися, що МРГД буде нарешті представляти кожен регіон світу. Вона тісно співпрацюватиме з Міжнародним Секретаріатом.

Перед AI - широкий обсяг роботи, включаючи кампанію протистояння порушенням прав дитини та заохочення повного спектру цих прав через їх вивчення та усвідомлення. Ваша кампанія і стратегія роботи з населенням щодо прав дитини повинна відводити однакову роль усім аспектам прав дітей, даючи можливість вашій секції налагодити широкі зв'язки з окремими особами та різними типами неурядових організацій. Пропонуємо такі види діяльності та аспекти в роботі з іншими неурядовими організаціями та окремими особами із захисту прав дитини.

Робота над проблемами вашої власної країни

Ознайомтеся з положеннями Конвенції ООН з прав дитини.

- Дослідіть, чи законодавство та механізми захисту прав дітей у вашій країні не суперечать зобов'язанням, що міс-

яться у Конвенції ООН з прав дитини.

- Доповіді вашої країни Комітету прав дитини (КПД), зокрема доповіді КПД, що оцінюють доповідь кожної країни, є цінним джерелом інформації під час перевірки на відповідність державної політики положенням Конвенції, чи то у вашій країні, чи то під час зосередження уваги на інших країнах.
- Проводьте просвітницьку та інформаційну діяльність з прав дітей та в різних верствах вашого суспільства згідно з Конвенцією ООН з прав дитини та іншими міжнародними документами і стандартами з прав людини.
- Підтримуйте діяльність інших НУО, надаючи вашу інформацію, спеціальні знання та матеріали щодо прав людини та міжнародних стандартів з цих прав (посилайтеся на директиви AI про співпрацю з іншими НУО, розроблені Міжнародним Секретаріатом.)
- Підтримуйте інші неурядові організації в час лобіюванні уряду країни в ООН та інших міжурядових організаціях щодо питань, які ґрунтуються на загальному порядку денному щодо прав людини.

Проведення кампаній щодо певних тем та країн

- Використовуйте свої зв'язки в UA та в кампаніях щодо певних тем та країн, де висвітлюються спільні інтереси з питань прав людини та дітей.
- Попросіть їх оприлюднити діяльність AI і те, що ми робимо, серед їх аудиторії, висвітлюючи наші дії та публікації в їх журналах та матеріалах їх зборів.
- Попросіть їх представити AI їх власним контактним особам в інших організаціях.

Розробка стандартів з прав дитини

Видатним є внесок широкого правозахисного руху, включаючи AI, у постановці питання про стандарти щодо прав дітей. У 1959 р. ООН ухвалила Декларацію з прав дитини, котра хоч і висловлювала намір розширити ці права дітей молодше 18 років, але не була обов'язковим міжнародним документом. Через 20 років, у 1979 р., Польща проявила ініціативу в розробці проекту конвенції, що була б обов'язковою. У 1983 р. коаліція з 50 неурядових організацій, включаючи AI, почала висувати пропозиції для робочих груп експертів, створених ООН слідом за польською ініціативою. Деякі з цих пропозицій знайшли своє місце в остаточному тексті нової конвенції, що була ухвалена Комісією ООН з прав людини.

Сьогодні Конвенція ООН з прав дитини - найбільш визнана міжнародна угода з прав людини, ратифікована 183 із 185 держав-учасниць ООН (США підписали, але не ратифікували, а Сомалі не підписала і не ратифікувала). Конвенція розглядає дитину як особистість, а головні дитячі потреби, як права, які дорослий світ – окремі особи, сім'ї, громади та уряди – зобов'язані поважати і їх дотримуватися. Ці «дитячі права» означають, що діти потребують і мають право на захист.



Під час святкових зборів скаутів члени молодіжної групи AI у Монголії організували тиждень дій, що висвітлюють роботу AI з прав людини.



У вашій кампанії та роботі з громадськістю щодо прав дитини завжди важливо знайти зв'язок між Конвенцією ООН з прав дитини, як головним інструментом, щодо якого вимірюється ефективність держав, та іншими міжнародними документами і стандартами з прав людини, перед якими держава однаково відповідальні.

Визначення цілей залучення громадськості

Кампанія AI на захист прав дітей, ймовірно, знайде союзників серед груп, що працюють над питаннями біженців, проблемами розвитку, добробуту, освіти, миру, домашнього насилля та сучасних форм рабства (таких, як торгівля людьми та дитяча праця). Нижче наведено декілька ключових організацій, з якими ви можете зв'язатися. Ви можете мати нагоду збільшити кількість таких організацій, в залежності від вашої місцевої ситуації.

■ Організації з прав дитини.

Існує багато місцевих та міжнародних неурядових організацій, що працюють над різними аспектами прав дитини, а також багато НУО, що не сфокусовані винятково на дитячих питаннях, але можуть мати значні повноваження щодо прав дітей. Деякі з них можуть мати дитячі відділи або комітети.

■ Молодь і студенти.

Конвенція ООН з прав дитини стосується молодих людей до 18 років. Вони у своєму підлітковому віці такі ж уразливі, як і маленькі діти до порушення своїх прав. Молодь у студентських університетських містечках, релігійних групах і громадах часто ототожнює й себе з проблемами інших молодих людей. Коли вони говорять від імені молодих жертв порушень прав людини, то справляють потужний і відчутний вплив на суспільство та політиків, чію увагу ви бажаєте привернути. Вони можуть також додати вашій роботі креативності, динамізму та прозорості, надихаючи вашу секцію духом активності.

■ Вчителі та академіки.

Ці люди впливові практично в усіх спільнотах і є вашим «природним» зв'язком зі школами, а, отже, і зі школярами та студентами в інститутах і університетах. Вони можуть відігравати важливу роль в освіті з прав людини. Робочі групи AI з питань прав дітей у деяких секціях дуже тісно співробітничать з викладачами вишів у розробці програм та матеріалів освітніх курсів з прав людини. Вчителі та викладачі університетів використовують матеріали кампанії AI та розповіді дітей, що постраждали від порушень, щоб провести уроки з прав людини для своїх студентів.

“

Важливо пізнавати, підтримувати та розвивати робочі стосунки з НУО, що працюють над питаннями прав дітей. Добре познайомтеся з ними і з тим, у чому їх програми могли б допомогти нам у визначенні можливих сфер співпраці. У Данії ми вводимо всі нові імена один одного до списку для поштової розсилки. Ми обмінюємося інформацією про ініціативи та дії, щоб мати користь від взаємної підтримки, щоб зберегти ціні джерела, уникаючи накладок і дублювань, але водночас приймаючи цінність дружніх змагань та викликів на диспути. Пару років тому ми брали участь у виставці, що була спрямована на дітей (та їхніх батьків), де ми виставили інформаційний стенд з гаслом «Бережіть дітей та допомогу біженцям Данії». Ми встановили та розповсюдили матеріали громадськості від ЮНІСЕФ, що пояснювали кожен пункт Конвенції з прав дитини, матеріали розроблені Данським центром з прав дитини, та, звісно, наші власні.»

Ян Крістенсен, Координатор робочої групи з питань дітей (данська секція)

Проведення кампанії з прав людини та дитячої праці: приклад

Протягом кампанії у Туреччині 1996 р. до місцевих груп активістів з прав дитини, молоді та студентів AI Великої Британії, приєдналась група міжнародних студентів, вони додали яскравості акції біля турецького посольства в Лондоні. Вдягнувшись у національні костюми, студенти передали до посольства листа від директора AI Великої Британії та петицію, підписану 43 000 особами, що протестували проти жорстокого поводження та катувань дітей турецькими правоохоронними органами.

Нельсонська група секції Нової Зеландії організувала акцію у справі Ікбала Мазіха, молодого активіста, що виступав проти дитячої праці у Пакистані та якого вбили за підозрілих обставинах у травні 1995 р. Відбулася зустріч між членами цієї групи та місцевим філіалом Офісу допомоги у торгівлі, НУО, що поширює товари та сприяє торгівлі з країнами, що розвиваються. Зустріч спонукала Офіс розглянути оприлюднення публічної заяви про те, що їхні килими, виготовлені вручну, не були зроблені з використанням дитячої праці.

За кілька місяців, у листопаді, була заснована коаліція декількох неурядових організацій з багатьма секторами, включаючи національні відділи Офісу допомоги у торгівлі, Всесвітню Християнську Службу, Дитячий Фонд ООН (ЮНІСЕФ) та Азійсько-тихоокеанські ланки солідарності робітників. Під спільною назвою «Група вільної дитячої коаліції», вони розпочали кампанію «Зупинимо дитяче рабство» та запропонували АІНЗ приєднатись до них. Повноваження АІ не перешкоджали секції прийняти запрошення до приєднання з обмеженим статусом.

Кампанія, розпочата у приміщенні парламенту і АІНЗ випустила свої власні інформаційні листки та заяви у пресі, що роз'яснювали позицію та інтереси АІ щодо прав людини. Вона отримала підтримку від організації «Новозеландська вовна», приватної компанії, та Федерації роботодавців Нової Зеландії, котра активно підтримала звернення АІНЗ до ділових кіл. Тим часом Нельсонська група і надалі вела свою кампанію, випускаючи листівки та постери щодо справи, що потім поширили мережею з 35 магазинів Допомоги у торгівлі по всій країні. Вони досягли значного позитивного зворотнього зв'язку, та громадськість надіслала властям Пакистану велику кількість листів.

Залучення громадськості на практиці

■ Робота зі школярами та вчителями

інформацією для своїх уроків.

Одним важливим аспектом кампанії на захист прав дітей є робота зі школами. Її метою є поширення інформації серед дітей у вашій країні щодо порушень прав людини, прямих проти дітей у будь-якому місці.

Робота зі школами іноді призводить до зворушливих та підбадьорливих сцен у кампанії АІ через залучення дітей та молоді до зосередження уваги суспільства, включаючи їхніх батьків, до важкої долі інших дітей.

У Данії тему прав людини вже декілька років включено до шкільної програми, і це створило унікальну можливість для данської секції підтримувати зв'язок з дітьми та їх учителями. Багато вчителів звертаються до секції та спеціалізованої групи з дитячих питань за матеріалами та

В Ірландії під час проведення АІ Тижня дітей, діти і молодь шкіл та коледжів Дубліна пройшли маршем до бразильського посольства на знак протесту проти масових вбивств дітей-безхатченків у Канделарії. Швейцарські школярі зробили квіти і надіслали їх дітям та їхнім сім'ям,



У серпні 1997 р. група АІ 17 у Катманду (Непал) організувала дискусію на тему «АІ та права дитини» за участю Державного міністра з питань інформації та комунікації Ракама Чемжонга та низки депутатів парламенту. Голова АІ Чаран Прасаї сказав, що сьогодні права дітей ігнорують і додав, що всі повинні об'єднатись на підтримку невід'ємних прав дитини.

© AI



постраждалим від порушень прав людини у Бразилії, з повідомленнями, що їх пам'ятають.

■ Робота з іншими секторами

Чимало окремих осіб та організацій різних секторів і кваліфікацій брали участь у пропагандистській діяльності АІ щодо прав дітей. Ініціатива секцій Африки підвищити усвідомлення шкідливих наслідків спотворення статевих органів дівчаток дала дуже важливі результати у будіванні відносин АІ з жіночими активістками та неурядовими організаціями з прав людини в їх країнах.



АІ Данії випустила цей плакат для використання данською робочою групою з питань дитини.

© АІ

Комплексний підхід

Добрим прикладом комплексного підходу до вирішення проблем, що стосуються прав дитини, є розгляд питань, чому та як держави несуть відповідальність за небезпечні маніпуляції зі статевими органами дівчаток. Для цього можна ознайомитися з матеріалами різних міжнародних і регіональних стандартів та документів з прав людини. Такий підхід відкриває широкі можливості залучення інших секторів до роботи з АІ щодо прав дитини.

До цієї специфічної теми залучені жіночі

неурядові організації, оскільки питання шкідливих маніпуляцій зі статевими органами дівчаток стосується їх з огляду прав жінок. До цієї справи залучені агентства з питань розвитку, оскільки до проблеми шкідливих маніпуляцій зі статевими органами дівчаток треба ставитися як до теми прав людини, отже, вона набуває статусу питання розвитку. Залучаються вчителі та викладачі вишів через необхідність просвітницького та інформаційного представлення теми шкідливих маніпуляцій зі статевими органами дівчаток.

Італійська секція переконала національну поштово-ву службу випустити поштової марки з написом «Міжнародний день дітей – 20 листопада 1996 р. – з АІ за права дітей».

Фандрайзинг

Загальновідома привабливість образів дітей допомагає роботі АІ різними методами, але особливо у фандрайзингу. Наприклад, у Данії робочі групи з питань дітей поставлені на самофінансування. Секції, що досягли успіху таким способом, зрозуміли, що необхідно подбати, щоб дії, спрямовані на збір коштів, які зображу-

ють дітей як жертв, проводили у зв'язку зі справжньою роботою з питань прав дітей. Громадськість загалом розглядається як така, що критично ставиться до організації, що прагне використовувати зображення дітей для збору коштів без надання доказів того, що проводиться справжня робота на користь дітей.



Молодіжна мережа АІ Великої Британії та Мережа з прав дитини взяли участь у пікетуванні турецького посольства в Лондоні в Міжнародний день захисту дітей, 1996 р. Учасники передали петицію з 43 000 підписів, на знак протесту проти жорстокого поводження та катувань турецьких дітей у поліції. Взяли участь учні Атлантичного коледжу Уельсу, одягнуті в їх національні костюми (зліва)

© АІ

ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОСТІ СПІВПРАЦЯ З РУХОМ ЗА ПРАВА ЛЮДИНИ



Ліндсей МакЕйтір (другий ліворуч), координатор мережі роботи з жіночою частиною населення, представляє відділення AI у Новій Зеландії на спільних зборах, організованих Національним товариством колективної допомоги жертвам зґвалтування та жінкам народу маорі. Біля мікрофону – мер Френ Уайлд.

© AI



Всесвітній рух за права людини, що швидко поширюється, пропонує величезний потенціал для взаємовигідної співпраці з питань прав людини. У цьому розділі розглядаються такі питання.

Зміст

- Неурядові організації та широкий рух за права людини / 230
- Обґрунтування співпраці / 230
- Переваги співпраці / 231
 - Методи співпраці / 231
- Ухвалення рішень / 233
- Оцінювання спільної діяльності / 234

Неурядові організації та широкий рух за права людини

Хоча не існує жодного чіткого визначення поняття «неурядова організація», для цілей роботи AI цей термін охоплює профспілки, церковні та шкільні організації, професійні та бізнес-організації, групи солідарності і впливу, групи з контролю за озброєнням/моніторингу насильства, освітні організації з прав людини, фондів неурядові організації, академічні установи, що зосередили свою увагу на питаннях прав людини, неурядові організації, пов'язані з розвитком, групи, що опікуються проблемами навколишнього середовища, парасолькові організації та широке коло груп і організацій, що опікуються питаннями громадянських, політичних, соціальних, економічних і культурних прав. Кількість цих неурядових організацій значно збільшилася протягом останніх трьох десятиріч у багатьох частинах світу.

Термін «широкий рух за права людини» включає людей, котрі можуть впливати на покращення ситуації в галузі прав людини, але які не належать до будь-якої організації, наприклад, вчителів, керівників громад, співчуваючих лікарів, юристів, суддів та інших.

Більшість правозахисних організацій виводять свої повноваження з міжнародних угод про права людини, таких як Міжнародний пакт про громадянські та політичні права (МПГПП) та Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права (МПЕСКП), які разом з Всесвітньою декларацією прав людини, з якої вони випливають, складають Хартію з прав людини.

Деякими видатними учасниками міжнародного руху за права людини є:

- Міжнародна комісія адвокатів, яка працює в галузі права, юридичної допомоги та здійснення правосуддя;
- Міжнародний комітет Червоного Хреста, національні товариства Червоного Хреста та Червоного Півмісяця, що працюють у сфері положень щодо збройних конфліктів, військовополонених і гуманітарного права;
- Азійська коаліція неурядових організацій з питань аграрних реформ та розвитку села, котра працює у сфері

розвитку та економічних прав;

- Оксфам - всесвітня гуманітарна організація;
- Грінпіс - організація, що працює в галузі природоохоронних прав;
- Всесвітня рада церков, яка опікується питаннями свободи віросповідання;
- International Pen - організація, котра працює у сфері свободи преси та свободи слова;
- «Лікарі без кордонів» (міжнародна добровільна організація медичної допомоги у галузі приватної медицини), що працює у міжнародній галузі охорони здоров'я;
- Survival International (міжнародна організація за виживання) - організація, яка працює у галузі прав корінного населення;
- Anti-Slavery International - організація, що досліджує проблеми рабської праці та сучасних форм рабства;
- Міжнародне об'єднання спілок споживачів, яке працює у сфері прав споживачів;
- Перша міжнародна мережа дій з питань харчування, котра проводить новаторську роботу з заохочення та реалізації права на харчування у усьому світі;
- Коаліція з житлового права та експропріації - міжнародна організація, яка просуває та захищає право на житло;
- Human Rights Internet - форум з обміну інформацією про права людини, створений у 1976 році, який зараз підтримує зв'язок з понад 5.000 організаціями та окремими особами (www.hri.ca);
- Human Rights Watch - організація, що провадить моніторинг порушень прав людини в різних регіонах світу.

Однак, переважна більшість неурядових організацій (НУО) працює на національному або місцевому рівні.

Обґрунтування співпраці

Метою роботи AI з неурядовими організаціями є зміцнення громадянської спільноти і підтримка прихильників руху за права людини. Обидві сторони сприяють контролю за дотриманням принципів, закріплених у Всесвітній декларації прав

людини.* Характерним для цієї політики є розуміння, що всі права людини є універсальними та неподільними.

Особливі права, на яких AI фокусує свою діяльність, нерозривно пов'язані з інши-



Чільним принципом, яким варто керуватись, є те, що, наскільки це можливо, структури AI повинні співпрацювати з іншими організаціями, якщо таке співпраця підвищує ефективність її роботи і допомагає зміцнити широкий рух за права людини. Однак слід враховувати необхідність гнучкості і наголосу на роботі з неурядовими організаціями (НУО) у поєднанні з базовими принципами, що допомагають забезпечувати ефективність AI – її незалежність, неупередженість, чесність і надійність.

** Політика та рекомендації AI щодо роботи з неурядовими організаціями (Індекс AI: ORG 20/01/96), підготовлено на запит 1993 ІСМ, для покращення та розширення співпраці з неурядовими організаціями.*



У регіонах, де неурядові організації є порівняно новими, або ж працюють у ворожому середовищі, моральна підтримка та підтримка неурядових організацій у проведенні кампанії з боку АІ може підвищити рейтинг та покращити репутацію організації у місцевому або національному масштабі.

ми правами людини. Ця організація визнає, що повне здійснення прав людини важливе для реалізації економічного, соціального, культурного та політичного розвитку. Хоча специфічні права, за які АІ проводить кампанію, входять у діапазон громадянських і політичних прав, ця організація поширює інформацію і ратує за повагу до всіх прав, втілених у Всесвітній декларації прав людини та конкретизованих у таких стандартах, як Міжнародний пакт про громадянські та політичні права (МПГПП) та Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права (МПЕСКП).

Розуміння того, що соціальні, економічні, культурні, громадянські та політичні права є неподільними, безпосередньо стосується методу, за яким АІ співробітничав з правозахисним рухом. Коаліції НУО, мережевих та парасолькових організацій, до яких входять численні неурядові організації, можливо, охоплює ширше коло питань, ніж ті, що знаходяться у компетенції АІ. Участь у мережевих органі-

заціях, що також заохочують економічні, соціальні та культурні права, конкретизовані у Всесвітній декларації прав людини, може відобразити зобов'язання АІ щодо здійснення цих прав, навіть якщо ця позиція обмежена.

Потреба АІ в захисті її неупередженості та незалежності може бути сумісною з участю у всеосяжній коаліції на широких засадах настільки довго, наскільки можливо для АІ видаватися такою, що зберігає свою незалежну ідентичність, і контролювати використання своєї назви. Напрямок у майбутнє швидше є координація дій з неурядовими організаціями, ніж конкурування з ними.

Члени АІ дали зрозуміти, що адаптування до порушень прав людини в усьому світі у формах, які змінюються, вимагає більшого співпраці з іншими організаціями. Діючи таким чином, АІ може отримати користь від величезного обсягу спеціальних знань, знань місцевої специфіки та вже готових мереж контактів.

Переваги співпраці

АІ зв'язана зобов'язаннями зміцнювати, розширювати і розвивати більш систематичні зв'язки з широким рухом за права людини способами, вигідними для обох сторін. Вона намагається розвивати на різних рівнях руху тісніші та більш інтерактивні відносини з місцевими, національними, регіональними та міжнародними неурядовими правозахисними організаціями через спеціальні програми співпраці.

АІ отримує переваги від співпраці з іншими організаціями багатьма способами. До таких переваг належить розширений обмін інформацією та зв'язками; доступ до більших мереж з більшим впливом на громадськість; розширення діяльності АІ, в тому числі з проведення кампанії та лобювання й покращення її репутації як партнера в межах об'єднання неурядових організацій. Перевагою неурядових

організацій від їх зв'язків з АІ є те, що АІ використовує інформацію щодо порушень прав людини, надану неурядовими організаціями, передаючи її розширеній аудиторії, якої стосуються права людини, та від освіти в галузі, зв'язаної з дослідженнями, проведенням кампанії та організаційною підтримкою.

Політика та рекомендації АІ щодо роботи з неурядовими організаціями допомагає в ухваленні рішення, який тип і рівень співпраці є доцільним і зможе зробити діяльність АІ більш успішною. Вони створюються для всіх частин АІ, включаючи секції, координаційні структури та міжнародний секретаріат, спільну основу для співпраці з широким рухом за права людини.

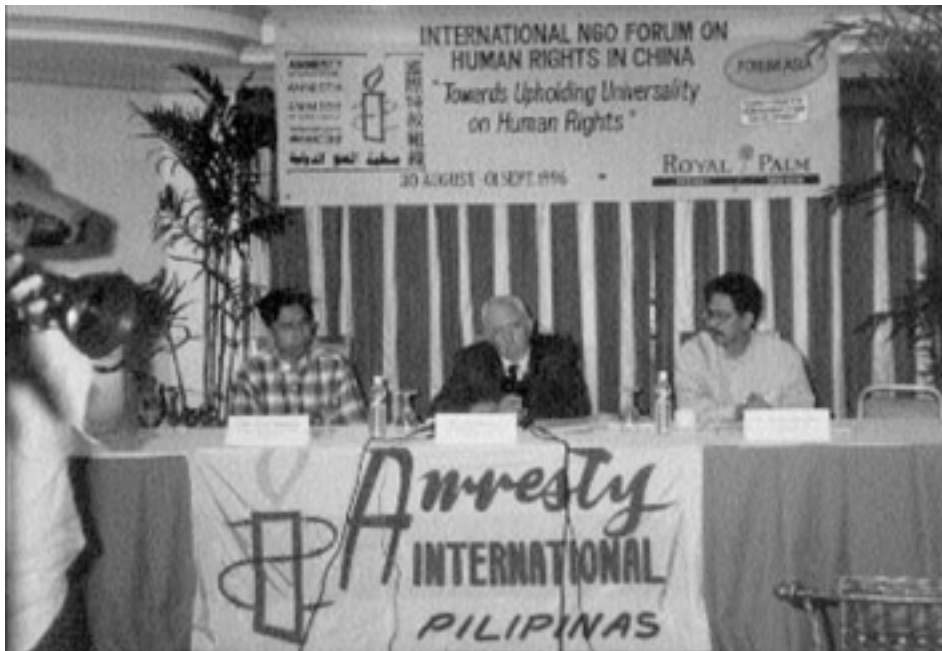
АІ має багато можливостей для наголошення на тому, що економічні, соціальні та культурні права є правами людини. Вона повинна намагатися спростувати можливі уявлення, що права людини, за які вона проводить кампанії, є єдиними правами людини, оскільки це може применшити роль інших правозахисних організацій.

Посилення співпраці

Без інформації, що надходить до АІ від сотень національних неурядових організацій, документація та кампанії АІ з написання петицій щодо справ окремих в'язнів була б менш дієвою. У кампаніях, і щодо країн, і тематичних, вплив послань АІ збільшується в багато разів через участь і співпрацю з правозахисними організаціями. АІ значною мірою покладається на співпрацю з усіма типами неурядових організацій з метою контролю, документування та інформування про порушення прав людини.

Методи співпраці

Деякі акції можна проводити у співробітництві з неурядовими організаціями без потреби у будь-якому спеціальному обговоренні або наданні повноважень. До цього належать активне поширення зовнішньої інформації АІ та отримання інформації від інших організацій. Для за-



Міжнародний форум неурядових організацій з прав людини в Китаї, серпень 1996 р. Понад 70 осіб з 18 країн взяли участь у конференції, організованій філіппінською секцією.

© AI

лучення секцій до деяких акцій, спільних з неурядовими організаціями, таких як проведення кампанії, пропагандистська робота, громадська діяльність, лобіювання, спільне спонсорування проведення конференцій, розважальні акції, пошуку і залучення фінансових і матеріальних коштів потрібне спеціальне обговорення та, можливо, надання повноважень.

Кооперація з неурядовими організаціями включає базові спільні ініціативи, такі, як надання спільної спонсорської допомоги для проведення форумів неурядових організацій – Міжнародного форуму неурядових організацій у Китаї під час кампанії AI 1996 року, наприклад, щодо Китаю, – або визначення спільної стратегії для боротьби з національною кризою, такою, як у Руанді. Передбачувані галузі співпраці перелічено у Політиці та рекомендаціях AI щодо роботи з неурядовими організаціями, оскільки існують поради для надання повноважень, необхідних для різних рівнів співробітництва.

AI може забезпечувати доступ до регіональних та міжнародних мереж неурядових організацій, джерел фінансування, давати рекомендації щодо міжнародного законодавства, міжурядових організацій та процедур ООН. Справи захисників прав людини, що працюють під загрозою насильства, можуть бути опрацьовані учасниками AI в іншій країні. AI може залучати неурядові організації до участі в освітніх сесіях з таких питань, як розробка організаційних заходів, освіта з прав людини, лобіювання, проведення кампаній з питань військових, економічних та культурних зв'язків та трансфертів знань, матеріалів і технологій у сферах оборони, безпеки та правоохоронної діяльності, використання інформаційних технологій та техніки ведення документації. Наприклад, член AI брав участь у тижневій робочій зустрічі в Азії у 1994 році, результатом якої стала публікація буклету про

порушення прав людини. Взаємовигідними могли б бути обмін базами даних та системами інформаційних технологій.

Іншою сферою співпраці можуть бути спільні публікації, а це дає суттєву економію, розширення аудиторії та підвищення довіри для учасників. Розгляд справ, що виходять за межі компетенції AI та передаються іншим неурядовим організаціям, є іншою корисною сферою співпраці.

Спільна робота з неурядовими організаціями не має стати перешкодою для AI у втіленні її власної стратегії. Це необхідно дати зрозуміти заздалегідь, інакше AI може бути вимушена відмовитися і, можливо, буде неуспішною у співробітництві. AI слід бути послідовною в роботі з іншими неурядовими організаціями. Тому завжди слід враховувати всі можливі захисні заходи, метою яких є захист неупередженості і незалежності організації.

На журналіста в Руанді було вчинено напад, і він був залишений помирати, через висловлення своєї думки. Представники AI, які були на той час у цій країні, допомогли жертві нападу і його родині отримати медичну допомогу в Кенії. Пізніше AI мусила сплатити великі рахунки за ці послуги, але інші неурядові організації Руанди зробили внесок у покриття витрат. Інша міжнародна неурядова організація зробила заклик через International Freedom of Expression Network (Міжнародну мережу за свободу висловлювань) в інтернеті щодо збору пожертв для жертви нападу і направила тих, хто зацікавився цим питанням, до AI. В результаті для жертви нападу було зібрано декілька тисяч доларів.

Збір коштів по всьому світі



Загалом, якщо місцева група АІ хоче взяти участь у коаліції або парасольковій групі, рекомендується отримати консультацію у певних людей у секції або, за її відсутності, у відповідній регіональній чи міжнародній програмі в Міжнародному Секретаріаті (ІС).

Якщо АІ схвалить рішення не співпрацювати з іншою неурядовою організацією, підставу цього слід чітко роз'яснити. Рішення

АІ не слід розглядати як судове рішення будь-якого типу щодо зацікавленої неурядової організації. Потрібно докласти всіх зусиль, щоб не допустити будь-якого непорозуміння з цього питання.

У кожному випадку з приводу співпраці необхідна оцінка і рішення відповідних керівних органів АІ, які здатні оцінити переваги співпраці за принципом «країна-за-країною».

Ухвалення рішень

Такі питання можуть допомогти вам вирішити, співпрацювати чи ні з певною неурядовою організацією:

7 ЗАПИТАННЯ

- ❑ Чи матиме АІ переваги від співпраці без завдання шкоди її неупередженості та незалежності?
- ❑ Чи існує сумісність між цілями АІ та її повноваженнями і завданнями і такими ж в організації, якій ви пропонуєте спіробітництво?

- ❑ Чи є ступінь особистої довіри, який базується на знанні про досягнення організації, її надійність та репутацію у суспільстві?
- ❑ Чи покаже АІ її співпраця з неурядовою організацією як неупереджену структуру?
- ❑ Чи збереже АІ контроль над використанням своєї назви та логотипу, та чи буде вона розглядатись як така, що зберегла свою чітко виражену індивідуальність, свою неупередженість та політичну і фінансову незалежність?

Данська секція та 13 інших данських неурядових організацій, включаючи Національну раду церков та керівництво профспілок, є учасниками «широкої політичної платформи з питань захисту прав людини». Ця платформа вивчає зовнішню політику Данії у сфері захисту прав людини та проводить обговорення пропозицій, спрямованих на кращу реалізацію цих прав урядом, компаніями, організаціями підприємців та самими учасниками платформи. Засідання останньої відбуваються приблизно шість разів на рік зі зміною секретаріату між організаціями-учасницями. Її роль полягає у полегшенні координування дій та обміну інформацією. Спільну діяльність можна обговорювати в контексті платформи, але потім її проводить одна або більше організацій від їхнього власного імені. Вона може робити спільні заяви за наявності згоди всіх її організацій-учасниць.

Оцінка спільної діяльності

Питання, наведені нижче, можуть допомогти вам в оцінці будь-яких ініціатив, спільних з іншими неурядовими організаціями.*

? ЗАПИТАННЯ

- ❑ Чи виявиться співпраця успішною?
- ❑ Чи є вона ефективним використанням ресурсів?
- ❑ Чи були досягнуті цілі?
- ❑ Чи не було на даний момент негативних наслідків?
- ❑ Чи існує потреба в будь-якій зміні напрямку дій або подальшому роз'ясненні позиції AI?
- ❑ Чи були повністю використані можливості для розширення промоції і збільшення кількості учасників?
- ❑ Чи була співпраця вигідною як для AI, так і для партнерської неурядової організації?
- ❑ Які корисні уроки здобуто для майбутньої співпраці?

**Більший перелік питань для перевірки можна знайти в додатку В до документа AI Політика та рекомендації AI щодо роботи з неурядовими організаціями (AI: Індекс: ORG 20/01/96).*

Лобіювання місцевого уряду

Лобіювання нашого власного уряду або підходи до місцевого уряду є важливою складовою багатьох кампаній AI. Лобіювання часто асоціюється з тихою розмовою за закритими дверима, але це лише один з методів. Як правило, необхідно використовувати багато інших методів проведення кампанії, щоб переконати уряд уважно прислухатися до цієї тихої розмови та вжити необхідних заходів.

Зміст

- Чому підхід до місцевого уряду важливий / 236
- Розробка стратегії / 236
 - Дослідження та аналіз / 237
 - Визначення цілей / 238
 - Як досягти цілей / 239
 - Діяльність / 239
 - Моніторинг та оцінка / 239
- Методи проведення кампанії / 239
 - Діяльність учасників / 240
 - Засоби масової інформації / 241
 - Залучення громадськості / 241
- Контролюємо підзвітність уряду / 241
- Практики лобіювання / 242
 - Складові частини успішного лобіювання / 242
 - Вибір питань / 243
 - Листи / 243
 - Телефонні контакти / 244
 - Лобіювання під час зустрічей / 244
 - Структури для лобіювання / 246
- Двосторонні дії урядів із прав людини / 246
 - Термінові дії / 246
 - Зустрічі з місцевими неурядовими правозахисними організаціями та активістами / 246
 - Участь у нарадах та інших заходах неурядових організацій / 247
 - Робимо дипломатів відповідальними / 247
 - Спеціальні програми відвідувань / 247
 - Практична і матеріальна підтримка / 247
 - Консорціуми з допомоги / 247
 - Законодавство з переміщення військ, сил безпеки та поліції / 247
 - Двостороннє представлення / 248

Чому підхід до місцевого уряду важливий

Наближення до місцевого уряду важливе тому, що:

- уряд має владу;
- політичні діячі керують, але і йдуть слідом за громадською думкою;
- уряди впливають на інші уряди;
- уряди складають плани та затверджують рішення щодо дій міжурядових організацій;
- уряди можуть зміцнити міжнародні стандарти та механізми захисту прав людини;
- уряди можуть змінити законодавство та практики, наприклад, через скасування смертної кари.

Більшість кампаній AI спрямовані на переконання та посилення тиску для проведення змін. Листи від окремих учасників AI до іноземних урядів є одним з методів, як показати міжнародну увагу. Посилення занепокоєності з боку вашого міністерства закордонних справ, оборони або торгівлі та їхніх колег в інших країнах – це

інший метод.

Головна кінцева мета підходів AI до місцевого уряду полягає у забезпеченні того, що заохочення та захист прав людини послідовним, принциповим та дієвим шляхом перетвориться на ключовий компонент міжнародних відносин. Цю мету слід відобразити у програмах лобіювання та проведення кампанії секції.

Лобіювання місцевого уряду також є важливим компонентом зосереджених на внутрішній ситуації кампаній AI щодо ратифікації угод із захисту людини прав, скасування смертної кари та забезпечення прав шукачів притулку.

На міжнародному рівні лобіювання AI місцевого уряду має на меті переконати уряд включити цілі із захисту прав людини до:

- їхніх відносин з іншими державами (двосторонні відносини);
- їхнього входження до міжурядових організацій (багатосторонні відносини);
- внутрішньої політики через акції щодо смертної кари, освіти з прав людини та ін.

Розробка стратегії

Наступна важлива мета програми проведення кампанії з захисту прав людини має бути стандартом для всіх секцій AI: забезпечення того, щоб заохочення та захист прав людини стало ключовою складовою міжнародних відносин уряду.

Для досягнення цієї мети необхідно, щоб:

- уряд мав всеосяжну політику у галузі прав людини, яка б поширювала аспект захисту прав людини на багатосторонні та двосторонні міжнародні відносини;

- секція мала програму підходів до місцевого уряду для забезпечення мінімального рівня доступу до уряду, щоби заручитися підтримкою у співпраці з іншими урядами і діяти щодо окремих випадків порушення прав людини, країн та справ.

Що це означає на практиці - в різних секціях значно відрізнятиметься. Хтось може зосередитись лише на одному чи двох міжнародних пріоритетних для AI питаннях, у яких уряд може відігравати корисну роль і де є шанси на успіх.



Надішліть правильного посланця з вірним повідомленням для досягнення потрібної мети.

Ефективна діяльність

Лобіювання місцевих урядів, щоб ті слідували рекомендаціям AI є одним з найбільш дієвих методів, за допомогою яких AI може спровокувати ефективні заходи на захист жертв порушень прав людини.

AI



місцевий уряд



цільовий уряд



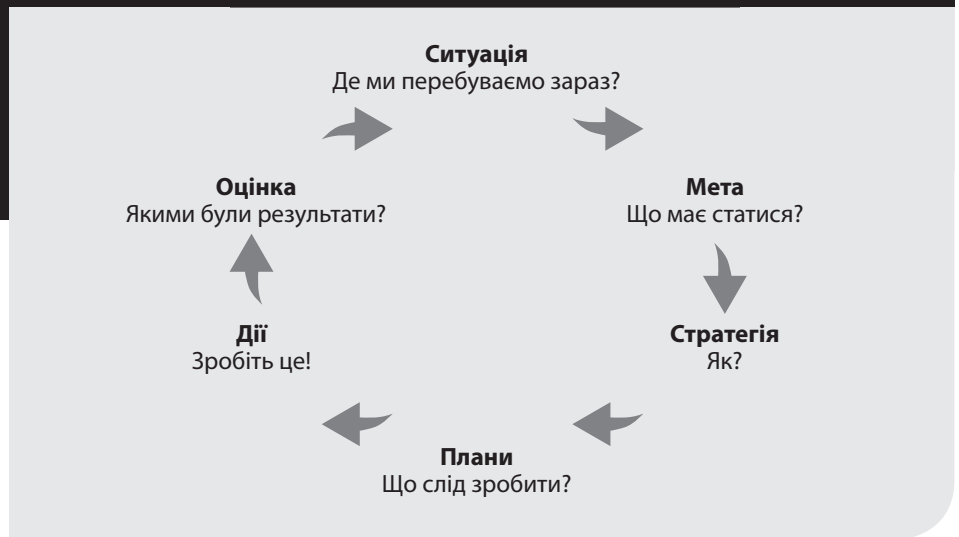
звільнений в'язня сумління

Лобіювання невеликих секцій, дуже часто разом з менш впливовими урядами, є настільки ж важливим, як і лобіювання великими секціями AI.

- Як місії AI, так і більш широко правозахисному руху зашкодило б, якби лише декілька урядів говорили б та були активними у діяльності із захисту прав людини.
- У багатьох міжнародних урядових форумах, включно з Генеральною Асамблеєю ООН, кожна держава має один голос.
- Малі держави часто приймають або підтримують окремі ключові ініціативи, які вони можуть взяти на себе як «свої» проблеми.
- Малі держави часто отримують принаймні тимчасові повноваження, наприклад, коли вони приймають великі конференції або головують у міжурядових організаціях.

Загальне лобіювання

Створення стратегії лобювання



Підказка

В державних системах, де представники обираються і є підзвітними виборцям, діяльність членів АІ у цих сферах виглядає найбільш ефективною.

Навіщо потрібна стратегія лобювання?

- Вона дозволяє найкраще використувати обмежені ресурси.
- Вона надає узгодженості нашій роботі та забезпечує її послідовність та неупередженість.
- Вона дає нам можливість визначити успіхи та помилки.
- Вона покращує нашу здатність гнучко реагувати.

Дослідження та аналіз

Відправним пунктом для розробки стратегії є дослідження та аналіз ситуації, у якій ви перебуваєте, вивчення проблем, які ви намагаєтесь подолати, огляд можливостей, якими ви могли б скористатись, та доступних ресурсів.

Це слід робити стосовно окремих кампаній. Крім того, вивчення потрібно зробити на більш загальному рівні, щоби підготувати таке стратегічне бачення на тривалий час, для ініціатив індивідуального лобювання.

З досвіду АІ, найбільш успішні підходи до уряду мають місце у середовищі, в якому можна започаткувати добрі відносини на тривалий час з окремими особами та установами, навіть у випадку збереження основних розбіжностей.

Уряди можуть бути готовими прислухатися до АІ з низки причин, але для цього, АІ мають сприймати, як поважну та надійну організацію. Таким чином, розробка успішної програми підходів до місцевого уряду включає огляд того, як сприймають АІ у вашому суспільстві. Така повага та довіра може ґрунтуватись на низці факторів:

- відображення повноважень АІ у міжнародних стандартах;
- достовірність інформації АІ та актуальність рекомендацій АІ;
- кількість та діяльність членів АІ;
- підтримка АІ з боку всього політичного спектру та багатьох організацій;
- послідовність та збалансованість роботи АІ у багатьох різних країнах;
- обізнаність та довіра до окремих членів.

Під час розробки довгострокової програми підходів до уряду та щодо окремих пи-

тань, у яких уряд може не захотіти вжити заходів, необхідно надати цим факторам більшого значення через діяльність з проведення публічних кампаній, так само як і через лобювання «за лаштунками».

Цілями стратегії підходів до місцевого уряду слід визначити:

- роль та потенціал вашого уряду діяти у міжнародній та місцевій діяльності з огляду на занепокоєння АІ;
- вплив вашого суспільства на міжнародну та сучасну місцеву політику вашого уряду;
- можливі напрямки для більш широкого включення прав людини в зовнішню, торговельну та іншу політику;
- того, як працює ваш уряд (кого АІ має лобювати та чому).



ЗАПИТАННЯ

- ❑ Чи підписав та ратифікував ваш уряд усі базові угоди із захисту прав людини? (У Доповіді організації «Amnesty International» викладено інформацію про ратифікацію у більшості країн).
- ❑ Чи готував ваш уряд чіткі політичні заяви та зобов'язання стосовно міжнародних правозахисних питань?
- ❑ Чи є парламентський контроль або інші офіційні механізми моніторингу політики уряду?
- ❑ Чи існують якісь механізми незалежного аналізу зв'язків між правами людини та зовнішньою, торговельною та оборонною політикою? Хто відповідає за ці механізми? Кому вони підпорядковуються?
- ❑ Чи існують формальні механізми для АІ та інших організацій із захисту прав людини, щоб впливати на полі-

Готуючи стратегію лобіювання корисно враховувати, чому ваш уряд може бути готовим діяти у галузі захисту прав людини. Причини можуть бути такими:

- особиста прихильність окремих міністрів або офіційних осіб;
- уряд серйозно ставиться до офіційних зобов'язань за міжнародними угодами;
- власні інтереси уряду, оскільки хороший звіт з прав людини може сприяти економічному розвитку або іншому поступу;
- чутливість уряду до його міжнародного іміджу та його бажання виглядати добрим членом міжнародної спільноти;
- можливості грати роль у міжнародних організаціях;
- гордість за національні цінності, які збігаються з міжнародними цінностями прав людини.

Чому уряд має захищати права людини?

тику в цілому та щодо окремих країн або питань?

- ❑ Чи має ваш уряд специфічні військові, економічні або культурні зв'язки з іншими країнами, якими він міг би впливати? Що це за країни? Які джерела впливу у цих країнах?
- ❑ У яких органах міжурядових організацій ваш уряд має своє представництво? Чи має він представництво у Комісії ООН з прав людини, Раді Безпеки ООН, Світовому банку та регіональних міжурядових організаціях?
- ❑ Кого має лобіювати АІ? Які міністри, департаменти та групи за інтересами беруть участь у формуванні зовнішньої (або іншої актуальної) політики в цілому та стосовно окремих країн або питань? Чи має АІ доступ до цих людей?
- ❑ Хто відповідає за зовнішню політику у політичних партіях?
- ❑ Чи впливають засоби масової інформації на зовнішню або торговельну політику? Чи є засоби масової інформації, які мають більший вплив стосовно деяких країн або питань, ніж інші? Чи мають деякі журналісти більший вплив на політику, ніж інші?
- ❑ Наскільки важливою для зовнішньої політики та практики (в цілому та для окремих країн) є громадська думка, виражена в опитуваннях громадської думки, написанні листів окремим політичним діячам або офіційним особам, листах до засобів масової інформації, вуличних протестах та ін.?
- ❑ Чи можуть конкретні особи, такі як судді, академіки, письменники або телевізійні діячі, мати більший вплив на політику, ніж інші люди?
- ❑ Як організоване міністерство закордонних справ? Чи є в ньому спеціалісти з окремих країн та тематик? Чи має АІ прямиий контакт з ними?

- ❑ Чи існує інституційний орган з формування політики у галузі прав людини у міжнародних відносинах, такий як підрозділ з прав людини? Чи має АІ прямиий контакт з ним?
- ❑ Чи існує спеціальне законодавство з прав людини у контексті військових або економічних зв'язків або розміщень армії, сил безпеки та поліції?
- ❑ Чи є більш широка виборча підтримка включення прав людини у зовнішню політику, наприклад інших неурядових організацій?
- ❑ Чи проходить персонал міністерства зовнішніх справ та інших відповідних департаментів уряду підготовку з прав людини?
- ❑ Чи має уряд або чи має він намір розробити стратегію з прав людини стосовно конкретних країн?

Визначення цілей

Загальна мета програми лобіювання АІ полягає у забезпеченні того, щоб заохочення та захист прав людини стали ключовим компонентом міжнародних відносин уряду (та відповідної внутрішньої політики). В залежності від того, наскільки досяжною є ця мета, слід визначити інші короткотермінові цілі на основі вашого аналізу поточної ситуації.

Цими цілями можуть бути:

- поширення публічних дебатів про зовнішню політику та права людини;
- розширення контактів з виборними представниками та політичним партіями щодо міжнародної правозахисної тематики;
- проведення щорічного незалежного огляду дій уряду з прав людини;



«Представники АІ можуть розповісти багато історій про незвичайні події, випадкові зустрічі або мимохідь зроблені зауваження під час ланчу, що мали такий же серйозний вплив, що й ретельно сплановані акції з лобіювання».

**Гелена Кук,
колишній директор LIOP в Міжнародному Секретаріаті**

Діяльність міжурядових організацій є роботою з проведення кампанії. Робота міжурядових організацій не є зазвичайною. Як більша частина діяльності АІ вона спрямована на зміну риторики, політики та дій держав. Вона відрізняється тим, що працює з державними членами міжурядових організацій. Як в інших кампаніях, у роботі міжурядові організації користуються кількома методами впливу на уряди, включаючи проведення публічних кампаній, масове написання листів та роботу із засобами масової інформації. Додатковим шаром є робота секцій з лобіювання місцевого уряду та пропагандистська діяльність, яку Міжнародний Секретаріат здійснює безпосередньо на форумах міжурядових організацій.

- доступ та добрі робочі відносини з ключовими офіційними особами в підрозділі з прав людини міністерства зовнішніх справ;
- доступ до та вплив на міністра закордонних справ, президента та/або прем'єр-міністра;
- згода міністерства закордонних справ вживати заходів та діяти щодо кожного випадку, на який АІ звертає його увагу;
- мати провідну роль щодо конкретної країни/ питання прав людини у міжнародних організаціях.

Якими б не були ваші цілі, ви повинні прагнути до поступу, щоб їх досягти, настільки, щоб ви могли оцінити свою стратегію та роботу.

Як досягти цілей

Як тільки ви зрозумієте, чого ви хочете, наступним кроком - вирішити яким шляхом найкраще цього досягти.

- **Хто вам потрібен для вжиття заходів?** Міністр закордонних справ/президент, ін.?
- **Хто або що може вплинути на них?** Поради від їх офіційних осіб або департаментів? Вплив колег у партії або конкретних комітетів чи організацій? Незалежні експерти? Колонки редакторів або висвітлення у новинах засобами масової інформації? Тиск громадськості через написання листів?
- **Хто або що може перешкоджати діям, яких ви прагнете?** Бюрократичний опір новим ініціативам? Окремі чинов-

Методи проведення кампанії

Для АІ буде вигідно, якщо для отримання дій уряду не потрібно буде використовувати більше енергії або ресурсів, ніж для телефонного дзвінка або зустрічі. Однак, існує ціла низка методів проведення кампанії, які будуть необхідними та дієвими у різних випадках.

АІ, як правило, необхідно грати і роль «інсайдера» (лобіювання у коридорах влади), і роль «аутсайдера» (публічно та голосно закликати уряд змінити його політику та дії). Політики та державні службовці часто натякатимуть, що проведення публічної кампанії матиме зворотній результат. Тим не менш, здатність АІ мобілізувати тиск громадськості та наше зобов'язання висловлюватися щодо прав людини, є базою нашої надійності як лобістів.

ники/департаменти? Інші політичні, економічні чи військові інтереси? Як ви можете зробити цю протидію неефективною?

- **Наскільки важливою є координація?** Якими є обмеження у координації? Чи повинні ключові особи/органи підтримати питання у визначену дату? Чи є крайній термін для публічного представлення перед ухваленням рішення?

Діяльність

Реалізація вашої стратегії ймовірно включатиме виготовлення потрібної документації, підготовку та проведення зустрічей, підготовку матеріалів для учасників та ін. Далі наведені практичні поради щодо матеріалів, лобіювання за допомогою листів та зустрічей.

Моніторинг та оцінювання

У підготовку стратегій включають методи, за допомогою яких ви можете відстежувати ваші успіхи та оцінити результативність стратегії. Це означає, що вам необхідно переконатися, що встановлені цілі є конкретними та піддаються вимірюванню.

Однією з переваг програми комплексного лобіювання є те, що ви ймовірніше зможете отримати раннє, або ж ще більш раннє повідомлення про питання, які стосуються АІ. Це підвищує можливість впливу на результати. З іншого боку, відносини і довіра з тими, кого необхідно лобіювати, вже існують.

Навіть там, де відносини АІ та уряду носять конструктивний характер, а уряд є прихильником діяльності у галузі прав людини, неминуче траплятимуться випадки, коли він не буде бажати вжити необхідних заходів. За цих обставин телефонного дзвінка або зустрічі буде замало. У такому випадку слід застосувати низку методів, які мають підштовхнути уряд зробити те, чого він уникає.

Які методи будуть ефективними, залежатиме від системи управління та від того, як ця система працює у різних випадках.

Усі структури АІ мають звикнути до здійснення впливу на закордонні справи їхніх власних урядів на ранньому етапі їхньої роботи, включаючи ті, що стосуються міжурядових організацій. Навіть якщо секція

СЦЕНАРІЙ 1

Кого вам потрібно переконати вжити заходів? Конституційний суд.

Хто або що вірогідно переконає їх? Правові аргументи, пов'язані з положеннями конституції та міжнародними стандартами. Конкретні судді, адвокати організацій, конкретні політики, міжнародне занепокоєння/тиск.

Хто або що є тими людьми/факторами, які можуть протистояти діям, яких ви вимагаєте? Поліцейські об'єднання, деякі судді, деякі політики, засоби масової інформації/громадська думка.

Терміни? Конституційний суд обмежив процес прийому заявок від експертів та неурядових організацій певною датою.

Можлива стратегія: Подати заяву, яка б включала аргументи, в яких використовуються міжнародні стандарти. Визначити ключових суддів, політиків та юридичних організацій і переконати їх зробити приватні або публічні подання до Конституційного суду. Просити діяльності від суддів та адвокатів на міжнародному рівні. Забезпечте підтримку редакційних коментарів, якщо громадська думка стає ворожою. Якщо позиція поліції вірогідно стає загрозою, визначте працюючих або звільнених офіцерів високого рангу та спробуйте отримати аболіціоністські аргументи.

СЦЕНАРІЙ 2

Кого вам потрібно переконати вжити заходів? Парламент (більшість депутатів).

Хто або що вірогідно їх переконає? Політика партії, це питання, яке було визначене як питання особистого сумління та відповідальності, ставлення спільноти, поважних організацій, релігійних лідерів, окремих суддів, юридичних організацій, міжнародної занепокоєності/тиску.

Хто або що є тими людьми/факторами, які можуть протистояти діям, яких ви вимагаєте? Поліцейські об'єднання, деякі судді, страх перед криміналом, засоби масової інформації/ громадська думка.

Терміни? Парламент запланував голосування з скасування смертної кари протягом 6 тижнів.

Можлива стратегія: Шукати прихильності від політичних партій щодо скасування смертної кари або проведення голосування індивідуально. Визначити тих членів парламенту, які за та проти, і тих, які швидше за все змінять свою думку. Зосередьте зусилля на тих, хто швидше за все змінить свою думку. Якщо громадська думка є ворожою до скасування смертної кари, або змінить її (якщо це реальне завдання), або визначте це питання як таке, для вирішення якого громадська думка не має бути найважливішим фактором. Попросіть групи осіб написати листи та зустрітися з конкретними членами парламенту.

ще не в змозі розробити структуровану програму лобювання місцевого уряду, вона все ж може вплинути на свій уряд за допомогою описаних інших методів проведення кампанії. Вплив на ваш місцевий уряд, включно з питаннями роботи в міжурядових організаціях, має стати частиною щоденної роботи руху на усіх рівнях.

Діяльність учасників

Уряди, як правило, реагують на тиск з боку спільноти. Тому AI повинна розробити стратегію їх успішного залучення та надати їм ресурси для діяльності.

- Організуйте написання листів з обраних питань групами AI та іншими членами до конкретних членів уряду або

виборних представників.

- Переконайтесь у тому, що усі групи AI шукають зустрічей зі своїми виборними представниками як виборці, щоб висловити занепокоєність. Звертайтеся до конкретних впливових представників та членів уряду.
- Проведіть заходи у рамках кампанії, такі, як зустрічі з громадськістю та акції протесту у виборчому окрузі/місці проживання виборних представників.
- Забезпечте, щоб усі групи AI у залучали громадськість для того, щоб переконати спільноту підтримати позицію AI. Попросіть релігійні організації, жіночі організації та інших написати листи, підписати короткі заяви, розповсюдити петиції та ін.

- Попросіть групи АІ написати у засоби масової інформації.
- Залучіть членів до публічних протестів в рамках або за межами важливих урядових зустрічей.

Засоби масової інформації

Засоби масової інформації можуть запропонувати можливості впливу на уряд. Багато організацій звернуться до засобів масової інформації, якщо не зможуть досягти своїх цілей за допомогою зустрічей та інших методів. Засоби масової інформації можуть бути корисними для підняття актуальних питань та перегляду питань. Вони також можуть бути засобом тиску на уряд, щоб встановити його позицію для публічного звіту.

Однак, легко переоцінити вплив засобів масової інформації. Діапазон їхньої уваги часто невеликий, у той час як процес формування урядової політики є, як правило, дуже тривалим. Багато видань зацікавлені, головним чином, у конфлікті, тому що вони вважають це більш цікавим для своєї аудиторії. За цих обставин проблеми можуть подаватись надто спрощено, а позиції – стереотипно, іноді навіть так, що це не буде корисно для АІ. Підтримання добрих зв'язків з журналістами може допомогти подолати цю проблему.

Прес-релізи, інформаційні брифінги, тематичні статті та авторські матеріали – всі ці методи можна використовувати (докладніше дивіться у Розділі 9).

Залучення громадськості

Залучення громадськості – це інша техніка, яка може бути корисною у випадках, коли уряд відмовляється реагувати на занепокоєність АІ. Визначте ті організації, які, ймовірно, найсерйозніше впливають на уряд та змусьте їх, підтримуючи занепокоєння АІ, лобювати уряд.

Крім того, визначте інші організації, які можуть поділяти погляди АІ на проблеми/країни, а також більш широкі інтереси, та працюйте з ними. Деякі секції АІ беруть участь у координаційних комітетах правозахисних організацій у статусі спостерігачів. Ці комітети можуть виникати у зв'язку із спільними цілями та стратегіями щодо різних урядів.

Уряди будуть очікувати, що АІ та інші неурядові правозахисні організації будуть наводити певні аргументи. Мобілізація жіночих організацій, релігійних груп, профспілок та лідерів бізнесових структур може мати серйозніший вплив, оскільки означатиме, що це питання більш широких інтересів.

Контролюємо підзвітність уряду

Прозорість та підзвітність є ключовими загальними завданнями для АІ щодо зовнішньої політики та прав людини. У різних країнах АІ та інші активісти-правозахисники проводили кампанії на підтримку інституційних реформ, які б поставили права людини на більш високий рівень у порядку денному урядової політики та в більшій мірі залучили б неурядові організації і ширшу громадськість до консультацій та контролю політики. Деякі з прикладів наведені нижче:

■ Огляди двосторонніх відносин

У деяких країнах парламент може проводити офіційні розслідування щодо двосторонніх відносин з іншими країнами. Матеріали отримані від громадських та зацікавлених організацій (включаючи АІ) можуть піднімати питання захисту прав людини, стосуватись деяких аспектів відносин (включаючи переміщення військових, поліцейських з'єднань та сил безпеки), пропонувати заходи щодо початку обговорення або послідовного відстоювання певних питань із захисту прав людини, використовуючи різні компоненти

двосторонніх відносин та ін. Такі запити можуть бути метою лобювання, надавати подальші можливості для лобювання та самі по собі можуть стати методом стимулювання урядового інтересу.

■ Щорічні огляди правозахисних заходів

Австралійський парламент започаткував проведення щорічного урядового огляду правозахисних заходів, до якого пропонують додавати матеріали громадськості і для якого проводять громадські слухання для зацікавлених неурядових організацій. Деякі уряди також організовували одноразові огляди зовнішньої політики, як це зробив уряд Ірландії у середині 90-х.

■ Парламентські групи АІ

Деякі Секції створили групи АІ з числа членів парламенту як засіб підвищення статусу лобювання АІ і влади. Саме на прохання такої групи в Австралійському Федеральному Парламенті Департамент закордонних справ Австралії взяв на себе зобов'язання діяти по кожній виданій АІ

Липень: AI робить огляд та оцінювання останньої (березневої) сесії Комісії з прав людини. Обирає країни та питання для розгляду на наступній сесії.

Вересень: Міжнародний секретаріат розсилає початкові вказівки щодо пріоритетних країн та тем для розгляду на наступній сесії Комісії.

Жовтень: Секції обговорюють питання/країни з урядом. Уряд висловлює бажання підтримати проект декларації, яку підтримує AI, та своє небажання підтримати заходи щодо конкретної країни. Секція повідомляє реакцію Міжнародному Секретаріату.

Листопад: Міжнародний секретаріат та Секція проводять консультації. Міжнародний Секретаріат має інформацію, що інші країни готові підтримати Декларацію та добиватись дій щодо конкретних країн. Секція та Міжнародний Секретаріат вирішують, чи зосередитись на підтримці Декларації, чи, крім того, посилити лобіювання, щоб подолати опір уряду щодо дій на адресу конкретної країни.

негайній дії. Запити від парламентських груп AI часто можуть отримати швидші та більш ґрунтовні відповіді, ніж стандартні запити.

■ Підрозділи із захисту прав людини

У відповідь на лобіювання AI та інших організацій, деякі уряди створили підрозділи із захисту прав людини в межах своїх департаментів закордонних справ. Роль цих підрозділів різна, але може полягати у тому, щоб:

- надавати консультації міністрам закордонних справ з питань прав людини та рекомендації щодо заходів у певних країнах/питаннях;
- забезпечувати надання інформації та проведення тренінгів з прав людини для дипломатів та іншого персоналу міністерства закордонних справ;
- вимагати від дипломатів піднімати справи або питання та вживати інших заходів;

- проводити огляд та надавати звіт щодо ситуації з прав людини у країні та запропонувати стратегії для її покращення;

- консультувати щодо проведення реформ та зміцнення міжнародних механізмів захисту прав людини.

Крім конкретних ініціатив, створення такого підрозділу може бути ефективною стратегією за спроби інституціоналізації прав людини в рамках урядової бюрократії, - і створення внутрішнього лобі дій з діяльності у галузі прав людини.

Таким чином, тривала політика може бути частково захищена від мінливостей політичних змін. Робота у галузі правозахисту може також розглядатися як корисна для професійного статусу окремих співробітників міністерства закордонних справ. Однак, вона також може спричинити відокремлення прав людини в одному підрозділі, де вона може бути ізольована та стане неефективною в формуванні ґрунтовніших змін.

Практики лобіювання

У процесі інформування та переконання тих, хто має владу і вплив із захисту та заохочення прав людини, використовується певна кількість методів. Ви можете вирішити, що необхідно скористатись діяльністю членів, впливом третіх сторін та розголосом у ЗМІ, або ж ви могли б просто поговорити з міністром закордонних справ за кавою. У довгостроковій перспективі успіх також залежить від:

- **Якості:** вона включає використання надійної інформації, доведення аргументів та реалістичні пропозиції з вирішення проблеми.
- **Ставлення:** Це означає залишатись відкритим та дружнім, стримувати свої

емоції, виконувати свої обіцянки та надавати певні постійні послуги.

Складові частини успішного лобіювання

- Чітке зосередження зусиль
- Чіткі та досяжні цілі
- Довіра до організації
- Достовірна та надійна інформація та повідомлення

- Доступ до цільових груп
- Актуальна інформація
- Аналіз теми
- Професійна презентація
- Ресурси
- Вибір часу

гою корисних контактів.

Листи

Загалом, індивідуальні листи зазвичай не є дуже ефективним засобом лобіювання. Однак, вони можуть почати розмову або доповнити інше лобіювання.

Вибір проблем

Хоча лобіювання фокусується на важливій події, такій як засідання Комісії ООН з прав людини або довготривалих цілях, AI, швидше за все, має набагато більше інтересів у галузі прав людини, ніж вона може підняти на одному засіданні або за певний період часу. Щоб бути ефективними, слід обирати невелику кількість питань та зосередити зусилля на них. Такі критерії можуть допомогти процесу вибору:

- Документи МС перераховують основні питання, які ми можемо піднімати разом з нашим місцевим урядом, а для конкретних засідань у них має міститися перелік пріоритетних країн (у цих циркулярах також вказується, які секції, зокрема, мають лобіювати свої уряди).
- Чи займає ваш місцевий уряд таку позицію, яка б могла вплинути на ситуацію з прав людини в інших країнах та на дії міжурядових організацій?
- Стратегія тривалого лобіювання вашої секції та потреба у послідовності та збалансованості. Наприклад, не рекомендується, щоб одне, можливо суперечливе питання, переважало.
- Аналіз секції. Ви, ймовірно, будете більш ефективними, якщо зосередитесь на країнах/темах, аналіз яких ви маєте в рамках секції або за допомо-

- **Структура листа:** заявіть, що ви загалом хочете, спробуйте прихилити їх на сторону ваших цілей, покажіть їм, як їх досягти, та вкажіть їм переваги від такої діяльності.
- **Інформація:** з'ясуйте точне ім'я адресата, його посаду та як звертатися до нього. Зверніться до того, хто на нього впливає.
- **Зробіть лист особистим:** використовуйте повне ім'я, розкажіть, хто ви та підпишіть лист власноруч.
- **Зробіть його лаконічним:** використовуйте короткі речення та не включайте до нього більше деталей, ніж потрібно.
- **Зробіть його привабливим для читання:** використовуйте привабливе розміщення, вирівнювання зліва, буде більш доречним, і не більше ніж 5 рядків в одному абзаці.
- **Пояснюйте:** будьте обережні, пояснюючи інформацію, – користуйтеся простою мовою.
- **Наводьте переліки:** об'єднайте по п'ять питань, використовуючи жирні крапки, щоб звернути увагу.
- **Будьте ввічливими:** образливі зауваження можуть відправити ваш лист у кошик для сміття.
- **Змусьте їх читати:** посилайтесь на їхні вірогідні інтереси, звертайтеся до можливих побоювань або сумнівів і

Складні питання

Незважаючи на досвід вашої делегації та вашу підготовку, вам можуть поставити незручні питання або такі, на які ви не зможете дати відповідь на місці. Вам можуть допомогти такі відповіді:

«Я не знаю, але я це з'ясую та сповіщу вас...»

«Так, але...»

Змініть тему: «Я думаю, що нам потрібно говорити не про те, чого заслуговують злочинці, а про те, як цивілізоване суспільство має поводитися зі своїми громадянами...»

Перекладіть важкість доведення на того, хто ставить запитання: «А чому ви вважаєте, що...»

Використайте ваші спеціалізовані знання, щоб навести факти.

Зверніться до спільних інтересів або простого почуття гуманізму.

використовуйте позитивні висловлювання.

- **Просіть по діяльність:** апелюйте до їх готовності допомогти, надайте рекомендації, скажіть їм, яким ви бачите наступний крок, і дайте знати про додаткову інформацію/телефонні дзвінки/візити.
- **Надішліть копію до вищої інстанції:** це має збільшити шанс отримати відповідь.

Телефонні контакти

- **Перший контакт:** дайте знати листом про запланований телефонний дзвінок, з'ясуйте ім'я/оточення/посаду цільової особи.
- **Секретарі:** подружіться з ними, запам'ятайте їхні імена, попросіть їх про допомогу.
- **Підготуйтеся:** складіть план запланованого дзвінка – питання, які б ви хотіли втілити – ваші максимальні та мінімальні цілі, очікуваний напрямок розмови, можливі заперечення і способи їх подолання та тримайте під руками допоміжні матеріали на випадок, якщо вони вам будуть потрібні.
- **Приверніть їх увагу:** у вас буде 45 секунд, щоб захопити їх інтерес – розкажіть їм, хто ви, втягніть їх у розмову, ставлячи питання, відповідно будуйте ваше повідомлення, будьте відкритим та проявіть ентузіазм у тому, чого ви хочете.
- **Робіть нотатки:** запишіть рішення, корисну інформацію для покращення вашої тактики наступного разу та найкращі часи для здійснення дзвінків.
- **Розмовляйте тепло та з повагою:** створіть приємну атмосферу.
- **Будьте позитивними:** не використовуйте негативні формулювання, зробіть так, щоб легше було сказати «так» замість «ні».
- **З «важкими» контактами:** почніть з рекомендації від когось-небудь, кого вони знають, запитайте, чому вони не зацікавлені, попросіть сказати чи не знають вони когось, кому було б цікаво.
- **Досягніть певної угоди:** підсумуйте, що вони роблять, що ви робите, та наступні кроки.
- **Після цього:** надішліть лист подяки та підтвердження результатів.

Лобювання під час зустрічей

Проведення зустрічі – це один з базових видів діяльності усіх типів лобювання. Типова зустріч з представниками місцевого уряду триває не більше години. Щоб ця зустріч була ефективною, вам потрібно:

- ретельно підготуватися перед зустріччю;
- переконатися протягом зустрічі, що ваші цілі зрозумілі;
- не піднімайте багато питань – дайте знати про одне або два найважливіші повідомлення, які ви хочете передати, особливо, якщо зустріч коротка;
- вжити належних заходів, щоб виконати рішення зустрічі.

Підготовка до зустрічей:

Секрет гарної зустрічі – це ретельна підготовка, роздуми про «найгірший сценарій» і як з ним мати справу, та репетиція.

✓ Список для перевірки

Планування зустрічі

- ✓ **Хто відповідальний за підготовку зустрічі?**

Ім'я людини.

- ✓ **Дізнайтесь про людей, з якими ви будете зустрічатися.**

Чи зустрічалися вони раніше з АІ? З якого питання? Яким був результат? Чи є вони членами АІ? Чи знає хтось з членів АІ когось з цих людей особисто? Якщо зустріч вже була, хто був на ній присутній? Прочитайте нотатки зустрічі. Яку роль відіграють люди, з якими ви зустрічаєтесь, та якими є межі їх повноважень? Яких заходів вони можуть вжити? Чи «стоїть» за ними щось або чи мають вони конкретні інтереси, які можуть виявитись актуальними? Якщо ця людина є політиком, тоді отримайте його/її політичну біографію. Чи брав (брала) він (вона) участь у спеціальних кампаніях/акціях? Чи контактує він/вона з іншими організаціями? Чи виступав (виступала) він (вона) коли-небудь публічно на підтримку прав людини, біженців та шукачів притулку? Чи має він/вона контакти з іноземними державами?

- ✓ **Сплануйте зустріч**

Для чого ця зустріч? Це ознайомча зустріч з новим міністром? У листі, де ви просите особу про зустріч, слід вказати конкретні

Секціям слід з'ясувати для себе варто чи ні, і наскільки можливо мати матеріали, або принаймні резюме іншою мовою.

Активне слухання

Слухати

Концентрація

Розуміти без суджень

Відкрити особистий інтерес

Рухатись далі без тиску

Уважно

Ставити питання

Давати сигнали зворотнього зв'язку на знак розуміння

Демонструвати зацікавленість та надавати позитивну підтримку

питання, які ви хочете обговорити та дату, коли було б бажано зустрітись. Забезпечте необхідні супровідні документи. Складіть список делегації AI: директор секції, голова, член координаційної групи?

✓ **Оберіть членів делегації та розподіліть ролі**

Для лобіювання важливо, щоб делегація AI складалась з принаймні двох, але, зазвичай, не більше трьох осіб. Це дозволяє:

- робити нотатки для подальших офіційних запитів та підтвердження результатів;
- підняти чимало різноманітних питань різними учасниками та донести різні експертні думки;
- вирішувати складні ситуації з більшою впевненістю.

Наприклад, можливо старший штатний співробітник/доброволець AI та спеціаліст з певної країни беруть участь у засіданні і, таким чином, надається експертиза AI і в цілому, і також певної країни/питання. Ролі серед різних членів делегації розподіляються наступним чином:

- лідер делегації, який представляє інших членів делегації, діє як її головуючий, викладає запропонований порядок денний розмови, діє як головний доповідач та підсумовує результати зустрічі;
- учасник-спеціаліст, який озвучує конкретні застереження AI та бажану діяльність;
- член AI, який висловлює позицію AI більш загально (важливо зробити це на початку першої зустрічі) та робить нотатки.

✓ **Підготуйте зустріч**

З'ясуйте, якою є мета цієї зустрічі, та який результат ви хочете отримати. Складіть детальний перелік тем зустрічі та роздайте його членам делегації. Делегація повинна зустрітись до розмови та підготуватися разом (хто що буде казати, хто, в цілому, буде представляти AI, хто буде говорити про проблеми та ін.). З'ясуйте, яку документацію вам необхідно буде взяти та яку залишити у них. Проведіть репетицію зустрічі. Це може допомогти уточнити аргументи, з'ясувати ролі членів делегації та допоможе передбачити питання або проблеми, які можуть виникнути.

Ефективна зустріч:

Припустимо, що ви змогли домовитися про зустріч у потрібний час з потрібною людиною, успішність вашого лобіювання залежить від ефективної презентації вашої справи. Щоб це зробити, вам по-

трібно розглянути як матеріали та документацію, яку ви використовуєте, так ваш спосіб проведення зустрічі.

✓ **Список для перевірки**

Ефективні зустрічі

- ✓ **Мати чітку, досяжну мету.**
- ✓ **Вирішити хто і що має намір говорити.**
- ✓ **План різних варіантів відповідей.**
- ✓ **Вдягніться відповідно: демонстрація дрес-коду підвищує рівень довіри.**
- ✓ **Сядьте зручно, розслабтесь.**
- ✓ **У разі потреби підтримуйте зоровий контакт.**
- ✓ **Підтримуйте позитивну атмосферу: уважно слухайте та показуйте зацікавленість та розуміння поглядів співбесідників.**
- ✓ **Точно викладіть вашу справу.**
- ✓ **Висловлюйте ваше прохання про допомогу явно.**
- ✓ **Підтримуйте дискусію за темою: підсумовуйте прогрес, не бійтеся переривати розмову та дозволяйте, щоб вас переривали.**
- ✓ **Впевнено поведіть з питаннями.**
- ✓ **Перед тим, як піти, уточніть, про що ви домовилися.**

Документація:

Визначте об'єм/детальність матеріалів відносно вірогідності їх прочитання. Визначте найкращий час для надсилання матеріалів. Якщо ви надішлете їх задовго, про них забудуть, але якщо вони надійдуть дуже близько до зустрічі, не буде часу для їх вивчення. Не думайте, що всі прочитають заздалегідь. Візьміть з собою другий примірник (або достатню кількість) усіх матеріалів.

✓ **Список для перевірки**

Після зустрічі

- ✓ **Хто відповідальний за діяльність після зустрічі? Ім'я людини.**
- ✓ **Надішліть лист подяки цій людині за зустріч, зазначивши обіцянки, які він (вона) зробив (зробила).**

- ✓ Зробіть письмовий звіт про зустріч для ваших записів для АІ. Розповсюдьте доповідь між тими учасниками АІ, яких вона може зацікавити.
- ✓ Підтримуйте зворотній зв'язок з МС.
- ✓ Через деякий час зателефонуйте цій людині знову та запитайте, чи дотримуються вона своїх обіцянок.

Структури лобювання

Більшість секцій не роблять великої різниці між лобюванням їхнього власного уряду з питань місцевої політики, двосторонньої співпраці країн або питань у контексті роботи міжурядових організацій. Насправді, важливо мати хорошу загальну координацію лобювання та його поєднання з проведенням кампанії.

В межах МС більшість запитів лобювання будуть надходити з регіональних програм стосовно певних країн або з правових та міжнародних програм організації (LTOP) стосовно роботи міжурядових організацій. Програма Проведення кампанії та відповідей на кризи відповідальна за загальну координацію календаря акцій і відіграє провідну роль стосовно тем кампаній, роботи з питань переміщення сил оборони, безпеки та правоохоронців і роботи у галузі економічних відносин та прав людини. Програма досліджень та виконання мандату (RMP) лідирує у роботі щодо біженців.

Програма МС для юридичних та міжнародних організацій є головним контактним центром для координаторів міжурядових організацій та інших координаторів з проведення кампаній щодо міжурядових організацій. Інші програми

МС також впроваджують ініціативи щодо певних регіональних міжурядових організацій або тем. Хоча координатори міжурядових організацій повинні проводити лобювання та інші кампанії з питань міжурядових організацій, прес-аташе секції та координатори з проведення кампанії мають розуміти засади роботи міжурядових організацій та тісно співпрацювати з координаторами міжурядових організацій. Координатори по країнах та мережі спеціалістів, таким, як адвокатські групи, повинні вивчити інформацію про роботу міжурядових організацій та бути спроможними очолити кампанію щодо міжурядових організацій у своїй галузі.

На рівні секції є майже стільки ж структурних моделей, скільки і структур. Наведена нижче - має на меті надати лише загальний огляд функцій таких програм з роботи з місцевим урядом та ресурсів, які можуть бути потрібними.

Створення робочої групи для лобювання:

- Одна, або дві людини на початку.
- Розподіліть основні ролі.
- Визначте, яка адміністративна підтримка вам потрібна.
- Визначте, які тренінги вам потрібні.
- Визначте зовнішні ресурси та експертів.
- Працюйте з МС, щоб визначити відповідні заходи (не намагайтеся зробити все одразу).
- Забезпечте регулярний зворотній зв'язок від МС до секцій та від секцій до МС.

Двосторонні дії урядів із прав людини

Дипломатичний протокол, інерція та встановлена практика можуть обмежити готовність уряду та його офіційних осіб вжити заходів щодо прав людини окремих громадян в інших країнах. На практиці ці перешкоди можуть і долались за допомогою політичної волі, індивідуальної ініціативи та фантазії. Лобювання та інші кампанії АІ можуть все це забезпечити.

Нижче наведений перелік деяких дій, щодо яких АІ відомо, що уряди зробили їх у зв'язку з міжнародною діяльністю з прав людини. Ви можете посилатись на деякі з них під час зустрічі з вашим урядом.

Негайні дії

У відповідь на лобювання міністерство закордонних справ щонайменше одного

уряду дало обіцянку діяти за кожною негайною дією, виданою АІ. У країнах, в яких є посольства, персонал посольства просять робити запити і довести до відома уряду застереження, щодо якого вони є. У разі відсутності посольства використовують інші дипломатичні канали. Будь-яка з'ясована інформація передається назад до міністерства закордонних справ, яке потім передає цю інформацію назад до АІ.

Зустрічі з місцевими неурядовими правозахисними організаціями та активістами

Уряди можуть сигналізувати про свої

зобов'язання щодо прав людини за допомогою зустрічей з місцевими правозахисними організаціями та активістами. Якщо немає ризику того, що це може бути небезпечним для активістів під загрозу, це можна тільки вітати. Ці зустрічі можуть проводитись у будинках або офісах цих неурядових організацій/активістів або в посольстві.

Формально, запрошення неурядових правозахисних організацій та активістів відвідати офіційні прийняття або обіди в посольстві може:

- допомогти вибудувати законність правозахисного активізму;
- забезпечити певний захист для тих, хто схильний до ризику, демонструючи до них міжнародний інтерес;
- забезпечити те, що персонал посольства буде постійно отримувати інформацію про еволюцію, тенденції та думки про права людини у країні.

Участь у зустрічах та інших заходах неурядових організацій

Дипломатичний персонал може відвідувати зустрічі та інші заходи, що показати зацікавленість у роботі неурядових правозахисних організацій. За деяких обставин це може також діяти як стримуючий фактор від фізичних атак або переслідування активістів.

Робимо дипломатів відповідальними

Лобювання може бути використане для того, щоб впевнитись, що робота з питань прав людини розглядається як одна з галузей відповідальності роботи дипломатів. Це може означати:

- проведення брифінгу з АІ та іншими неурядовими правозахисними організаціями перед від'їздом з країни для вступу на посаду;
- звітувати до місцевого уряду щодо розвитку та порушень прав людини;
- консультування щодо стратегії з утвердження поваги до прав людини;
- знання того, яка діяльність може бути найбільш ефективною в окремих випадках, наприклад, чи є конкретні міністри уряду відповідальними та як на них можна вплинути;
- призначення спеціального персоналу посольства з питань прав людини.

Спеціальні програми відвідувань

Деякі уряди мають спеціальні програми відвідувань, в рамках яких гостей з-за кордону запрошують до країни, як особистих (офіційних) гостей міністра закордонних справ. За цими програмами серед гостей можуть бути активісти з питань захисту прав людини з різних країн.

Формальна програма такого візиту може включати зустрічі з іншими урядовцями та правозахисними організаціями, які можуть надавати необхідну матеріальну, моральну або інші форми підтримки.

Робота засобів масової інформації, пов'язана з цими візитами, може допомогти поглибити розуміння засобів масової інформації та спільноти із захисту прав людини у країні гостя. Такі поїздки можуть допомогти надати активістам міжнародний статус, який гарантуватиме певний рівень безпеки.

Практична та матеріальна підтримка

Деякі уряди забезпечують фінансування або надають іншу матеріальну підтримку правозахисним організаціям або органам в інших країнах. АІ не визначає певні особи чи організації, які б, вона вважала, мають отримувати допомогу - як частину політики, але Амністія лобює місцеві уряди, щоб у них була стратегія з прав людини, до якої входить зміцнення правозахисного руху країнах.

Консорціуми з надання допомоги

АІ проводить лобювання уряду для того, щоб підняти питання про права людини під час дискусій щодо розвитку або економічної допомоги між урядом-постачальником та одержувачем. Деякі уряди використали свої позиції постачальника допомоги або сприяння як важіль для змін у галузі правозахисту шляхом, наприклад, накладання певних умов з прав людини або просто призупиненням допомоги на час проведення виборів.

Законодавство з переміщення армії, сил безпеки та поліції

АІ тиснула на уряди, щоб вони ухвалили законодавство для контролю за переміщенням армії, сил безпеки та поліції для того, щоб спробувати і забезпечити те,

щоб ці переміщення не зробили свій внесок у порушення прав людини. Найбільш ефективне законодавство:

- застосовується для державних переміщень, а також приватних компаній;
- забезпечує прозорість – наприклад, документація, що дозволяє незалежну перевірку переміщень.

Двосторонні представлення

Згідно з правилами, занепокоєність уряду-щодо-уряду висловлюють дипломатичними каналами через відповідні міністерства закордонних справ.

Занепокоєність висловлюється як через

бажання посла зустрітись з властями конкретної країни, або через прохання про зустріч до посла призначеного у його країну з боку міністра закордонних справ. Згідно з дипломатичним протоколом, останнє, як правило, роблять тоді, коли у відносинах є питання, що викликають серйозне занепокоєння.

В особливо серйозних випадках, уряди можуть тимчасово відкликати своїх послів – та призупинити дипломатичні відносини.

Все частіше, двосторонні відносини здійснюють за допомогою низки різних урядових департаментів або міністерств, включаючи мінекономіки, культури та оборони. Ці контакти також надають значні можливості для представлення того, що слід зробити.

ОСВІТА З ПРАВ ЛЮДИНИ

Освіта з прав людини все частіше розглядається як важлива та невід’ємна частина боротьби проти порушення прав людини. Вона спрямована на підвищення рівня знань та розуміння фундаментальних прав та законних інструментів, призначених для їх захисту. Крім того, її метою є передача навичок, необхідних для захисту прав людини.

Зміст

- AI та освіта з прав людини / 250
- Пильніший погляд на освітні курси з прав людини / 250
- Навчання правам людини на практиці / 251
- Включення освіти з прав людини у проведення кампаній / 252

AI та освіта з прав людини

Мандат AI покликаний зробити внесок у дотримання прав людини, закріплених у Всесвітній декларації з прав людини (ВДПЛ), в усьому світі. Для досягнення цієї мети AI заохочує обізнаність і знання, а також прихильність до стандартів прав людини в цілому, і активно проводить кампанії проти порушень деяких громадянських та політичних прав.

Основна діяльність AI до 1980 року була, переважно, спрямована на спротив та заступництво існуючих порушень деяких громадянських та політичних прав. Протягом останнього десятиріччя спостерігається зростання усвідомлення того, що світову боротьбу проти порушень прав людини можна посилити, якщо поєднати її з більш енергійною профілактичною роботою з питань прав людини, такою як навчання правам людини (НПЛ) або обізнаність з прав людини (ОПЛ). (прим. ред - у цьому посібнику і цій главі вживатимемо саме таке скорочення, щодо освіти з прав людини, як НПЛ (навчання з прав людини), щодо обізнаності з прав людини – ОПЛ)

AI визначає освіту або навчання з прав людини як програму, що надає знання та розуміння прав людини, та яка також намагається розвивати поведінку та ставлення до цих прав. Для того, щоб бути успішною, така навчальна програма має

постійно проводитися протягом певного періоду часу та включати взаємодію між двома сторонами – тренером/учасником тренінгу; викладачем/слухачем.

НПЛ включає розвиток основних навичок, таких як критичне мислення, навички спілкування, вирішення проблем та ведення переговорів, кожна з яких є важливою для успішної діяльності у галузі захисту прав людини і участі у процесах ухвалення рішень.

AI визначає обізнаність з прав людини (ОПЛ) з точки зору зосередженості на розповсюдженні інформації про права людини. Робота з ОПЛ включає, наприклад, видання плакатів, проведення концерту, такого як «Права людини зараз», радіо програми або лекції. Активна участь аудиторії не потрібна і подія може бути одноразовою. Це означає, що окремі події з ОПЛ навряд чи матимуть довготривалий вплив на ставлення та поведінку.

Існують природні збіги у навчанні з прав людини (НПЛ) та обізнаності з прав людини (ОПЛ). У деяких країнах може бути необхідно почати з роботи з ОПЛ для того, щоб створити бажане середовище, в якому можуть бути розроблені та здійснені довготривалі програми НПЛ.

Пильніший погляд на освітні курси з прав людини (НПЛ)

Навчання правам людини (НПЛ) допомагає людям зрозуміти важливість прав людини та надає знання та навички, необхідні для просування та захисту прав.

НПЛ може проходити у вигляді регулярних навчальних курсів для співробітників поліції про повагу до прав затриманих, або про необхідність повідомляти колегам про відповідальність за жорстоке поводження, або це може стати причиною розробки навчального курсу та навчальних матеріалів про Всесвітню декларацію з прав людини (ВДПЛ), для маленьких дітей. Лобювання того, щоб відповідні органи влади ознайомились з правами людини під час спеціальних тренінгів або навчальних курсів також є частиною роботи, яку виконують педагоги, що навчають правам людини.

Хоча НПЛ не включає роботу AI з проведення кампанії щодо окремих випадків, НПЛ та інші профілактичні заходи може бути частиною стратегії країни з посилення впливу діяльності AI проти порушень прав людини на місцях та допомогти у розвитку більш широкого та потужного руху за права людини.

Проведення кампанії AI сприяє навчанню для утвердження прав людини та про права людини. Члени AI розвивають знання та навички щодня, проводячи кампанії. Їхня активність навчає як людей, яких вони намагаються мобілізувати у дієву спільноту, так і тих, хто є об'єктом заходів AI.



Члени Колумбійської Секції організували інформаційний пункт з прав людини

Цілі програми освіти з прав людини

Програма освіти з прав людини направлена не те, щоб надати людям можливість отримати знання, розуміння та досвід з:

- концепції прав людини, основних цінностей та поглядів, що змушують поважати права людини;
- інструментів для фіксації та захисту прав людини;
- навичок, цінностей та установок, що надають рівні права усім та заохочують дії із захисту прав.

Мета програми обізнаності з прав людини

Програма з обізнаності з прав людини має на меті забезпечити обізнаність людей щодо існування, актуальності та важливості:

- інструментів для фіксації та захисту прав людини;
- потреби сприяння та захисту прав людини;
- роботи з прав людини, що виконується урядовими та неурядовими організаціями.

Складові частини програми навчання правам людини

Програма освіти з прав людини AI включає:

лобіювання щодо включення освітніх курсів з прав людини до офіційних тренінгових та навчальних програм в установах від шкіл до університетів, військових та поліцейських академіях та курсах навчання державних службовців;

участь в освітніх та тренінгових програмах, організованих як AI, так і іншими організаціями або офіційними органами;

організація, самостійно або разом з іншими організаціями, неформальної просвітницької діяльності, такої як вуличні театри, лялькові вистави для дітей, письмові конкурси для молоді, фільми, радіо та телевізійні програми;

підтримка та сприяння роботі викладачів прав людини всередині AI та за її межами, головним чином, через участь у регіональних та національних мережах освіти з прав людини.

Навчання правам людини на практиці

Освіта усього населення з прав людини є справді амбітною метою – особливо для AI або інших неурядових організацій.

Секції AI вже взяли собі на озброєння низку більш цілеспрямованих підходів для підвищення їх дієвості. Ці підходи включають лобювання рішень урядів щодо включення прав людини у навчальні програми на всіх рівнях, та іноді й співпрацю з міністерством освіти або поліцейськими властями для надання консультацій щодо змісту таких освітніх програм. Деякі Секції AI розробили освітні пакети з прав людини, що лежать в основі таких освітніх програм.

Для інших секцій фокус лобювання слід скеровувати на міжнародні урядові або неурядові організації. У деяких суспільствах існують національні органи із захисту прав людини, які мають у своєму розпорядженні великі фонди, і в межах свого мандату опікуються освітою з прав людини. Лобювання цих організацій та урядів спрямоване на забезпечення того, що формування знань про права людини є одним з їхніх завдань, і тим одним із завдань, до яких вони ставляться серйозно.

Збройні сили є іншим пріоритетним напрямком місцевого лобювання для цільового навчання правам людини – частково, у відповідь на зростаючу кількість урядів, які надсилають солдатів до міжнародних миротворчих місій. Роль та повноваження солдатів у таких місіях, як доведено, дуже відрізняється від ролі солдатів на війні.

Це залишається досить новим напрямком аналізу, проте таким, що набуває все більшого значення, через збільшення таких розміщень. Особливо у випадках, коли армії, в яких зафіксовані домашні випадки порушень прав людини, служать у таких місіях.

1992 рік був річницею прибуття європейців, до того, що стало відомим, як Америки. Багато організацій корінних народів з регіону обох Америк скористалися цією можливістю, щоб навчати людей про багатство їхніх культур. Одним з багатьох друкованих матеріалів був великий плакат, який розповсюдили у регіоні значним накладом.

На одній стороні плакату зображено чудову ілюстровану мапу краю. Поруч з кожною країною розмістили зображення, що описувало один з проявів культури місцевого корінного населення. Плакат був дуже яскравим та привабливим.

На іншій стороні плакату продемонстрували ідеї, як педагог може його використати та пояснення, що зображене на кожному малюнку. У одному з кутків навели короткий перелік довідкової літератури, яку вчитель ймовірно міг би знайти у бібліотеці, якби вона/він хотіла (хотів) дізнатися більше.

Плакат ламінували для того, щоб уникнути зношення та пошкодження у навчальному класі, та зробили достатньо великим, щоб його можна було легко роздивитись. Його розіслали організаціям, що працюють у галузі прав людини, освіти з прав людини, освіти дорослих, об'єднань вчителів та ін.; та відповідальні за проведення кампанії широко використовували плакат, як засіб для освіти з прав людини.

Постер кампанії як інструмент освіти

Включення освіти з прав людини у проведення кампаній

Нижче наведено лише декілька ідей, які можуть виявитися корисними. Можливо, ви захочете спробувати їх втілити в життя, або ви могли б подумати про більш вдалі варіанти для вашої країни та структури AI.



Підказки

- ▣ Зробіть систематичними тренінги з питань прав людини для Секції AI та членів групи. Це гарантуватиме, що всі, залучені до проведення кампанії, будуть мати глибокі знання та розуміння прав людини і механізмів, розроблених для захисту цих прав.
- ▣ Під час ухвалення рішень щодо планів дій Секції та групи, переконайтеся, що НПЛ є невід'ємним компонентом. Включення роботи з НПЛ до амністійної роботи покращує діяльність секцій та груп.
- ▣ Скоординуйте роботу з секцією та членами групи, задіяними в НПЛ таким чином, щоб їхня робота враховувала кампанії AI (вони можуть використовувати матеріали кампанії AI) і навпаки. Наприклад, плакат, випущений для супроводу кампанії

можна перетворити на інструмент освіти з прав людини за допомогою розсилання його разом з буклетом, в якому наводяться поради, як вчитель може використати його під час уроку (дивіться вставку вище).

- ▣ Конкретні кампанії можна спрямовувати на відповідні частини суспільства, що зробить їх чутливими до питань прав людини таким чином, що їх можна запросити до роботи над вступом до специфічного освітнього курсу з прав людини.
- ▣ За необхідності, звернення до урядів інших країн може містити вимогу про запровадження освіти з прав людини. Наприклад, під час проведення кампанії у країні, в якій діти є жертвами грубих порушень прав людини, у письмових зверненнях до органів влади можна вимагати, щоб ті, хто працює з дітьми, пройшли тренінги з прав дитини та механізмів їх захисту.
- ▣ Залучення молоді та інших осіб до діяльності з проведення кампанії може бути корисним через освіту – та може бути зроблено офіційно, використовуючи контакти зі школами та іншими органами.

Якщо вам потрібна порада Команди НПЛ, Міжнародний Секретаріат буде радий обговорити з вами будь-які ідеї та допомогти всіма можливими способами. Ви також можете прочитати Політику Міжнародної Амністії з освіти з прав людини (Індекс AI: POL 32/03/93) та Стратегію Міжнародної Амністії з освіти з прав людини (Індекс AI: POL 32/03/93). Але ніколи не забувайте поділитися вашими планами з членами групи з НПЛ у вашій структурі AI.

ОЦІНЮВАННЯ

“

«Хто буде стояти на сторожі, щоб захистити охоронців?»

Ювенал, 60-130 рік до н.е., римський сатирик

Відповідальні за проведення кампанії та їх помічники, хочуть знати чи їхні зусилля справді мають очікуваний вплив. Якщо ні, вони хочуть знати чи є інші більш ефективні способи, якими вони можуть скористатися. Оцінювання (а також пов'язана з цим діяльність, моніторинг) – це інструмент, який відповідальні за проведення кампанії використовують для покращення дієвості кампаній. Це метод навчання та отримання досвіду для того, щоб краще діяти у майбутньому.

Зміст

- Важливість оцінювання / 254
- Чому ви хочете провести оцінювання? / 254
- Що ви хочете оцінювати? / 255
 - Оцінювання результатів / 255
 - Оцінювання методів / 255
 - Вибір предметів оцінювання / 255
- Розрахунок часу / 255
- Ресурси / 256
- Яка інформація потрібна? / 256
- Оцінювання / 257
- Оприлюднення результатів / 258

Важливість оцінювання

Час, витрачений на проведення оцінювання, не слід розглядати як втрачений для проведення кампанії. Це швидше час, використаний для посилення впливу майбутньої роботи. Корисне та практичне оцінювання можна провести за досить короткий час, без залучення інших ресурсів чи експертизи спеціалістів.

Іноді бажано скористатися послугами зовнішнього експерта, але **оцінювання, виконане самими відповідальними за проведення кампанії, має бути суттєвою та невід'ємною частиною проведення кампанії.**

Просто оцінювання означає збір інформації та її використання для винесення судження щодо достоїнства або корисності чогось. Судження може бути про те, чи була діяльність «не/успішною» або «не/ефективною»; вона також може включати оцінку причин успіху або поразки, змін, які могли б покращити ефективність діяльності, або додаткової чи альтернативної діяльності.

Термін «моніторинг» використовується, в цілому, для визначення регулярного та систематичного збору інформації про те, що відбувається. Це може бути рівень висвітлення у засобах масової інформації, кількість людей, що пишуть листи в інтересах в'язня сумління та кількість отриманих відповідей, або кількість запитів щодо окремих публікацій.

Дехто також використовує термін «моніторинг» для опису процесу використання інформації з метою оцінки того, наскільки добре йдуть справи, та ухвалення рішень щодо необхідності змін. У цьому значенні моніторинг є таким же видом діяльності, що й оцінка.

Щоб уникнути плутанини, в цьому розділі «моніторинг» стосується лише регулярного та систематичного збору інформації «про те, що є». Оцінка стосується використання інформації для оцінювання того, чи є розрив між «тим, що є» та «тим, що має бути» або «могло б бути», та, якщо є, як його можна скоротити.

Наступні питання можуть допомогти вам вирішити, коли проводити оцінку вашої

кампанії, що оцінювати та як проводити оцінку.



ЗАПИТАННЯ

Чому ви хочете оцінити проведення кампанії та хто хоче використати оцінку?

Це потрібно для інформування учасників про досягнення чи має допомоги організаторам проведення кампанії у покращення якості роботи або для того й іншого?

Що ви хочете оцінювати?

Чи це лише вплив або зміни, які мала кампанія, або також методи проведення кампанії?

Чи правильною була стратегія?

Коли вам потрібні результати оцінювання?

Чи заплановані, наприклад, організаційні засідання, на яких потрібна інформація для прийняття рішень щодо майбутньої діяльності?

Якими є наявні ресурси або які потрібні для проведення оцінки?

Скільки часу та грошей вам потрібно на це виділити?

Яка інформація потрібна та як її будуть збирати?

Якого найкращого результату можете сподіватись за наявних ресурсів?

Що каже вам інформація про те, наскільки добре у вас йдуть справи та які зміни необхідно внести у методи проведення ваших кампаній?

Яким є найбільш ефективні методи повідомлення результатів потрібним людям?

Чи це інформаційний бюлетень, засідання або письмова доповідь?

Чому ви хочете провести оцінювання?

Ви повинні мати чітке уявлення про те, «чому» ви хочете оцінити проведення ваших кампаній та пов'язане з ним питання «на чію користь», щоб ухвалити рішення про те «які аспекти» будуть оцінюватись та коли і як буде повідомлено про результати.

Найбільш важливою причиною для оцінки є покращення технік проведення майбутніх кампаній. Головною «аудиторією» для такої оцінки повинні бути самі відповідальні за проведення кампанії. Відповідальні за проведення кампанії повинні

знати, що саме працює добре та як, щоб розраховувати на свою силу. Їм потрібно знати, що не спрацювало добре та чому, щоб застосувати заходи для подолання слабкості.

Іншою причиною проведення оцінювання є інформування членів АІ та інших про результати діяльності, якій вони сприяли. Вони привносять власний час та, можливо, інші ресурси до проведення кампанії і мають право знати про досягнення. Якщо відповідальні за проведення кампанії не

будуть тримати їх у курсі справи, члени та інші можуть не захотіти допомагати в майбутньому.

Третьою можливою причиною є «звітність» - для того, щоб доповісти про діяльність виконавчому комітету або під час щорічних загальних зборів членства.

Оцінювання може мати більше ніж одну мету. У цьому випадку кожен мету слід врахувати, визначаючи, що буде оцінено, розклад, презентація та інші аспекти.

Що ви хочете оцінити?

Існує два типи питань, на яких може бути сфокусований контроль/оцінка:

- **Результати:** чи змінилося щось в результаті проведення вашої кампанії? Який вплив ви отримали?
- **Методи:** що саме ви зробили для того, щоб досягти змін? Як добре це спрацювало?

міло, що завдання були успішно виконані. Термін «методи» використовується тут у більш широкому сенсі та включає стратегії, методики, ресурси (людей, гроші та ін.) та те, як робота була організована, скерована та проведена. Лише через розуміння того, що добре спрацювало, а що ні, та причин успіху чи поразки, моніторинг/оцінка допоможе зміцнити сильні сторони та знайти ліки від слабкості.

Оцінка результатів

Деякі оцінки обмежені збором та оцінювання інформації про те, чи були зміни. Найбільш важливими змінами, які можуть оцінюватися, є зміни, які у плані вказані як цілі, тобто заплановані зміни. Оцінка також може зазначати неочікувані наслідки, які можуть бути важливими для майбутнього проведення кампанії. Можуть бути незаплановані позитивні наслідки (наприклад, ви знайдете цінного нового союзника, який зможе співпрацювати з вами у майбутньому) або негативні ефекти (наприклад, ви образите когось, кого б ви хотіли бачити союзником).

Оцінка методів

Оцінка також повинна розглядати методи проведення кампанії, навіть якщо зрозу-

Обираємо, що оцінювати

Часто не вистачає часу, грошей або зацікавленості для ретельного оцінювання кожного аспекту проведення кампанії. Ви повинні зробити вибір щодо обсягу роботи і це слід зробити на основі двох критеріїв:

- Що є найбільш корисним для вас та інших людей, на користь яких ви проводите оцінку? Які питання є найбільш важливими або цікавими для них? Якщо кампанія має кілька цілей та у ній використовуються різні методи, чи є серед них такі, що важливіші за інші?
- Що реально можна зробити, беручи до уваги обмеженість ресурсів та крайній строк використання інформації?

Розрахунок часу

Оцінка має бути корисною для того, щоб виправдати витрачені на неї ресурси, а своєчасність є важливим елементом корисності. Іноді результати оцінки потрібні на певний час або дату, яку не можна легко змінити. Це може мати серйозні наслідки для того, що оцінювалось, та методів збору та оцінки інформації. Наприклад, якщо крайній строк є відносно коротким, вам може знадобитися обмежити кількість наслідків, які ви будете намагатися

вивчити, та кількість людей, яких ви можете опитати.

Якщо ви вважаєте за необхідне проведення ретельної оцінки певного питання за відсутності особливого крайнього строку, вам слід встановити крайній термін на основі тривалості періоду часу, необхідного для проведення адекватного дослідження.

Ресурси

Тільки один ресурс є абсолютно необхідним для оцінювання: час. Одна людина або більше повинні зібрати інформацію, люди можуть витратити час, на надання інформації, інформацію необхідно оцінити і результати розглянути з точки зору того, хто у них зацікавлений.

Інші сторони можуть потребувати грошей для таких речей, як поштові та друкарські роботи.

Не існує жодної формули для визначення того, скільки часу та грошей ви повинні витратити на оцінку. Якщо ви маєте певну свободу, тоді «бюджет» повинен відображати відповіді на ці запитання:

- ❑ Наскільки корисним може бути отримання інформації, яку зможе надати оцінка? Чи допоможе це вам покращити якість методики, що є важливою для майбутнього проведення кампанії?
- ❑ Скільки часу/грошей треба витратити для того, щоб зібрати та проаналізувати інформацію, яка є потрібною для надання корисної оцінки?

Чи можете ви провести корисну оцінку без грошей та за короткий час? Так! Нестача грошей та часу - це проблеми, з якими стикаються люди в Міжнародному секретаріаті (IS) та Секціях з найманим персоналом, так само як і групи, чіими членами є волонтери.



Яка інформація потрібна?

Інформація, яка вам потрібна, визначає фокус оцінки. Чи спрямована вона тільки на зміни, які викликало проведення кампанії, чи також на методи? Наприклад:

- якщо метою кампанії є «переконавати уряд підписати міжнародну угоду з прав людини», ви можете захотіти знати, яку відповідь дав міністр, коли представники AI зустрічалися з нею або з ним, та те, чи оголосив уряд свою політику щодо угоди, і якою вона є. Чи можете ви з'ясувати, через що - це був тиск громадськості, якість презентації, інше?
- якщо ви хочете оцінити корисність матеріалів проведення кампанії, ви можете захотіти знати, що думають про них люди, яким ви надали ці матеріали. Чи вважають вони матеріали легкими для розуміння та корисними? Чи були матеріали випущені та розповсюджені своєчасно? Чи матеріали спонукали та створювали їм можливості для вживання заходів?

Методи, за допомогою яких ви збираєте інформацію, залежать від типу необхідної вам інформації, а також від таких факторів, як її доступність, ваші ресурси та крайній строк.

Якесь інформація може бути легкодоступною. Наприклад, ви можете контролювати висвітлення ваших прес-релізів, призначивши людей переглядати конкретні газети і журнали та слухати/дивитися конкретні телевізійні та радіо-новини. Ви можете збирати інформацію щодо впливу виставки шляхом підрахунку людей, які її відвідали, та маючи гостьову книгу, у якій їх запрошували залишити свою біографічні дані (такі як те, чи вони є членами AI) та написати коментарі. Важливі події можуть бути задокументовані у протоколах засідань, щоб проконтролювати чи зробили люди те, що вони пообіцяли, вчасно чи ні, і якщо ні, то чому.

Великою перевагою планування для оцінювання є те, що, працюючи над розробкою стратегії кампанії, ви можете з самого



Буклет, випущений AI під час проведення кампанії 1996 року для заснування постійного міжнародного кримінального суду. Кампанія була оцінена Інформаційною системою та іншими учасниками руху.

© AI

початку визначити, яка інформація буде потрібна, та разом з нею можете обирати методи збору щонайменше деякої частини цієї інформації. Наприклад, набагато складніше оцінити ваш вплив у засобах масової інформації, якщо ви не проводите їх моніторинг під час проведення кампанії.

Іншу необхідну для проведення оцінювання інформацію можна зібрати такими способами як інтерв'ю та письмові опитування. Якщо ви знайомі з методами розробки та використання анкет, спробуйте отримати пораду у когось, хто має їх досвід використання, або відшукайте книги на цю тему.

Деяку важливу інформацію ви не зможете зібрати. Однією причиною цього може бути те, що вона є недоступною. Наприклад, уряди часто дають розпливчасті відповіді на запити про інформацію, або ухиляються, поки вони вважають, що це відповідає інтересам проголошеної ними політики. Іншою причиною є те, що методи, необхідні для збору інформації, можуть бути дуже дорогими та забирати багато часу. Наприклад, загальною метою проведення кампанії є «підвищення громадської обізнаності» щодо питання. Отримання безпосередніх даних про це,

потребує проведення опитувань до та після кампанії. Організації, що проводять кампанії із захисту прав людини, можуть це собі дозволити рідко, або й ніколи. За цих обставин ви можете визначити та зібрати іншу інформацію, що є важливою для питання, оцінку якого ви проводите. Наприклад, стосовно завдання з підвищення громадської обізнаності ви можете захотіти поглянути на:

- обсяг і якість висвітлення у засобах масової інформації – використання засобів масової інформації є одним з найбільш поширених методів, які використовує АІ та інші організації, що проводять кампанії, виходячи з припущення про те, що громадськість читає і знаходиться під впливом «улюблених» історій;
- відповіді людей, які не є членами АІ – чи приєдналися вони до АІ, чи робили вони грошові пожертви, підписували петиції або прохали літературу? Якщо ви оновлюєте статистичні дані про кількість членів щомісяця, ви можете побачити, чи збільшилася кількість людей, які приєдналися до АІ після започаткування кампанії у порівнянні з попередніми місяцями, або даними за цей же місяць попереднього року.

Оцінювання

Оцінювання – це процес використання інформації для досягнення мети оцінювання – щоб відповісти на такі запитання, як «чи є у нас прогрес?», «чи добре ми використовуємо наші ресурси?», «чи є щось інше, що ми повинні спробувати?»

Оцінки можуть бути дуже різними. Один з видів - фактична оцінка: що сталося та чому? Іноді фактична оцінка може надаватись конфіденційно. В іншому випадку її не можна зробити, оскільки ми не маємо необхідної інформації.

В деяких ситуаціях відносно легко стверджувати про зв'язок між тим, що ми зробили, та результатом. Наприклад, спікер АІ звернувся до зборів профспілки і потім профспілка погодилась надіслати листа для підтримки заклик про звільнення в'язня сумління. В інших ситуаціях ми не маємо достатньо інформації, щоб бути впевненими у тих факторах, які призвели до подій, що стались. Наприклад, якщо АІ є однією з багатьох організацій, які успішно пролоббювали ухвалення урядом певного рішення, навряд чи ви будете спроможні точно оцінити ваш внесок у отриманий результат.

Другий вид оцінювання - «висловлення оціночних суджень», таких як, чи була діяльність «успішною» або чи були результати «вартими цього». Висловлення оціночних суджень потребує тільки ін-

формації про те, що сталося та чому, але також критеріїв відповідно до яких можна оцінити «успіх» та «досягнення». Успіх більш складно оцінити, якщо:

- У вашому плані не визначено чітких цілей у завданнях та методах, як наприклад «підвищення громадської обізнаності». До наскільки велике підвищення є хорошим результатом? Скільки підписів під петицією або скільки людей, що прийшли на мітинг, є задовільним результатом?
- Ваша мета швидше являє собою те, що, як ви «сподіваєтесь», станеться, ніж добре обгрунтовані очікування. Як правило, це трапляється, якщо діяльність є новою.
- Ваша ціль була досягнута частково – ви мали на меті отримати підтримку від 10 профспілок і 7 дали свою згоду.

Якщо немає явних критеріїв успіху, людина, яка виконує оцінювання, має бути обережною у нав'язуванні власного розуміння. Очікування людей, що беруть участь у проведенні кампанії, можуть відрізнятися, тому важливо заявити, що сталося («започаткування нашої кампанії було висвітлено у трьох газетах»), а також зробити судження («висвітлення було гарним/поганим»), яке б відтворювало ваші власні очікування. Якщо ви хочете зробити су-

дження, ви повинні встановити критерії, на яких воно базується. Наприклад, «кампанія з написання листів була успішною – цього року у ній взяли участь 300 людей, у порівнянні з 200 людьми минулого року».

До третього виду оцінки належить надання рекомендацій щодо того, чи потрібно продовжувати діяльність у її нинішній формі, змінити або припинити її та чи потрібно ініціювати іншу діяльність. Надання рекомендацій включає висловлення фактичного судження про минуле (чому щось спрацювало або провалилось?) та

майбутнього (як щось буде працювати?). Рекомендації можуть базуватись на аналізі інформації, зібраної для оцінювання, або на інформації пов'язаній з іншими ситуаціями, такої, як успішні методики проведення кампанії, використані іншими організаціями, або ж і на аналізі, і на інформації. Якщо ви хочете порекомендувати щось тому, що це десь спрацювало, ретельно подумайте про обставини, за яких це спрацювало. Чи є якісь важливі елементи, що відрізняються від ситуації, яку ви оцінюєте, такі, як доступні ресурси?

Оприлюднення результатів

Те, як потрібно представити оцінку, залежить від низки чинників, серед них:

- хто проводить моніторинг/оцінку;
- для чого їм це потрібно;
- коли вони хочуть її отримати;
- чи потрібен офіційний протокол.

Наприклад, якщо оцінка потрібна для надання інформації великій групі людей,

ви можете підготувати детальну доповідь та надіслати її їм, або ви можете надати резюме у вигляді інформаційного листа, вказавши в ньому, що докладнішу відповідь також можна отримати.

Якщо оцінка призначена лише для команди, що проводить кампанію, найбільш дієвим засобом може бути короткий оглядовий документ та усна презентація. Так члени можуть прохати щось уточнити чи переробити, та обговорити те, як використовувати отримані результати.

**AMNESTY
INTERNATIONAL**



Відродження міжнародний фонд
INTERNATIONAL RENAISSANCE FOUNDATION