



**Конвенция №177 и кампания организации HomeNet
International в поддержку достойного труда
Инструментарий для проведения кампании и адвокационной
деятельности**

МОДУЛЬ 3

ВОПЛОЩЕНИЕ КАМПАНИИ В ЖИЗНЬ

В этом модуле мы рассмотрим вопросы организации кампаний и адвокационной деятельности. Модуль предлагает тактики, которые можно использовать для продвижения ваших предложений, включая коммуникацию, методы создания альянсов, вовлечение членов в коллективные действия, а также взаимодействие и проведение переговоров с лицами, принимающими решения.

В модуле также затрагиваются вопросы разработки плана действий, его анализа и оценки по итогам кампании.



Модуль 3

Воплощение кампании в жизнь



В данном модуле мы рассмотрим:

- Идеи для адвокации, создания альянсов, мобилизации членов и взаимодействия с лицами, принимающими решения (стратегия и тактика)
- Анализ и оценку вашей кампании

Кому это будет полезно?

- Членским организациям, которые собираются приступить к действиям или анализируют свою кампанию
- Лидерам, которые будут работать с членами организации, чтобы обучать и мобилизовать их.

1. Как сделать вашу кампанию сильной

При разработке вашей кампании, стратегии и тактики адвокации, имейте в виду некоторые важные элементы, которые помогут обеспечить эффективность кампании:

Элементы сильной кампании

- Активное участие членов и расширение их прав и возможностей
- Преданные своему делу, способные и демократичные лидеры
- Четкие и реалистичные цели и задачи
- Ясные предложения или требования
- Реалистичные сроки с конкретной датой окончания
- Хорошее планирование и координация
- Хорошее понимание целей кампании
- Прочные альянсы и партнерские отношения
- Учтены уроки других кампаний
- План мероприятий и ресурсы для его реализации
- Эффективная коммуникация: внутренняя и внешняя
- Постоянный мониторинг и анализ хода кампании
- Гибкость в адаптации по мере проведения кампании
- Оценка и извлеченные уроки

2. Деятельность по проведению кампании: стратегия и тактика

Вы собрали информацию о целях вашей кампании, правовом и политическом аспектах, сильных сторонах вашей организации, потенциальных союзниках и сторонниках. У вас есть четкие цели, задачи и предложения для кампании. Ваши члены хорошо осведомлены и готовы к действию. Теперь вы можете собрать все воедино и согласовать общую стратегию и тактику, учитывая элементы эффективной кампании.

Стратегия и тактика

Стратегия – это комплексный план достижения целей организации. Она определяет курс действий, который приведет вас от текущего положения к желаемому результату.

Тактика – это метод, используемый для реализации стратегии. Тактика – это конкретные действия, используемые для достижения комплексных целей стратегии.

Давайте рассмотрим некоторые конкретные подходы и мероприятия, которые вы можете включить в свою общую стратегию, тактику и подробный план действий. Существует четыре ключевых, взаимосвязанных стратегий, подходов и сфер деятельности в рамках кампаний и адвокации:

- Адвокация: повышение осведомленности, реклама/СМИ, влияние на лиц, принимающих решения
- Альянсы и партнерства: профсоюзы, другие
- Участие и действия работников: повышение осведомленности, наращивание потенциала, коллективные действия
- Взаимодействие с лицами, принимающими решения: подходы, консультации, диалоги, переговоры

В большинстве случаев они будут использоваться вместе, в различных комбинациях. Кроме того, они будут меняться по мере проведения кампании.

Адвокация

Адвокация – это организованные усилия, направленные на оказание положительного влияния на тех лиц, принимающих решения, которые имеют полномочия разрабатывать и внедрять соответствующую политику, законы или другие условия. Эффективная адвокация предполагает организацию множества различных мероприятий в течение определенного периода времени.

Адвокация будет играть важную роль в вашей кампании. В странах, где надомные работники не имеют сильной организации, а значит, возможности для эффективных коллективных действий ограничены, адвокация будет самым важным инструментом для надомных работников. Там, где организации сильнее, а их члены более уверены в себе, коллективные действия работников будут играть более важную роль.

Вывод: Успешные кампании включают в себя несколько различных мероприятий

- **Пакистан:** Федерация женщин-надомных работниц (НВВВВ) использовала такие методы, как организационная работа, адвокация, мобилизация работников, создание альянсов с профсоюзами, взаимодействие с политиками и политическими партиями, переговоры с ассоциациями работодателей и правительством.
- **Болгария:** Ассоциация надомных работников (АНР) использовала организационную работу, адвокацию, исследования, альянсы с профсоюзами, налаживание отношений с работодателями и правительством, переговоры.

Каналы коммуникации и стратегия подачи информации

Вашим основным инструментом адвокации являются средства массовой информации. Используйте различные формы коммуникации, чтобы донести свои предложения и идеи. Формулирование правильных посылов для различных групп, на которые вы хотите повлиять или которых хотите просветить, имеет решающее значение для успеха вашей кампании. Некоторые идеи носят информационный и просветительский характер, другие содержат призыв к действию.



Ваши каналы коммуникации будут ориентированы на различных внешних действующих лиц, таких как правительство, парламентарии, работодатели, влиятельные организации и отдельные лица, широкая общественность, потенциальные сторонники. Они также могут быть ориентированы на международные бренды, если члены вашей организации производят свою продукцию. Вам также необходимо обеспечить информированность и активность ваших членов. Работа с каналами коммуникации, просвещение, информирование и мобилизация членов организации тесно взаимосвязаны.

Идеи относительно каналов коммуникации

Члены

- Facebook
- WhatsApp
- Листовки
- Плакаты
- Видео
- Наклейки и значки
- Радио и телевидение
- Информационные бюллетени
- Буклеты

Внешняя аудитория

- Социальные сети
- Пресс-конференции
- Пресс-релизы
- Статьи и колонки
- Истории о НР
- Письма и петиции
- Интервью на телевидении
- Листовки

Вы можете составить контрольный список, аналогичный приведенному ниже, чтобы выбрать соответствующую подачу информации и связанные с ней мероприятия для различных целевых групп.

Контрольный список: цели, сообщения и методы

Пример:

Целевая (аудитория)	Основной призыв	Метод
Министерство труда (МТ), Управление генерального директора	Надомники субподрядчики – это такие же работники, как и другие. Вы должны их включить в трудовое законодательство! Или Ратифицируйте Конвенцию № 177	<ul style="list-style-type: none">● Митинг НР с участием представителя МТ, прессы и социальных сетей● Документ для МТ с изложением проблем и предложений
Работодатели, которые предоставляют работу НР	Созданы ли для ваших надомников- субподрядчиков такие же достойные условия труда, как и для остальных категорий работников? Возьмите на себя инициативу и убедитесь, что это так!	<ul style="list-style-type: none">● Наклейки, листовки и плакаты внутри и снаружи заводов с привлечением союзников из профсоюзных организаций
Юристы и ученые, специализирующиеся в области трудового права	Поддержите надомных работников в их борьбе за права на достойный труд и правовую защиту	<ul style="list-style-type: none">● Социальные сети● Академическая статья или авторская колонка

Оказание влияния

Когда вы защищаете права и интересы надомных работников, вы прилагаете усилия, чтобы повлиять (в основном) на решения правительства по конкретному вопросу. Цель состоит в том, чтобы привлечь внимание к положению надомных работников и к вашим требованиям. Защита прав и интересов надомных работников может быть запланированной или проводиться по мере возникающих возможностей.

На кого вы можете оказать влияние? На государственных чиновников, министров, парламентариев, политических партий, работодателей и других лиц/организаций, включенных в ваш список влиятельных людей/организаций.

Как можно оказать влияние? Напишите письмо, позвоните по телефону или отправьте сообщение, организуйте сбор подписей под петицией; поговорите с официальным лицом на мероприятии, организованном правительством; передайте документ или раздайте листовки; пригласите правительственных чиновников выступить на ваших собственных мероприятиях. Международная конференция труда (МКТ) всегда является хорошей площадкой для оказания влияния на правительства и работодателей. МОТ проводит мероприятия на страновом и региональном уровнях, которые могут предоставлять аналогичные возможности.

Вывод: Найдите влиятельных людей (сторонников), которые могут дать совет и помочь установить контакт с лицами, принимающими решения.

- **Пакистан:** Федерация женщин-надомных работниц связалась с сенатором. Он посоветовал им подать онлайн-петицию. Это положило начало переговорам с правительством по поводу Конвенции № 177.

Создание альянсов

Альянсы могут быть сильными и активными, с полным участием, или они могут быть менее сильными, когда союзники разделяют интересы в достижении целей, выражают поддержку кампании, но менее активно участвуют в ней.

Важно наладить отношения с каждой группой или отдельным человеком.

- Не спешите сразу же говорить о кампании.
- Выслушайте их и узнайте об их ситуации, проблемах и целях.
- Расскажите о своей кампании и представьте свое предложение.
- Обсудите, что может быть для них уместным и реалистичным. Будьте открыты для предложений.

Профсоюзы

Профсоюзы и другие организации работников, такие как ваши родственные организации в неформальной экономике, являются вашими естественными союзниками. Профсоюзы обладают институциональной властью, что дает им доступ к правительственным ведомствам, министрам, организациям работодателей и переговорным форумам, включая трехсторонние форумы, как на национальном, так и на международном уровне. Они (как правило) имеют права на организацию и коллективные переговоры, процедуры урегулирования споров и право на забастовку. Однако вам, возможно, придется проявить творческий подход и настойчивость, чтобы привлечь их на свою сторону. Вот несколько идей.

- Убедитесь, что они понимают разницу между надомными работниками и домашними работниками.
- Пригласите лидеров профсоюзов на мероприятия, где обсуждаются вопросы, касающиеся надомных работников и кампании.
- Обязательно дайте им возможность на любом мероприятии рассказать о своем профсоюзе.
- Попросите возможность выступить на их собраниях
- Регулярно проводите информационные брифинги
- Ориентируйтесь на социальные сети, которые они используют чаще всего.

Вывод: Создайте широкий круг партнерских отношений

- **Таиланд:** ННТ совместно с учеными, юристами и организациями гражданского общества успешно продвигала Закон о защите надомных работников.
- **Австралия:** Профсоюзы, общественные организации, организации гражданского общества, группы работников при поддержке ученых на протяжении многих лет выступали за принятие законов, защищающих надомников-субподрядчиков в швейной и обувной промышленности.

Вывод: Профсоюзы - важные союзники.

- **Пакистан:** Федерация женщин-надомных работниц тесно сотрудничала с официальными профсоюзами, включая женщин-профсоюзных деятелей. Это помогло усилить позицию НР в отношениях с правительством и политическими партиями.
- **Болгария:** АНР сотрудничала с национальной федерацией профсоюзов для реализации Конвенции № 177 и внесения изменений в Национальный трудовой кодекс.

Сделав первый шаг, вы можете запросить конкретную поддержку, например, помощь в установлении контактов с государственными чиновниками и ассоциациями работодателей, в проведении переговоров и форумов социального диалога или в работе с другими важными учреждениями. Вы можете запросить помощь в сборе информации или воспользоваться их имеющимися данными и ресурсами. Вы можете попросить их продвигать вашу кампанию через свои каналы коммуникации. Это может касаться как местных профсоюзов, так и более широкого международного движения, где у них есть обширные контакты. А если они продемонстрируют реальную заинтересованность, вы можете включить их в состав комитета вашей кампании и во многие из ваших мероприятий.

Неправительственные организации, агентства

НПО и агентства часто являются эффективными союзниками, если их миссия и цели в некоторой степени совпадают с миссией и целями надомных работников. К ним могут относиться организации, занимающиеся вопросами труда, юридическими консультациями или реформами, а также расширением прав и возможностей женщин. Агентства Организации Объединенных Наций (ООН) могут стать объектами влияния или оказывать активную поддержку в адвокационной деятельности, в частности МОТ (особенно АСТРАВ, Бюро по деятельности трудящихся) и ООН-Женщины.

Политические партии

Политические партии могут быть важными союзниками. Определите партии, которые «склоняются к левым взглядам». Они, скорее всего, будут открыты для обсуждения и поддержат вас, когда приблизятся выборы. Активно продвигайте свои инициативы и убедите их включить ваши вопросы в их предвыборные программы!

Юристы

Юристы, специализирующиеся в трудовом праве, будут особенно полезны в укреплении ваших правовых возможностей, помогая в подготовке предложений и аргументов для переговоров.

Исследователи и ученые

К ним часто обращаются для проведения предварительных исследований и помощи в разработке обоснованных аргументов, опирающихся на факты.

Помните! Наши собственные членские организации HNI и надомные работники в других странах являются важными союзниками. К ним относятся как надомники-субподрядчики, так и самозанятые надомные работники. Убедитесь, что они информированы и имеют возможности и идеи для солидарных действий. Будьте инклюзивными. Отмечайте большие и маленькие победы.

Вывод: Используйте исследования в качестве инструмента адвокации и организационной работы

- **Таиланд:** Ученые провели исследования, которые помогли HNT сформулировать конкретные предложения по закону о надомных работниках.
- **Болгария:** схематизация НР послужила толчком к организационной деятельности и принятию Конвенции № 177



Вышивальщицы из Лакхнау, Уттар-Прадеш (Индия).
Фотографии предоставлены Самиром Патхак

НАС МНОГО МЫ ЕДИНЫ МЫ - HOMENET INTERNATIONAL

Участие работников и действия

Как обеспечить, чтобы ваша кампания не была просто инициативой «сверху-вниз»? Как привлечь членов вашей организации к участию в кампании и адвокации? Как участие может укрепить позиции членов и способствовать развитию вашей организации?



Лидеры и члены должны понимать суть кампании: проблему, над которой вы хотите работать; предлагаемые изменения и их причины. Лидеры и Координационный комитет кампании играют важную роль в координации деятельности. Они повышают осведомленность, просвещают и мобилизуют членов.

Члены могут продемонстрировать свою вовлеченность и поддержку кампании разными способами, в зависимости от потенциала их организации.

Контрольный список: идеи для мероприятий в рамках кампании по привлечению новых членов

Деятельность с низким уровнем риска	Деятельность с высоким уровнем риска
Подписание петиции, адресованной лицам, принимающим решения	Шествие по улицам города с плакатами и транспарантами
Распространение информационных листовок среди работников и населения	Проведение публичных демонстраций, например, у здания парламента.
Участие в публичных мероприятиях и раздача листовок	Отправка большой делегации в офисы лиц, принимающих решения, для передачи документа.
Организация общественных мероприятий и торжеств	Организация забастовки
Ношение значков или нарукавных повязок	Проведение крупного собрания или митинга. Созыв прессы.
Использование социальных сетей для продвижения идей кампании	
Создание песен и лозунгов для кампании	

Взаимодействие и переговоры

Кульминацией кампании часто является личное взаимодействие с лицами, принимающими решения. В вашей кампании это, скорее всего, будут государственные органы, ассоциации работодателей или крупные компании.

Просьба о встрече часто отклоняется, что вызывает противостояние и приводит к действиям. Будьте готовы к мобилизации!

См. образец письма с просьбой о встрече с представителями правительства.

Существуют различные виды вовлеченности:

- **Консультация**, когда происходит обмен информацией
- **Диалог**, когда обсуждаются проблемы. Он может приводить или не приводить к заключению соглашения.
- **Коллективные переговоры или переговоры по заключению коллективного соглашения** — это наиболее эффективная форма взаимодействия. Их цель — достижение юридически обязывающего соглашения.

Этапы переговоров

Для всех видов взаимодействия вам необходимо тщательно планировать и проходить ряд этапов, адаптированных к типу взаимодействия и обстоятельствам. Они изложены в приведенной ниже диаграмме. Используйте их в качестве руководящих указаний.

Этапы переговорного процесса – руководящие указания

1. Подготовка почвы

- Расстановка приоритетов.
- Подготовка конкретных предложений.
- Определение сторон, с которыми вы хотите взаимодействовать.
- Подготовка письменного запроса на встречу, включая обоснование
- Вовлечение членов

2. Детальная подготовка

- Отбор и подготовка вашей команды переговорщиков
- Сбор информации
- Подготовка мотивирующих доводов и аргументов
- Планирование тактических моментов: например, кто и о чем будет говорить; жесткий или мягкий подход?

4. Достижение соглашения

- Обобщение того, о чем было условлено во время встречи
- Письменное отражение этого
- Это может быть юридически обязывающее соглашение или протокол встречи
- Обязательное информирование членов и получение их одобрение на дальнейшие действия.

3. За столом переговоров

- Говорите уверенно и четко
- Внимательно слушайте оппонента
- Выбирайте момент, когда нужно решительно отстаивать свою точку зрения
- Знайте, когда нужно уступить
- Попросите о перерыве (тактическом совещании), если вам нужно обсудить что-то между собой.

В прикрепленном документе приведены некоторые аргументы, которые можно использовать при переговорах с правительством о ратификации Конвенции № 177. Если вы ведете переговоры о законе, политике или руководящих принципах, убедитесь, что у вас есть веские аргументы.

Члены и союзники могут участвовать во многих акциях, чтобы продемонстрировать свою солидарность и усилить давление на лиц, принимающих решения. Важно, чтобы лица, принимающие решения, знали, что лидеры действительно выражают мнение членов и что ваша организация пользуется поддержкой влиятельных союзников.

Вывод: важно расположить к себе работодателей

- **Болгария:** АНР установила тесные отношения с Федерацией работодателей, которая оказала ей содействие в ходе переговоров с правительством и ратификации Конвенции № 177.

3. План действий

Ваш план действий будет представлять собой подробную дорожную карту и руководство для проведения кампании. Вам понадобится общий план кампании, начиная с настоящего момента и заканчивая ее запланированным завершением в 2027 году. На ближайший год ваш план действий будет более подробным и будет связан с бюджетом. План действий может иметь различные формы, но должен содержать как минимум следующее:

Планирование мероприятий - Пример

2024 год				
Стратегия: Адвокация				
Мероприятие/ тактика	Кто ответственный?	Когда будет проводиться мероприятие?	Требуемые ресурсы	Желаемый результат
Пресс-конференция, посвященная началу кампании	Координационный комитет: Мария	6 июля в 14:00, в здании профсоюза	<ul style="list-style-type: none">● Пресс-релиз● Напитки и закуски● Звуковая система● Выступающие из числа НР● Финансирование	Положительная статья в местной прессе, на радио и интервью на телевидении

Кампании носят динамичный характер. В рамках этой кампании вы решите давнюю проблему, сталкиваясь с упорным сопротивлением, бюрократическими и медлительными институтами и системами. Вам необходимо будет регулярно контролировать и пересматривать план. Скорее всего, по мере продвижения вам придется вносить изменения в свою стратегию, тактику, мероприятия и сроки.

Вы должны регулярно задавать себе следующие вопросы:

- На правильном ли вы пути?
- Ваши цели по-прежнему достижимы?
- Достаточно ли у вас ресурсов?
- Нужно ли вносить какие-либо изменения?

Вывод: Изменения в законодательстве происходят медленно. Требуются терпение и настойчивость.

- **Болгария:** АНР вместе с союзниками в течение 6 лет выступала за ратификацию Конвенции № 177. Спустя 15 лет АНР по-прежнему ведет борьбу за то, чтобы правительство выполняло ее положения.
- **Таиланд:** ННТ и ее союзники более 10 лет выступали за принятие Закона о защите домашних работников. Спустя более 20 лет он все еще не реализован в полной мере.

Их борьба продолжается!

4. После завершения кампании

По окончании кампании вам следует провести встречу для ее оценки. В ней должны принять участие координационный комитет кампании, руководство и сотрудники. Вовлеките членов организации в как можно больше мероприятий по оценке. Существует много различных способов проведения оценки, но какой бы метод вы ни выбрали или какой бы метод ни требовался, например, со стороны спонсоров, вам необходимо ответить на ряд ключевых вопросов.

- Была ли кампания успешной? Почему?
- Какие цели вы достигли полностью или частично, а какие нет?
- Чего удалось достичь?
- Какие ошибки вы допустили?
- Что можно было бы сделать лучше?
- Какие уроки вы извлекли?

Извлеченные уроки будут полезны для будущих кампаний. Они также помогут вам принять решение о том, как продолжить работу над вопросами, затронутыми в кампании. Это может быть план продолжения борьбы за рамками кампании. Он может включать в себя менее заметные мероприятия, например, продолжение адвокационной деятельности посредством регулярных целенаправленных сообщений в социальных сетях.

Не забывайте отмечать свои успехи вместе с членами вашей организации, даже если они незначительны! Каждая маленькая победа, включая укрепление организации, является шагом вперед на пути к обеспечению достойных условий труда для надомных работников.

Полезные ресурсы

Обращение к правительству. Образец письма. См. ниже

Семь веских причин, по которым правительства должны ратифицировать Конвенцию №177. См. ниже

Крис Боннер, 2009 г. «Коллективные переговоры для неформальных работников». Организационная работа в неформальной экономике, Справочники для организаторов, № 4. StreetNet/WIEGO

<https://www.wiego.org/sites/default/files/resources/files/ICC4-Collective-Bargaining-English.pdf>

UNISON, 2013 г., Эффективная кампания, руководство UNISON

<https://www.unison.org.uk/content/uploads/2013/06/On-line-Catalogue193083.pdf>

HomeNet International, WIEGO. Курс для самостоятельного изучения. «Как провести пресс-конференцию». Доступно по адресу: <https://www.homenetinternational.org/wp-content/uploads/courses/Communications/ENG-Comms/how-to-hold-a-press-conference-raw/index.html#/>

Образец письма в адрес правительства

Генеральному директору
Департамента труда
10 января 2025 года

Уважаемая г-жа Молева,

Национальный альянс надомных работников (NHBWA), зарегистрированная сеть членских организаций надомных работников, обращается к вам с просьбой о встрече с вами и соответствующими членами вашей команды.

NHBWA включает более 4000 надомных работников, объединенных в профсоюзы, ассоциации и кооперативы, большинство из которых составляют женщины. Надомные работники вносят значительный вклад в экономику и благосостояние своих семей. Однако, будучи незаметными для общественности, они сталкиваются с проблемами низкой оплаты труда/доходов, плохих условий труда и отсутствия правовой и социальной защиты.

Цель встречи – обсудить положение надомных работников в нашей стране и представить наши предложения по улучшению их условий труда путем совместной разработки политики в отношении надомных работников.

Мы готовы встретиться в любое время. Можем ли мы предложить вторник, 25 февраля 2025 года, в удобном для вас месте?

Будем с нетерпением ждать положительного ответа.

С уважением,

Г-жа Мэри Симба, генеральный секретарь Национального альянса надомных работников

Определите объект

Узнайте имя ключевого человека

Важно указать, что вы зарегистрированы

Дайте краткую информацию об организации для первой встречи

Укажите основную цель, не раскрывая полного предложения

Предложите свои варианты, чтобы помочь им определиться. Но при этом будьте открыты для предложений.

Семь веских причин, по которым правительства должны ратифицировать Конвенцию № 177

1. Конвенция МОТ № 177 является международным нормоустанавливающим документом и предоставляет международные критерии, помогающие странам соответствовать международным нормам достойного труда для всех и базовым трудовым стандартам.
2. Для стран, которые провозглашают равенство, Конвенция № 177 предусматривает план действий по обеспечению равного обращения с надомными работниками и другими работниками.
3. Надомники-субподрядчики, которые являются наиболее социально отчужденными и эксплуатируемыми из всех категорий работников, находятся на самом нижнем уровне цепочки создания стоимости, и любое социально-ориентированное государство должно решать их проблемы.
4. Учитывая, что надомный труд является важной частью развивающейся неформальной экономики во всем мире, ратификация Конвенции № 177 будет означать, что он будет регламентироваться, а работникам будет гарантировано базовое вознаграждение и социальное обеспечение.
5. Ввиду того, что надомники-субподрядчики проживают в бедных районах, ратификация Конвенции № 177 и улучшение условий их жизни и труда будут способствовать значительному усилению борьбы с бедностью.
6. Ратифицировав Конвенцию № 177, страны продемонстрируют солидарность с важной группой неформальных работников и свою поддержку им, особенно наиболее социально отчужденным женщинам-работницам.
7. Ратифицировав Конвенцию № 177, государство-член сможет продемонстрировать солидарность с Организацией Объединенных Наций и другими учреждениями в достижении целей в области устойчивого развития и выступит с глобальным заявлением о своей приверженности справедливости и гендерному равенству.

(HomeNet - Южная Азия, 2016 г. «Конвенция МОТ № 177 о надомном труде и почему она должна быть ратифицирована».)



www.homenetinternational.org

