



Международное
бюро труда

unicef 

Детский фонд ООН

UN.GIFT

Глобальная инициатива по борьбе
с торговлей людьми

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ПО БОРЬБЕ С ТОРГОВЛЕЙ ДЕТЬМИ В ЦЕЛЯХ ТРУДОВОЙ, СЕКСУАЛЬНОЙ И ДРУГИХ ФОРМ ЭКСПЛУАТАЦИИ

Процессуальные вопросы

Книга 3



Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и
Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии

Международная
программа по
искоренению
детского труда

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ПО БОРЬБЕ С ТОРГОВЛЕЙ ДЕТЬМИ
В ЦЕЛЯХ ТРУДОВОЙ, СЕКСУАЛЬНОЙ И ДРУГИХ ФОРМ
ЭКСПЛУАТАЦИИ**

Книга 3. Процессуальные вопросы

Copyright © Международная организация труда, 2012

Впервые опубликовано в 2012 г.

Публикации Международного бюро труда охраняются авторским правом в соответствии с Протоколом 2 Всемирной конвенции об авторском праве. Тем не менее краткие выдержки из них могут воспроизводиться без получения разрешения при условии указания источника. Для получения прав на воспроизведение или перевод следует обращаться по адресу: ILO Publications (Rights and Permissions), International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland, либо по электронной почте: pubdroit@ilo.org. Международное бюро труда приветствует такие обращения.

Библиотеки, учреждения и другие пользователи, зарегистрированные в организациях интеллектуальной собственности, могут делать копии согласно лицензиям, выданным им для этой цели. Для того, чтобы найти организации интеллектуальной собственности в вашей стране, посетите сайт www.ifro.org.

Учебное пособие по борьбе с торговлей детьми в целях трудовой, сексуальной и других форм эксплуатации, Международная организация труда, Международная программа по искоренению детского труда, (ИПЕК), - Группа технической поддержки достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии, 2012 - 4 т.

ISBN 978-92-2-422075-3 (print)

ISBN 978-92-2-422076-0 (web pdf)

Также опубликовано на английском языке: *Training manual to fight trafficking in children for labour, sexual and other forms of exploitation*, ISBN: 9789221220695 (набор учебных материалов); ISBN: 9789221220794 (руководство для фасилитаторов), Женева, 2009 г.; на французском языке: *Manuel de formation sur la lutte contre la traite des enfants a des fins d'exploitation de leur travail, sexuelle ou autres*, ISBN 978-92-2-222069-4 (набор учебных материалов); 978-92-2-222079-3 (руководство для фасилитаторов), Женева, 2009 г.; на испанском языке: *Manual de formación para combatir la trata infantil con fines de explotación laboral, sexual y de otros tipos*, ISBN 978-92-2-322069-3 (набор учебных материалов); 978-92-2-322079-2 (руководство для фасилитаторов), Женева, 2009 г.

Каталог публикаций МОТ

Названия, соответствующие практике, принятой в Организации Объединенных Наций, и изложение материала в настоящей публикации не являются выражением какого-либо мнения Международного бюро труда ни о правовом статусе какой-либо страны, района или территории, или их властей ни о делимитации их границ.

Ответственность за выраженные в подписных статьях, исследованиях и прочих произведениях мнения лежит исключительно на их авторах, и факт публикации не означает, что Международное бюро труда поддерживает излагаемые мнения.

Упоминание названий фирм, коммерческих изделий и процессов не означает их одобрения Международным бюро труда, как и отсутствие упоминания конкретной фирмы, коммерческого изделия или процесса не свидетельствует об их неодобрении.

Посетите наш веб-сайт: www.ilo.org/ipecc

Фотоматериалы: МОТ. Фотоматериалы в настоящей публикации представлены исключительно для иллюстративных целей. Никто из детей, изображенных на фотоматериалах, не является жертвой торговли людьми.

Отпечатано в Таджикистане

Содержание

Введение	5	Глава 3.3. Мониторинг и оценка	18
Список сокращений	6	Мониторинг	18
Глава 3.1. Сведение всех элементов воедино	7	Оценка	18
Разработка национального плана действий	7	Оценка воздействия инициатив низового уровня (инициатив по оказанию прямой помощи)	19
Глава 3.2. Мобилизация сил, СМИ, социальный диалог и привлечение детей и молодежи.....	9	Оценка воздействия политических инициатив.....	20
Сопричастность и мобилизация.....	9	Совместное проведение мониторинга и оценки	21
Информационно-разъяснительная работа.....	10	Глава 3.4. Изучение опыта и обмен им.....	22
Исследования и сбор данных в целях обеспечения перемен.....	11	Выявление примеров положительного опыта и недостатков.....	22
СМИ – важный партнер.....	11	Документальное оформление извлеченных уроков	23
Нормы и принципы освещения СМИ вопросов, касающихся детей	13	Разработка стратегии распространения опыта	23
Налаживание партнерских отношений	14	Воспроизводство положительного опыта в более широком масштабе ..	24
Что МОТ понимает под «социальным диалогом» в сфере труда?	14		
Обучение и наращивание потенциала.....	15		
Дети и молодежь – активные партнеры	16		

Введение в Книгу 3

Основная идея настоящей книги: важно не только то, что мы делаем, но и то, как мы это делаем. Таким образом, данная книга посвящена процессуальным аспектам, способным повысить результативность и эффективность усилий по борьбе с торговлей детьми. Она разделена на четыре главы, посвященные нижеследующим вопросам.

- **Сведение всех элементов воедино: планирование + действия = (национальный) план действий.**
- **Мобилизация сил и СМИ** – влияние на людей в целях достижения поставленных целей и использование для этого возможностей СМИ; **социальный диалог и привлечение детей и молодежи** – налаживание партнерских отношений и, в частности, осознание и использование того вклада, который могут вносить дети и молодежь.
- **Мониторинг и оценка** – необходимые процессы оценки эффективности политических мер и действий, а также степени их воздействия на детей и молодежь.
- **Изучение опыта и обмен им** – логическое продолжение процесса оценки, в результате которого происходит обмен успешным опытом и его дальнейшее развитие.

Список сокращений

МОТ	Международная организация труда
ИПЕК	Международная программа по искоренению детского труда
НПД	Национальный план действий
НПО	Неправительственная организация
ООН	Организация Объединенных Наций
ГИБТЛ	Глобальная инициатива ООН по борьбе с торговлей людьми

Глава 3.1. Сведение всех элементов воедино

Разработка национального плана действий

Пройдя через все этапы планирования, о которых говорилось в Книге 1, и вооружившись набором возможных мер из Книги 2, теперь вы можете собрать все это воедино и составить план действий. О национальных планах действий (НПД) вы уже слышали (глава 1.8), однако следует помнить, что планы действий могут существовать на различных уровнях – национальном, местном, провинциальном, субрегиональном и даже на уровне отдельной общины. Таким образом, вместо буквы «Н» в аббревиатуре НПД может стоять «М», «П», «С», «О» или любая другая буква, обозначающая тот уровень, на котором предстоит реализовать данный план действий.

Еще одна важная вещь, о которой в связи с этим следует помнить, заключается в том, что планы действий, подлежащие реализации на субнациональном уровне, должны разрабатываться на основе НПД, возможно, с некоторым смещением приоритетов и добавлением элементов, специфических для данной местности, провинции или общины. Все планы действий должны интерпретировать задачи, предусмотренные в НПД, в целях реализации последнего на всей территории страны. Это имеет важное значение, поскольку в большинстве случаев бюджетные средства будут распределяться на национальном уровне.

Необходимо помнить, что НПД и другие планы действий, являющиеся его производными, будут разрабатываться в процессе консультаций с максимально

возможным числом участников, способных внести свой вклад в совместные усилия по искоренению торговли детьми.

Как вы уже видели, НПД должен включать в себя следующие общие элементы:

- определение торговли детьми, принятое в данной стране;
- ситуационный анализ (анализ положения) с характеристикой риска, которому подвергаются дети и общины;
- описание методов, используемых торговцами людьми, действующими в данной стране;
- характеристику людей, причастных к торговле детьми, и описание способов воздействия на них;
- имеющиеся данные о масштабе и характере торговли детьми;
- выводы имеющихся исследований, которые помогут всем сторонам выработать общую основу для понимания проблемы.

Национальный план действий должен быть четко ориентирован на защиту ребенка.

Необходимо также провести анализ заинтересованных сторон с тем, чтобы учесть в плане сильные и слабые стороны каждой организации. Кроме того, в плане должен быть указан порядок координации действий различных партнеров (например, путем назначения специального координатора по каждому направлению НПД или путем определения «ведущего партнера»). Следует также продумать – по возможности максимально обстоятельно, – с какими затратами будет связана реализация каждой

составной части НПД и откуда будут поступать соответствующие финансовые средства.

В отношении каждого вида деятельности, включая координацию усилий и разработку «продуктов», таких, как публикации, веб-сайты, методические материалы и учебные модули, НПД должен предусматривать четкий и конкретный порядок контроля за ходом работ (включая, по возможности, консультации, тестирование и обратную связь с получателями помощи и целевыми группами пользователей) и оценки достигнутых результатов.

Необходимо повторить, что на национальном уровне может быть принято решение не разрабатывать

специальный НПД, посвященный исключительно борьбе с торговлей детьми, а включить положения о борьбе с этой торговлей в другие реализуемые (или разрабатываемые) планы, в том числе в те, которые касаются защиты прав детей в целом, искоренения наихудших форм детского труда, национального развития и сокращения бедности. Борьба с торговлей детьми действительно может стать самостоятельным и неотъемлемым компонентом всех таких планов (в полноценно разработанном виде, а не просто в виде краткого упоминания), и различные аспекты планирования должны пересекаться, чтобы обеспечить взаимодополняемость и комплексность планируемых мер.

[См. упражнения 45, 46 в «Сборнике упражнений».](#)

Глава 3.2.

Мобилизация сил, СМИ, социальный диалог и привлечение детей и молодежи

Дополнительные материалы:

PEC: *Combating trafficking in children for labour exploitation: A resource kit for policy makers and practitioners*, Geneva, ILO, 2008, Book 5, sections 5.1-5.4 («Борьба с торговлей детьми в целях эксплуатации труда: справочник для политиков и практиков» – на англ. яз.). [Указанные разделы справочника включают 10 загружаемых на компьютер ресурсов.]

International Federation of Journalists' Guidelines and Principles for reporting on issues involving children, Brussels, 2002. («Международная федерация журналистов. Нормы и принципы освещения вопросов, касающихся детей» – на англ. яз.).

За последние годы в ходе реализации программ борьбы с торговлей детьми был сделан целый ряд весьма важных выводов. Один из них гласит: важно не только то, *что* вы делаете, но и то, *как* вы это делаете. Именно это и понимается под «процессуальными вопросами».

Понятно, что исчерпывающего решения проблемы торговли детьми у нас все еще нет, и поэтому нам надо продолжать изучать полезный опыт и обмениваться им. Это самый верный путь к повышению эффективности соответствующих политических мер и программ. И это, разумеется, вполне согласуется с нашей обязанностью ставить на первое место интересы ребенка, потому что неэффективные – а иногда и просто приводящие к обратным результатам – меры и программы расходуют ресурсы, предназначенные для детей, и при этом не защищают последних от опасности.

Сопричастность и мобилизация

Как мы уже видели, для успешной борьбы с торговлей детьми важное значение имеет «критическая масса». Ввиду значительной сложности данной проблемы, подходить к ее решению следует одновременно со многих сторон, и поэтому формирование коллектива (сети, массы) заинтересованных участников из различных секторов, выполняющих наиболее подходящие для них роли, представляет собой настоятельную необходимость. Успешная мобилизация сил этих участников достигается в значительной мере благодаря национальным планам действий.

Но существуют и более широкие слои населения, к которым также следует обращаться. Сюда

относятся дети, семьи и общины в местах происхождения и назначения и широкая общественность, которая играет важную роль в оказании влияния на политику и действия правительства, в передаче информации о деятельности торговцев и в защите детей, находящихся в группе риска. Для воздействия на эту широкую публику и ее привлечения к борьбе с торговлей детьми необходимо, чтобы она ощущала свою «сопричастность» к данной проблеме и имела мотивацию что-то сделать для ее решения.

Формирование чувства сопричастности – важная цель усилий по борьбе с торговлей детьми, ведь эта торговля затрагивает всех, а отнюдь не только детей, ставших ее жертвами. Поэтому необходимо, чтобы *сопричастность* стала главной составляющей всего, что вы делаете, будь то прямая помощь или косвенная поддержка путем обмена опытом и распространения информации. Необходимо с самого начала разработать стратегию и план формирования чувства сопричастности с тем, чтобы оно присутствовало на всех этапах работы, перечисленных ниже:

- определение проблемы;
- исследование;
- планирование;
- реализация;
- контроль;
- оценка;
- изучение опыта;
- документирование;
- обмен опытом.

Но обмен информацией и мобилизация – это не одно и то же, и просто информирования людей о проблеме еще недостаточно для того, чтобы



инициировать перемены. Цель мобилизации – побуждать и помогать всем людям или группам людей находить свою конкретную роль в борьбе с торговлей детьми. Например, двенадцатилетние дети, которые подвергаются риску оказаться жертвами торговли, и работодатели, которые рискуют столкнуться со случаями эксплуатации труда и торговли детьми в своих логистических цепочках, имеют разные потребности и для них, соответственно, необходимы разные меры.

Мобилизация сможет быть успешной только тогда, когда люди будут понимать, что и как они должны делать. В этом им необходимо помочь, и здесь не обойтись без информационно-разъяснительной работы.

Информационно-разъяснительная работа

Информационно-разъяснительная работа проводится для того, чтобы помочь отдельным людям и группам лиц понять, что им следует делать для эффективного содействия усилиям в области борьбы с торговлей детьми. Эта работа может принимать самые разные формы – от информирования ребенка о том, как он может сам себя защитить, до информирования правительства об оптимальных способах распределения ресурсов, обеспечивающих максимально эффективное использование бюджетных средств, выделяемых на борьбу с торговлей детьми.

Такая деятельность кажется довольно простой, но на самом деле это не так. Информационно-разъяснительную работу необходимо планировать, и она состоит из нескольких отдельных компонентов:

- во-первых, необходимо понять, на кого вы собираетесь повлиять («кто»);
- во-вторых, необходимо четко определить, к каким действиям вы хотите их побудить («что»);
- в-третьих, необходимо подробно изложить наиболее оптимальные способы для воздействия на целевую группу и для инициирования перемен («как»);
- в-четвертых, следует определить оптимальное время для осуществления запланированных мероприятий («когда»);
- в-пятых, необходимо определить, какова будет основная идея всей вашей работы.

Например, целевой группой информационно-разъяснительной кампании («кто») могут быть работники органа народного образования в небольшом городке, где в последнее время наблюдается наплыв вербовщиков из соседнего региона, которые постоянно находятся вблизи школы, по-дружески общаются с учениками и уговаривают их устраиваться на «хорошо оплачиваемую работу» в соседней стране во время школьных каникул. Несколько учителей попытались поговорить об этом с детьми, но

испугались, что вербовщики предпримут ответные действия непосредственно в отношении их. Работники местного органа народного образования могли бы обратиться за помощью в полицию, разрешить проведение в учебное время специальных занятий с детьми для их предупреждения о потенциальной опасности, исходящей от так называемых вербовщиков, и выделить средства для дополнительной защиты учителей и учащихся от возможных угроз («что»). Местная НПО, осведомленная о данной проблеме и о возможных путях ее решения («как»), готова сотрудничать с органом народного образования для разработки и реализации комплекса мер в целях исправления такой ситуации. И сделать это необходимо до начала летних каникул («когда»), потому что в противном случае некоторые дети к тому времени уже могут оказаться в руках торговцев людьми.

Затем вам необходимо подумать о том, что может повлиять на представителей целевой группы таким образом, чтобы они сделали правильный выбор в отношении своих действий (а иногда и в отношении применяемого подхода). Это будет ключевым элементом в основной идее вашей информационно-разъяснительной работы и определит возможные формы последней – индивидуальные беседы, общественная кампания, публикация, соответствующее освещение проблемы в СМИ. Для любой из этих форм работы необходимо будет подготовить *инструменты*, т.е. материалы, которые потребуются, чтобы донести основную идею.

Таковыми инструментами могут служить различные публикации, научные исследования, данные, веб-сайты, демонстрационные программы, кампании, встречи и другие продукты. Они должны соответствовать целевой группе, на которую вы собираетесь повлиять, и иметь формат, отвечающий ее потребностям.

Необходимо также наладить обратную связь и обеспечить контроль за проводимой вами информационно-разъяснительной работой. Это требуется для того, чтобы можно было следить за ее ходом и отмечать, не приводит ли она к каким-либо изменениям в моделях поведения, в применяемых подходах, взглядах, мнениях и принимаемых решениях. Не способствовала ли ваша информационно-разъяснительная работа, к примеру, принятию нового закона? Возобновлению публичного обсуждения данной проблемы? Или другим действиям и поступкам?

Исследования и сбор данных в целях обеспечения перемен

Одним из важнейших инструментов информационно-разъяснительной работы являются исследования, которые предназначены указывать на новые действия, политические меры или представления. Как правило, такие исследования отличаются от тех, которые проводятся в целях планирования деятельности, хотя и в том, и в другом случае могут использоваться одни и те же данные. Когда речь идет об информационно-разъяснительной работе, конкретным результатом исследований должны быть рекомендации относительно перемен с четким указанием адресатов этих рекомендаций.

Необходимо, чтобы результаты таких исследований воспринимались теми, кто предположительно будет знакомиться с ними (т.е. ваша целевая группа), как надежные и заслуживающие доверия и чтобы они представлялись в удобной и приемлемой для них форме. Например, если ваша деятельность нацелена на какое-то ответственное лицо, принимающее решение, то маловероятно, что у такого лица будет время читать 200-страничный доклад, поэтому для него следует подготовить краткие и тщательно обоснованные выводы с четко сформулированными основными рекомендациями. Если вы готовите информационно-разъяснительные материалы для жителей деревни, у которых нет доступа к Интернету, то нет никакого смысла размещать такие материалы на веб-сайте. Все это кажется совершенно очевидным, однако порой бывает просто удивительно, насколько часто люди, планирующие информационно-разъяснительную работу, принимают решение о формате материалов, не имея четкого представления о том, кто будет входить в их целевую группу.

Все информационно-разъяснительные материалы и мероприятия должны прежде всего подсказывать людям, какие конкретные меры им следует принимать и как они могут это сделать.

СМИ – важный партнер

Зачастую роль «промежуточного звена» между подготовленными вами инструментами информационно-разъяснительной работы (результатами исследований) и людьми, до которых вы хотите донести свои идеи, выполняют средства массовой информации. Данное утверждение справедливо в отношении многих конкрет-

ных целевых групп (например, государственные служащие читают газеты, смотрят телевизор и слушают радио), но в особенности – в отношении широкой публики. Для того, чтобы эффективно донести свои идеи до нужной целевой группы через СМИ, необходимо провести исследования и выяснить, какими СМИ пользуются соответствующие целевые группы. Например, входящие в правительство министры (или по крайней мере их советники), вероятно, читают центральную прессу, а на жителей какой-нибудь деревни, скорее всего, можно будет повлиять через местную газету или популярную радиопередачу либо путем личного обращения на общем деревенском собрании.

В действительности под понятием «средства массовой информации» скрывается широкий спектр самых разных форматов – газеты, журналы, телевидение (международное, национальное, местное), радио (международное, национальное, местное, кабельное), музыка и другие виды искусства. Все СМИ могут быть мощными факторами перемен, и необходимо выяснить, какие из них специализируются на ваших вопросах и кто является их основными читателями (слушателями, зрителями, аудиторией).

Еще один важный момент, который вы должны понимать, работая со СМИ, заключается в том, что все люди, не являющиеся работниками средств массовой информации, должны знать и соблюдать установленные этими средствами правила. Работники СМИ не являются членами вашей «команды» и не обязаны «сотрудничать» в целях достижения ваших целей. Все это объясняется необходимостью сохранения редакторской независимости – жизненно важного элемента демократических процессов в долгосрочной перспективе. Поэтому не следует относиться к СМИ как к «поставщикам услуг», которые должны лишь распространять ваши идеи без каких-либо комментариев и изменений. Воспринимайте их как своих привилегированных партнеров и рассчитывайте на то, что все добропорядочные журналисты будут использовать ваши материалы в качестве источника для подготовки собственных сообщений.

По этой причине вам понадобится выяснить, какого рода вещи интересуют СМИ, какой формат они предпочитают (как правило, краткую и четкую информацию) и когда им это нужно (работа СМИ сильно зависит от времени – у них бывают периоды «простоя», например, в дни праздников, когда они могут испытывать дефицит материала, и вы им можете помочь его восполнить).

Познакомьтесь с представителями СМИ и выясните их «участки работы» (вопросы, которыми они занимаются, например, репортажи о законе и порядке, преступности и преступниках или статьи о молодежи и ее проблемах), а также демографические характеристики их читателей (слушателей, зрителей).

Необходимо также помнить, что журналисты разделяются на две большие категории: те, кто ищет «новости», и те, кто старается подготовить более основательные репортажи о проблемах, представляющих общественный интерес. Новостным журналистам потребуется «зацепиться» за какое-либо событие или личность, и им, вероятно, понадобится что-нибудь необычное, или исключительное. Журналисты, специализирующиеся на освещении актуальных проблем, скорее всего будут изучать вопрос более основательно.

Однако представители и той, и другой категории журналистов являются специалистами в области работы СМИ, но не в области борьбы с торговлей детьми. Тем не менее, многие журналисты будут заинтересованы в том, чтобы узнать что-то новое о торговле детьми, детском труде и других проблемах социального развития, имеющих отношение к торговле детьми. Такие журналисты могут стать долговременными партнерами в борьбе с данным явлением, и вам следует тратить на них, как и всех партнеров, часть времени и усилий, чтобы информировать их, включать в состав участников различных учебных курсов и постоянно держать в курсе всех событий.

Работа со СМИ должна проводиться продуманно и требует тщательного планирования. В связи с этим полезно будет задать себе несколько простых вопросов, перечисленных ниже.

Зачем вообще мне нужно обращаться к СМИ?

- Подумать о сотрудничестве со СМИ, безусловно, необходимо, если вы считаете, что они могут помочь вам воздействовать на людей, которым следует знать о существовании проблемы, в особенности в плане доведения информации до целевых групп.
- Не следует ожидать, что СМИ станут практически «партнерами-волонтерами» и будут проводить всю информационно-разъяснительную кампанию за вас. Это отнюдь не входит в их задачи. Конечно, может оказаться так, что СМИ будут заинтересованы в вашей работе и обеспечат освещение каких-то вопросов, но делать это они будут по собственному усмотрению.

Является ли аудитория, на которую я пытаюсь воздействовать, доступной для воздействия через СМИ?

- В случае отрицательного ответа предпринимать дальнейшие действия нет смысла.
- В случае положительного ответа возникает следующий вопрос: является ли эта аудитория широкой публикой (СМИ, ориентированные на широкие массы) или узким кругом специалистов (специализированные СМИ)?

Что я могу предложить СМИ?

- Если ответом является «ничего», предпринимать дальнейшие действия нет смысла.
- Если у вас действительно имеются какие-то интересные факты, заслуживающие освещения в СМИ, следует подумать о том, чтобы сообщить о них новостному журналисту.
- Если ваша информация не представляет особого интереса для колонки новостей, но тем не менее заслуживает более внимательного рассмотрения, следует подумать о том, чтобы передать ее журналисту, специализирующемуся на освещении актуальных проблем.

Имеются ли журналисты, которые регулярно занимаются проблемами, связанными с вашими инициативами в области борьбы с торговлей детьми?

- В работе многих журналистов присутствует ритмичность – они периодически освещают одни и те же проблемы. Постарайтесь найти таких журналистов и передавайте им материалы напрямую. Если просто посылать пресс-релизы или информацию в отдел новостей, в телецентр или на радиостанцию, это вряд ли будет иметь какие-то результаты. Редакторы новостных отделов ежедневно получают десятки подобных писем, и в большинстве своем они сразу же отправляются в мусорную корзину.

Как я могу облегчить работу журналистов?

- Чем сильнее вы облегчите задачу журналистов, тем больше будет вероятность того, что они опубликуют ваши материалы. Подготавливая материалы, будьте кратки и отмечайте самые важные моменты. Излагайте мысли четко и кратко, не употребляя жаргонных выражений. После передачи материалов позвоните соответствующему журналисту по телефону, чтобы узнать о результатах. Заботьтесь о наличии людей для интервью, которые знают проблему и могут говорить кратко и по существу.

Как мне обращаться к журналисту (журналистам) и что следует передать ему (им)?

- В большинстве стран имеется справочник действующих журналистов, информационных агентств и учреждений СМИ. Его можно найти в местной библиотеке или в сети Интернет. Кроме того, интересующих вас журналистов можно поискать в местной прессе, на местном телевидении и радио. Обращайтесь к ним по имени.
- Во время предварительного телефонного разговора очень кратко обрисуйте тему, которую вы хотите обсудить. Затем, не откладывая, передайте журналисту письменные материалы, лучше всего в виде одностороннего пресс-релиза (материал должен быть изложен четко и напоминать по форме короткую газетную статью). Где возможно, делайте ссылки, которыми журналист сможет воспользоваться напрямую.
- Если у вас для передачи имеется отчет об исследовании или иной подобный материал, не посылайте его целиком. У журналистов нет времени читать 100-страничный текст, чтобы дойти до сути проблемы. Пошлите краткую аннотацию на одной странице и сообщите о готовности предоставить дополнительную информацию, если таковая потребуется.
- Возможно, вы захотите подготовить для журналистов комплект информационных материалов. Включите в него основные выводы и положения доклада, а также экземпляр полного текста доклада, пресс-релиз (заявление для прессы) со ссылками и список телефонов контактных лиц, с которыми можно обсудить соответствующие вопросы.

Нормы и принципы освещения СМИ вопросов, касающихся детей

При работе со СМИ опирайтесь на разработанные Международной федерацией журналистов нормы и принципы, которыми должны руководствоваться работники средств массовой информации во всем мире (изданное Международной федерацией журналистов в 2002 году руководство, название которого можно перевести с английского как «Нормы и принципы освещения вопросов, касающихся детей»). Эти нормы и принципы касаются таких аспектов, как право ребенка на частную жизнь, порядок собеседования с ребенком и характер информации, которую следует публиковать, чтобы не причинять ребенку вреда (например, в СМИ никогда не следует публиковать персональные данные детей, ставших жертвами торговли).

Налаживание партнерских отношений

Налаживание реальных партнерских отношений, как в случае со СМИ, в отличие от снабжения потенциальных партнеров лишь определенной информацией с сохранением почтительной дистанции с ними, является крайне необходимым для обеспечения действительно стратегических действий и предотвращения «выпадения» незащищенных детей в «щели» между отдельными инициативами. Если вам удалось сформировать чувство сопричастности, это значит, что вы заложили фундамент для «интеграции», которая лежит в основе партнерства. Партнерство подразумевает наличие элементов, перечисленных ниже.

Консультации – необходимы на этапе планирования, в оговоренные сроки во время реализации, а также при завершении действий, появлении результатов и при возникновении необходимости подумать об очередном этапе деятельности. Все это в равной степени справедливо в отношении инициатив как политического, так и низового уровня.

Одним из способов интеграции опыта и знаний широкого круга лиц является построение пирамиды партнерства (или использование фактора умножения). Это подразумевает, что каждое лицо (группа) в партнерстве должно представлять несколько других лиц (групп), чье мнение необходимо учитывать, и при этом своевременно отчитывается перед ними.

В сфере труда подобные структуры уже существуют в виде организаций работников и работодателей, позволяющих вести социальный диалог с использованием имеющихся представительных структур и механизмов. В системе ООН примером объединения усилий различных учреждений, действующих в области борьбы с торговлей людьми, в целях обмена информацией и планирования совместных действий является Глобальная инициатива по борьбе с торговлей людьми (ГИБТЛ).

Координация – подразумевает наличие ведущего лица или группы (либо назначенного подкомитета или специальной группы), которые будут проводить совещания, обеспечивать обмен знаниями и опытом и выполнять роль координационного центра для совместного использования информации и результатов деятельности.

Коммуникация – может осуществляться самыми разными способами, к числу которых отно-

сятся встречи, заседания, сообщения электронной почты, электронные доски объявлений и дискуссионные группы в сети Интернет, телефон и факс, индивидуальные собеседования, веб-сайты и прочие форумы для обмена информацией и мнениями. Каждому из этих способов отводится свое место, но при этом следует позаботиться о достаточной гибкости используемых систем для того, чтобы можно было охватить всех членов партнерства, включая тех, кто не располагает возможностью пользоваться сетью Интернет и не имеет легкого (или умеренного по цене) доступа к телефонной связи или местам проведения совещаний. Также следует позаботиться о том, чтобы процесс коммуникации был осмысленным и содержательным. Он должен представлять собой обмен информацией, которая является действительно необходимой и полезной для получателя.

Сотрудничество – может происходить на разных этапах работы в зависимости от сильных сторон, потребностей, наличия и мотивации людей. Постарайтесь наладить сотрудничество на этапах исследования и планирования и продолжать его в ходе реализации, мониторинга и оценки, подготовки документации и распространения опыта.

Что МОТ понимает под «социальным диалогом» в сфере труда?

В соответствии с определением МОТ под социальным диалогом понимаются все виды переговоров, консультаций и просто обмен информацией между представителями правительств, работодателей и работников по вопросам, представляющим общий интерес и относящимся к сфере экономической и социальной политики (например, детский труд и торговля детьми).

Социальный диалог может носить трехсторонний характер, когда в качестве официальной стороны в нем выступает правительство, либо осуществляется в рамках двусторонних отношений между профсоюзами и администрацией (между организациями работников и работодателями). Он может происходить на национальном, региональном уровне и на уровне отдельных предприятий. Социальный диалог может быть межпрофессиональным, отраслевым или сочетать в себе и то, и другое.

Главная цель социального диалога – способствовать достижению согласия и демократическому сотрудничеству между основными партнерами в сфере труда. Успешный социальный диалог

способен разрешать серьезные экономические и социальные проблемы, содействовать улучшению управления, привносить мир и стабильность в социальную и производственную сферу и стимулировать экономический прогресс.

Для успешного социального диалога необходимо следующее: сильные и независимые организации работников и работодателей, рас-

полагающие соответствующими техническими возможностями и доступом к актуальной информации; политическая воля и готовность участвовать в социальном диалоге со стороны всех его участников; уважение основополагающих прав на свободу объединения и на ведение коллективных переговоров; а также соответствующая институциональная поддержка.

См. упражнение 49 в «Сборнике упражнений».

Обучение и наращивание потенциала

Важным элементом в налаживании партнерских отношений является обучение и наращивание потенциала. Это – способ помочь каждому расширить свои знания и повысить квалификацию, изучить накопленный полезный опыт и прийти к общему пониманию проблемы. Кроме того, это является шагом в налаживании партнерских отношений и усилении взаимодействия.

Необходимо также иметь в виду, что люди постоянно перемещаются – с одной должности на другую в пределах одной и той же организации, а также из одной организации или местности в другую. В особенности это относится к работникам федеральных и местных органов, которые могут перемещаться между различными структурными подразделениями или населенными пунктами в процессе продвижения по служебной лестнице. Текучесть кадров, если должным образом не принимать ее в расчет, способна нанести серьезный урон деятельности в области борьбы с торговлей детьми, и лучший способ не допустить, чтобы изменения в персонале отрицательным образом сказались на результатах работы, – предоставить новым сотрудникам (или добровольцам) возможность пройти обучение и повысить свой потенциал. Прошедшие обучение, к тому же, должны будут поделиться приобретенными знаниями и навыками со своими коллегами.

К наращиванию потенциала и обучению существует несколько различных подходов, но в любом случае необходимо помнить о нескольких важных принципах. МОТ разработала контрольный перечень моментов, которые следует учитывать при планировании мер по наращиванию потенциала:

- правильно отбирайте людей для прохожде-

ния обучения – отбирать необходимо тех, кто после обучения будет способен инициировать изменения в своей организации;

- проанализируйте потребности в обучении, испытываемые конкретными группами, чтобы обеспечить целенаправленность самого процесса обучения (например, ориентированность на политический или низовой уровень, на место происхождения, транзита или назначения и т.п.);
- выясните уровень знаний и опыта потенциальных участников обучения, чтобы правильно построить учебный процесс;
- используйте имеющиеся методические материалы и ресурсы вместо того, чтобы пытаться «начинать с нуля»;
- позаботьтесь об устранении языковых препятствий, например, исключив тех, кто не говорит по-английски, если нет возможности использовать переводчика.

Хорошим способом продвижения процесса обучения и обеспечения передачи приобретенных знаний остальным работникам является подготовка отдельных сотрудников и добровольцев в качестве преподавателей. Подготовка преподавателей – важный элемент в обеспечении устойчивости и во внедрении аспекта борьбы с торговлей детьми во все сферы деятельности, потому что благодаря этому ответственность за обучение переходит от какой-то одной организации к разным группам, способным непрерывно продолжать учебный процесс. Это может быть, к примеру, группа женщин в местной общине, или правительственное учреждение, или группа молодых людей, обучающих своих сверстников.

Дети и молодежь – активные партнеры

Соответственно своему возрасту и степени зрелости дети имеют право участвовать в дискуссиях, действиях и в разработке политики по затрагивающим их вопросам. Это право гарантируется им в статьях 12 и 13 Конвенции ООН о правах ребенка. В статье 6 Конвенции о наихудших формах детского труда также говорится, что программы действий по искоренению в приоритетном порядке наихудших форм детского труда должны разрабатываться и осуществляться с учетом «...в случае необходимости, мнения других заинтересованных групп». Данное положение разъясняется в п. 2 Рекомендации № 190, где говорится о необходимости разработки и осуществления программ действий с учетом «мнения детей, непосредственно затронутых наихудшими формами детского труда, а также их семей и, в случае необходимости, мнения других заинтересованных групп, разделяющих цели Конвенции и настоящей Рекомендации».

Тем не менее, долгое время задача обеспечить участие детей в вышеупомянутых процессах никак не решалась. Очень часто детей лишь приглашали на заседание, записывали их мнения и

в последующем размещали их комментарии на веб-сайте или публиковали в книге, считая все это равноценным реальному привлечению к работе.

И хотя такие действия и способствовали по крайней мере распространению понимания того, что детей следует воспринимать как в качестве объектов, так и в качестве субъектов борьбы с торговлей людьми, они не обеспечивали полноценного использования потенциала детей как ключевого персонала и настоящих лидеров в подобных действиях. В какой-то степени это можно объяснить тем, что в соответствии с международно признанным определением под «ребенком» понимается любое лицо в возрасте до 18 лет и вследствие этого на протяжении долгого времени «дети» воспринимались как единая однородная группа, тогда как в действительности та роль, которую способен играть в борьбе с торговлей людьми 17-летний подросток, весьма отличается от роли 10-летнего ребенка.

В последние годы в отношении обеспечения участия детей – а также в отношении других направлений работы – был сделан важный вывод: необходимо проводить четкое различие между



потребностями, проблемами, реакциями и возможностями детей разных возрастных групп. По мере роста понимания этого становилось также все более очевидным и то, что когда речь идет о вкладе в борьбу с торговлей детьми, установленная возрастная граница в 18 лет является во многих отношениях искусственной. Иногда молодых людей старше 18 лет можно привлекать в качестве «доверенных лиц» тех, кто еще не достиг этого возраста и с кем трудно установить контакт. Например, 20-летний молодой человек, который, будучи ребенком, побывал в роли жертвы торговли детьми, способен предоставить ценную информацию об этой торговле и ее последствиях. Следовательно, существует многочисленная категория молодых людей (в возрасте 18-25 лет), обладающая огромными ресурсами в виде энергии, сочувствия и информации, способными принести пользу в борьбе с торговлей детьми.

Когда дети и молодежь принимают участие в процессах, имеющих отношение к борьбе с торговлей детьми, принимать в расчет необходимо не только их возраст. Следует обращать внимание и на гендерную специфику, особенно с точки зрения культуры, религии и традиций, в которых существуют дети. Необходимо также учитывать их уровень грамотности и такие факторы, как традиционные способы общения в общине. Коротко говоря, дети – это не единая однородная группа, и, как это бывает и со взрослыми, для их привлечения требуются продуманный подход и планирование.

Последние годы стали свидетелями многочисленных примеров того, как дети и молодежь участвуют в планировании и осуществлении проектов по защите детей, в проведении исследований, в консультировании своих сверстни-

ков, в программах сбора данных и в подготовке материалов, предназначенных для представителей своих возрастных групп. Так, дети и молодежь все чаще выступают в качестве основных действующих лиц в таких процессах, как наставничество и консультирование сверстников. Несомненно, общение между сверстниками зачастую является более конструктивным, чем общение между взрослыми и детьми, особенно когда ребенку приходится иметь дело с деликатными, или большими вопросами. С точки зрения борьбы с торговлей детьми это имеет важное значение, потому что дети из группы риска, в особенности те, с кем трудно установить контакт (например, дети, живущие на улице), возможно, не станут говорить со взрослым, но будут открыты с таким же как они ребенком или молодым человеком.

Кроме того, следует помнить, что поддержка участия детей и молодежи в инициативах по борьбе с торговлей детьми на многих уровнях уже сама по себе является мерой по расширению их прав и возможностей. У каждого участника подобных инициатив имеется возможность приобрести новые знания и, таким образом, укрепиться в собственных представлениях и осознать себя. Это – важный фактор защиты, в особенности когда речь идет о защите детей.

При планировании мероприятий с участием детей и молодежи крайне важно обеспечить их безопасность, особенно если речь идет о детях, находящихся в группе повышенного риска, побывавших в роли жертв торговли или подвергавшихся эксплуатации. В помощь тем, кто предпринимает подобные усилия, имеются специальные контрольные перечни и руководства, разработанные рядом организаций.

См. упражнения 50, 51, 52 в «Сборнике упражнений».

Глава 3.3. Мониторинг и оценка

Дополнительные материалы:

PEC: *Combating trafficking in children for labour exploitation: A resource kit for policy makers and practitioners*, Geneva, ILO, 2008, Book 5, section 5.5 («Борьба с торговлей детьми в целях эксплуатации труда: справочник для политиков и практиков» – на англ. яз.). [Указанный раздел справочника включает 3 загружаемых на компьютер ресурса, которые также могут служить отдельными дополнительными материалами для настоящего занятия.]

Мониторинг и оценка являются обязательными элементами всех действий по борьбе с торговлей детьми на всех уровнях. Эти элементы необходимы для того, чтобы действия осуществлялись так, как и было задумано, и приводили к желаемым результатам. Кроме того, мониторинг и оценка имеют важное значение для разработки мер по борьбе с торговлей детьми в более долгосрочной перспективе, поскольку позволяют находить и перенимать примеры положительного опыта.

Мониторинг и оценка проводятся для того, чтобы определить прогресс и результаты в реализации как целевых мер (инициативы низового уровня / прямая помощь), так и мер стимулирующего характера (например, разработка новой политики и законодательства в области борьбы с торговлей детьми).

Мониторинг и оценка могут осуществляться на местном, региональном и национальном уровне, а также по различным министерствам и ведомствам. Планы мониторинга и оценки являются необходимыми элементом всех национальных планов действий.

Для оценки прогресса и результативности инициатив в области борьбы с торговлей детьми используются специальные индикаторы. Они подтверждают эффективность мер на политическом и низовом уровне и должны определяться в самом начале любой инициативы. Индикаторы должны быть разумными, конкретными, измеримыми, достижимыми, реалистичными и ограниченными во времени. Ниже рассказывается о различных индикаторах, которые могут использоваться для оценки инициатив как на низовом, так и на политическом уровне.

Мониторинг

Мониторинг осуществляется во время реализации проекта и может принимать несколько разных форм. Он может проводиться специально уполномоченными на это независимыми организациями, организациями-исполнителями проекта (мер), участниками проекта, а также лицами, которым проект призван оказывать помощь, или всеми вышеперечисленными в любом сочетании. Основная задача мониторинга – определять, осуществляются ли действия с соответствии с намеченным планом, но кроме того он дает возможность взглянуть на проект как бы со стороны и понять, не требуется ли внести в него какие-то изменения или не пора ли извлечь какие-то полезные уроки.

В самом начале работы всем участникам необходимо собраться и решить, в какие моменты будет проводиться мониторинг, что именно будет проверяться (т.е. какие индикаторы будут использоваться), каким образом будут оформляться результаты мониторинга и как они будут учитываться в запланированных мероприятиях. У правительственных учреждений и финансирующих организаций, оказывающих поддержку действиям в области борьбы с торговлей детьми, зачастую имеются собственные критерии мониторинга, но если таковые отсутствуют, необходимо, чтобы организации-доноры постоянно информировались о ходе реализации инициатив путем представления им регулярных отчетов.

Оценка

Оценка результатов проводится в конце реализации инициативы или после внедрения новой политической меры и ее применения в те-

чение соответствующего срока. Лучше всего, если оценка будет проводиться независимыми внешними экспертами, знакомыми с рассматриваемой проблемой, но никак не связанными с данной инициативой, политической мерой или с имеющими к ним отношение лицами или группами лиц. Только в таком случае оценка будет полностью объективной и сможет указать на полезные для будущего уроки, отражающие как положительный, так и отрицательный опыт.

Оценить или определить, осуществляется ли проект в соответствии с планом (т.е. соблюдались ли сроки, соблюдался ли бюджет, достигнуты ли все ожидавшиеся результаты) сравнительно несложно, зато весьма трудно оценить общее воздействие или последствия, то есть привели ли предпринятые действия и их результаты к ожидавшимся дальнейшим результатам и в конечном итоге изменили ли они ситуацию с торговлей детьми и положение детей, находящихся в группе риска («оценка воздействия»).

В ходе проведения всех оценок следует принимать во внимание нижеследующие факторы:

Результативность – оказала ли инициатива (политическая мера) желаемое воздействие?

Эффективность – достаточно ли продуктивно использовались выделенные ресурсы (время, денежные средства, персонал, материалы) или часть из них была потрачена впустую?

Актуальность – велика ли вероятность того, что инициатива (политическая мера) способствовала достижению общей цели искоренения торговли детьми? Или же ее результатом стало нечто другое, не способствующее напрямую достижению этой цели (например, некоторые действия, предпринимаемые под девизом борьбы с торговлей детьми, было бы правильнее называть инициативами по борьбе с бедностью, не оказывающими, по сути, воздействия на торговлю детьми).

Состоятельность замысла – действительно ли необходимой была инициатива? Была ли она спланирована таким образом, чтобы обеспечить достижение поставленных целей?

Причина и следствие – была ли инициатива в точности направлена на решение выявленной проблемы? (Здесь также необходимо посмотреть, каким образом определялись целевые группы данной инициативы и охватила ли она нужных людей.)

Непредвиденные эффекты – не было ли каких-то неожиданностей во время реализации инициативы или после принятия новой политической меры? Это особенно важно в тех случаях, когда какие-нибудь из неожиданных результатов оказались отрицательными.

Альтернативные стратегии – могли ли какие-то действия оказаться более результативными, если бы они осуществлялись по-иному или, например, в другое время или в другом месте?

Устойчивость – будет ли сохраняться результат инициативы (политической меры) в будущем? (В данном случае вопрос заключается не только в том, имеются ли для этого необходимые ресурсы, но и в том, в достаточной ли мере обеспечено комплексное внедрение этого результата во все сферы, чтобы он мог сохраняться и без дополнительных финансовых или иных средств.)

Оценка воздействия инициатив низового уровня (инициатив по оказанию прямой помощи)

МОТ-ИПЕК впервые воспользовалась индикаторными исследованиями для оценки воздействия, оказываемого на детей и их семьи мерами борьбы с торговлей детьми. Это осуществляется путем наблюдения за изменениями, которые происходят с детьми и семьями, являющимися адресатами вышеупомянутых мер.

Индикаторное исследование, при котором обращается внимание на то, как ведут себя дети и семьи в настоящий момент, а также на то, как они вели себя в два разных момента времени в прошлом, позволяет получить общее представление об основных изменениях (воздействиях), происходящих с данной группой с течением времени. Такое исследование позволяет также оценить воздействие, оказанное определенным событием (в данном случае причастность к реализации мер по борьбе с торговлей детьми) на нынешнюю жизнь людей и, в совокупности, на целевые группы мер по борьбе с торговлей детьми.

Другой метод, к которому нередко прибегают в попытке оценить воздействие, заключается в использовании «опосредованных индикаторов» для определения степени успешности действий. Эти индикаторы дают возможность убедиться в наличии определенного прогресса, но не позволяют сделать вывод об оказании воздействия на всю проблему в целом. В общем, применение ряда разнообразных индикаторов и набора различных методов оценки (количественных и каче-

ственных) позволяет составить представление о том, чего удалось достичь в результате предпринятых действий.

Для мониторинга инициатив низового уровня (инициатив по оказанию прямой помощи) обычно используются следующие индикаторы:

- численность рискующих стать (ставших) жертвами торговли людьми девочек/ мальчиков, обучающихся в школе (вернувшихся в школу);
- численность рискующих стать (ставших) жертвами торговли людьми девочек/ мальчиков, достигших минимального трудоспособного возраста и имеющих достойную работу;
- численность рискующих стать (ставших) жертвами торговли людьми девочек/ мальчиков, обученных навыкам самозащиты и осведомленных об опасностях, связанных с торговлей людьми;
- численность рискующих стать (ставших) жертвами торговли людьми девочек/ мальчиков, прошедших регистрацию и имеющих доступ к основным государственным службам;
- численность матерей/отцов (чьи дети рискуют стать или стали жертвами торговли людьми), прошедших профессиональное обучение, получивших материальную помощь и направивших своих детей в школу;
- количество судебных дел, возбужденных против торговцев людьми.

Индикаторы не всегда бывают количественными (выраженными числами). Они могут, к примеру, относиться к новым законам, принятым в результате определенных политических мер или действий, к ресурсам или бюджетным ассигнованиям, полученным или увеличенным в результате новой политики, а также к структурам для борьбы с торговлей детьми.

Оценка воздействия политических инициатив

Мониторинг и оценка должны осуществляться также для того, чтобы можно было оценить прогресс и результаты всеобъемлющих действий, таких, как разработка новой политики и законодательства и комплексное внедрение элементов борьбы с торговлей детьми в более широкие политические меры правительства в сфере охраны детства, образования, труда, занятости и миграции. Мониторинг и оценка

подобного рода могут осуществляться на местном, региональном и национальном уровне, а также по различным министерствам и ведомствам.

Примерами некоторых распространенных индикаторов для мониторинга и оценки прогресса в области реализации политических инициатив может служить следующее:

- выделение на борьбу с торговлей детьми бюджетных средств на местном, региональном и национальном уровне, в том числе с учетом специфических потребностей девочек и мальчиков;
- периодичность межведомственных заседаний по данному вопросу и уровень участников от различных ведомств;
- кадровые ресурсы, выделяемые на борьбу с торговлей детьми, в частности в виде таких специально выделяемых для этого работников, как координаторы;
- количество направлений политической деятельности (например, образование, труд, занятость, миграция), в которых проводится борьба с торговлей детьми;
- количество государственных служащих, в число должностных обязанностей которых входит борьба с торговлей детьми;
- количество программ подготовки государственных служащих, включающих вопросы о борьбе с торговлей детьми;
- количество осужденных торговцев детьми;
- количество устных выступлений или документов правительственного уровня, в которых упоминается о торговле детьми;
- количество нуждающихся детей, для поддержки которых предусматриваются бюджетные средства и (или) которые получают помощь.

Некоторые из этих индикаторов могут использоваться и для оценки таких основ для борьбы с торговлей детьми, как национальные планы действий (НПД).

Совместное проведение мониторинга и оценки

Привлечение местных жителей и детей к проведению мониторинга и оценки – это один из способов расширения их прав путем предоставления им возможности непосредственно наблюдать за тем, какие меры действуют, а какие – нет, и выражать свое мнение по поводу затрагивающих их действий. Совместное проведение мониторинга – это весьма эффективный метод, позво-

ляющий детям самостоятельно разрабатывать действия для борьбы с торговлей детьми.

Совместные мониторинг и оценка могут принимать различные формы, но в любом случае они должны быть связаны с поиском путей, позволяющих тем, кто участвует в действиях в качестве адресатов мер или в качестве целевых групп, выражать свое мнение относительно способов осуществления действий и оказанного ими воздействия.

Совместные мониторинг и оценка также должны быть всегда открытыми для всех участников. Это значит, что вам необходимо позаботиться об устранении всех препятствий для участия каких-либо членов общины. Например, в некоторых общинах женщины, если посадить их в фокусную группу вместе с мужчинами, будут испытывать определенные неудобства и не захотят высказываться открыто, поэтому в таких случаях следует организовывать фокусные группы из представителей одного пола. Для того, чтобы в работе могли полноценно участвовать люди с ограниченными возможностями, необходимо позаботиться об их специфических потребностях (например, для человека с нарушением слуха может потребоваться усилительная аппаратура или использование языка жестов). В ходе ваших приготовлений следует всегда учитывать гендерную специфику и особые потребности представителей общины, с которыми проводится работа.

Совместные мониторинг и оценка должны проводиться также с соблюдением этических норм. Это значит, что необходимо обращать должное внимание на такие аспекты, как частная жизнь участников и защита детей. «Краткое руководство по этичной реализации» состоит из следующих пунктов:

Перед началом

- Объясните участникам, что они останутся анонимными (никакие имена записываться не будут) и вся информация будет сохранена в тайне (будет использоваться только по прямому назначению и не подлежит публикации).

- Позаботьтесь о том, чтобы получить от всех участников осознанное согласие; убедитесь в отсутствии поблизости «посторонних слушателей» (например, обслуживающий персонал, учителя и родители, желающие послушать, что будут говорить дети).

Во время собеседования

- Если кто-то из участников захочет уйти, не препятствуйте им.
- Постарайтесь обеспечить, чтобы старшие или более авторитетные участники не доминировали над младшими или менее авторитетными.

При обсуждении деликатных, или болезненных вопросов

- Постарайтесь завоевать доверие респондентов.
- Пообещайте участникам, что их имена останутся неизвестными и все сказанное ими будет сохранено в тайне.
- Не записывайте имен и не делайте фотоснимков.
- Позаботьтесь о том, чтобы в месте проведения интервью или группового обсуждения отсутствовали посторонние лица.
- Будьте объективны и не делайте критических суждений.
- Если кто-то из участников заговорит о личной проблеме или психологической травме, внимательно выслушайте его и впоследствии проявите о нем заботу.

По окончании обсуждения

- Поблагодарите участников за потраченное время и сообщенную информацию.
- Проверьте, не осталось ли пробелов в информации, и подведите основные итоги; спросите у участников, согласны ли они с этими итогами и (или) не хотят ли что-нибудь добавить.
- Расскажите участникам, как будет использована сообщенная ими информация.

После завершения сбора и анализа данных

- Сообщите участникам основные выводы и попросите их высказать свое мнение.

См. упражнения 53, 54, 55 в «Сборнике упражнений».

Глава 3.4. Изучение опыта и обмен им

Дополнительные материалы:

PEC: *Combating trafficking in children for labour exploitation: A resource kit for policy makers and practitioners*, Geneva, ILO, 2008, Book 5, section 5.6 («Борьба с торговлей детьми в целях эксплуатации труда: справочник для политиков и практиков» – на англ. яз.). [Указанный раздел справочника включает 7 загружаемых на компьютер ресурса, которые также могут служить отдельными дополнительными материалами для настоящего занятия.]

Цель всех действий – защитить детей от торговцев людьми, оказать помощь детям-жертвам и сделать очередной шаг к искоренению наихудших форм детского труда, но при этом каждое действие должно планироваться таким образом, чтобы в будущем приводить к еще более эффективным мерам. Это подразумевает наличие не только мониторинга и оценки, позволяющих контролировать и ускорять прогресс, но и средств обобщения полезных уроков, извлеченных из реализации проектов, а также средств различного использования таких уроков.

Полезные уроки могут и должны использоваться для:

- совершенствования мер в будущем;
- определения мер, допускающих их повторение (копирование) или адаптацию;
- демонстрации действий, которые могут быть интегрированы в государственные политику и программы;
- стимулирования донорского содействия;
- сохранения позитивных результатов после завершения действий.

Для того, чтобы опыт, приобретенный в ходе реализации действий, стал полезным не только для тех, кто в этой реализации участвовал, необходимо предпринять ряд шагов. Эти шаги заключаются в следующем:

- определение успешных действий или элементов действий (также называются «примерами положительного опыта» или «примерами успешной практики»), которые могут оказаться полезными в будущем;
- определение тех элементов мер, которые оказались не столь успешными и которые необходимо исключить, изменить или дополнительно пересмотреть;
- документальное оформление приобретенного опыта;
- обмен этим опытом с другими (распространение опыта);
- воспроизводство положительного опыта в более широком масштабе.

Выявление примеров положительного опыта и недостатков

Выявление примеров положительного опыта подразумевает проведение критического анализа мер, реализуемых на низовом и (или) политическом уровне. Такой анализ должен подсказать, каким образом можно будет воспользоваться выявленными примерами для улучшения будущих действий. Необходимо всегда помнить о том, что отмечать следует не только успехи, но и недостатки. То, что может показаться ошибкой или неудачей в действиях, на самом деле является полезным уроком на будущее, который, если его документально оформить, поможет улучшить дальнейшие меры. Изучение документов, указывающих на недостатки, позволит всем остальным сэкономить время, деньги и силы, не тратя их понапрасну на потенциально неэффективные действия.

Выявление примеров успешной практики и недостатков необходимо для движения вперед на основе проверенного опыта. В общем, успешной практикой можно считать такую, которая:

- является результативной (то есть, привела ли она к реальному сокращению торговли детьми?);
- является эффективной;
- учитывает потребности и приносит пользу целевым группам;
- отличается прогрессивностью и созидательностью;
- допускает повторение (копирование) или адаптацию;
- способна стать постоянной (интегрированной в другие политические меры и программы);
- способствует переменам.

К примерам успешной практики можно отнести различные процессы, подходы, стратегии, меры, политические курсы, конкретные ситуации и знания. Самым главным здесь является то, что успешная практика *должна показывать*,



что она оказывает существенное влияние на ситуацию в борьбе с торговлей детьми. Какие-то элементы действий могут не являться примерами успешной практики просто потому, что они осуществляются в обычном порядке. Успешная практика должна наглядно демонстрировать свое значение и ценность.

Документальное оформление извлеченных уроков

Документальное оформление извлеченных уроков подразумевает не только запись всего проделанного, но и анализ того, как это было проделано, и какой полезный опыт при этом был получен. При подготовке материалов на базе извлеченных уроков необходимо учитывать, кто будет ими пользоваться: будут ли они предназначены только для внутреннего пользования или же станут доступными и для сторонних организаций. Какая информация им потребуется и как они будут ее использовать? Документирование данных об извлеченных уроках позволяет сделать так, чтобы приобретенный вами опыт приносил пользу и другим.

При документальном оформлении полученного

опыта следует по возможности приводить мнения детей, семей и местных жителей, а также партнеров и, в идеале, независимых наблюдателей. Эти мнения не обязательно должны совпадать: зачастую разные взгляды на одно и то же действие способны помочь читателям получить более ясное представление об инициативе в области борьбы с торговлей детьми и сделать собственные выводы.

Несколько полезных советов:

- придумайте запоминающееся название (лозунг);
- изобразите предпринятое действие графически – в виде картинки, которую люди смогут легко понять и запомнить;
- дайте ответы на вопросы, начинающиеся со слов «как», «почему», «где», «когда» и «что»;
- обоснуйте выводы, сделанные вами относительно результатов и последствий предпринятых мер;
- приведите четкое описание извлеченных уроков с рекомендациями относительно копирования или адаптации полезного опыта;
- приведите ссылки на источники.

Разработка стратегии распространения опыта

Для того, чтобы довести информацию о результатах осуществленных мер до тех, кто мог бы эти результаты использовать, необходимо при планировании соответствующих мер разработать стратегию распространения полезного опыта. При этом следует дать ответы на следующие вопросы: кто мог бы воспользоваться этим опытом, как он будет его использовать, в каком виде он ему потребуется и как он будет о нем узнавать.

Ответы на эти вопросы могут указать на процессы и инструменты, которые понадобятся вам для сбора информации. Например, если целевой аудиторией для вашей стратегии распространения опыта являются члены профсоюза в соседней провинции Б, то необходимо будет, чтобы они узнали о всех деталях разработки и реализации проекта и о полезных уроках, извлеченных профсоюзом в провинции А. Информацию об извлеченных уроках можно было бы посылать им в процессе реализации проекта (не дожидаясь его завершения) в виде электронных информационных бюллетеней. С другой стороны, если целевой аудиторией являются работники министерства, занимающегося международными проблемами, можно дождаться окончания проекта, выяснить конкретные вопросы, которые будут интересовать министерство, и подробно изложить их в адресованном этому министерству письме.

Если осуществляемая мера имеет отношение к политике или программе, реализуемой министерством, то в основную целевую группу могут входить должностные лица государственных учреждений на других уровнях либо в других странах региона. В подобных случаях для обмена информацией вы можете воспользоваться постоянными форумами, в работе которых принимают участие представители правительства.

Следует помнить, что распространение полезного опыта отнюдь не всегда означает подготовку длинного доклада в глянцевого обложке и его рассылку по почте за большие деньги. Распространять опыт можно самыми разными способами, в том числе в ходе индивидуальных бесед, при встречах для обмена информацией, с помощью мультимедийных продуктов, публикаций и в устной форме. Особое внимание необходимо обращать на то, как вы будете доводить инфор-

мацию до труднодоступных групп, поэтому проверяйте все имеющиеся средства связи и убедитесь в наличии у целевых групп, к примеру, доступа к сети Интернет или к почтовым услугам. До начала работы по подготовке материалов всегда желательно попытаться установить контакт с представителями подобных целевых групп, чтобы выяснить, каким образом можно наладить с ними связь.

Воспроизводство положительного опыта в более широком масштабе

Копирование успешной практики в других местах называется также перениманием опыта или, если это происходит в еще более широких масштабах, его распространением. Данный процесс подразумевает использование опыта, приобретенного в каком-то одном месте (например, отдельная община, школа или провинция), в других общинах, школах, провинциях и даже в масштабах всей страны. Распространять опыт следует с большой осторожностью. Прежде всего, необходимо понять, не объяснялся ли успех инициативы ее незначительным масштабом. Если вы собираетесь осуществлять инициативу в более широком масштабе, не потеряет ли она в результате именно то, благодаря чему и оказалась успешной? Для выяснения всего этого требуется тщательный анализ инициативы с учетом ее нового контекста. Распространение опыта предполагает также дополнительные усилия в плане координации деятельности. Партнерам, реализующим проект, могут понадобиться консультации и помощь, по крайней мере на начальном этапе.

Один из способов распространения опыта заключается в интеграции соответствующих действий в более крупные политические инициативы. Например, эффективный учебный модуль, разработанный для школьных учителей какого-то одного района, может быть включен в учебную программу национального педагогического колледжа (при содействии этого колледжа или министерства образования).

Самое важное, о чем необходимо помнить, это то, что конец одной инициативы в действительности является началом следующей. Возможно, важнейший результат документирования примеров положительного опыта заключается в передаче этого опыта – касающегося инициатив как политического, так и низового уровня – другим.

См. упражнения 56, 57, 58 в «Сборнике упражнений».

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ПО БОРЬБЕ С ТОРГОВЛЕЙ ДЕТЬМИ В ЦЕЛЯХ ТРУДОВОЙ, СЕКСУАЛЬНОЙ И ДРУГИХ ФОРМ ЭКСПЛУАТАЦИИ

Книга 3

Процессуальные вопросы

Книга 1

Торговля детьми: общее представление о проблеме

Книга 2

Меры по борьбе с торговлей детьми на политическом и низовом уровне

Сборник упражнений

Руководство для фасилитаторов

(На компакт-диске)

Международное бюро труда,
Международная программа
по искоренению детского труда
(ИПЕК), Женева, Швейцария

(International Labour Office
International Programme
on the Elimination of
Child Labour (IPEC)
4, route des Morillons
CH-1211 Geneva 22
Switzerland)
www.ilo.org/ipecc

Детский фонд
ООН (ЮНИСЕФ),
Нью-Йорк, США

(UNICEF
3, UN Plaza
New York, NY 10017
USA)
www.unicef.org

Глобальная инициатива ООН по борьбе с торговлей людьми (ГИБТЛ),
Управление ООН по наркотикам и преступности, Вена, Австрия
(Global Initiative to Fight Human Trafficking (UN.GIFT))

United Nations Office on Drugs and Crime
Vienna International Centre
Wagrammer Strasse, 5
A 1400 Vienna
Austria)
www.ungift.org

Фотоматериалы МОТ

ISBN 978-92-2-422075-3



9 789224 220753