

# Внимание, мы все видим!


*Нет более грубой ошибки, чем ничего не делать, считая, что ты мало на что способен.*

<b>Темы</b>	Глобализация, социальные права, гражданство
<b>Сложность</b>	Уровень 4
<b>Количество участников</b>	Любое
<b>Время</b>	150 минут
<b>Обзор</b>	В этом упражнении участники должны разработать план проведения кампании по привлечению общественного внимания к последствиям перемещения производства транснациональными компаниями.
<b>Соответствующие права</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Право каждого человека на справедливые и благоприятные условия труда</li> <li>▪ Право объединяться в профсоюзы</li> <li>▪ Право на социальное обеспечение</li> </ul>
<b>Задачи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Проанализировать последствия перемещения производства транснациональными компаниями, как в глобальном, так и в местном масштабе</li> <li>▪ Поддержать правозащитное движение</li> <li>▪ Развивать творческие навыки и воображение</li> </ul>
<b>Материалы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Клейкие листы бумаги, из которых участники могут сделать наклейки или ярлыки с лозунгами кампании</li> <li>▪ Большие листы бумаги или доска с перекидными страницами для изготовления плакатов</li> <li>▪ Бумажные листы размера А 4 для изготовления листовок (цветная бумага факультативно)</li> <li>▪ Лента и клей</li> <li>▪ Цветные маркеры и карандаши</li> <li>▪ Ножницы</li> <li>▪ Газеты, журналы, брошюры и любой печатный материал, из которого можно вырезать картинки</li> </ul>
<b>Подготовка</b>	Сделайте по одной копии фактологической справки и задач кампании на каждого участника


## Инструкции

1. Объясните участникам, что это упражнение посвящено глобализации, причем особое внимание будет обращено на практику перемещения производства транснациональными компаниями.
2. Попросите участников, чтобы они рассказали о том, что им известно об этой теме и как, на их взгляд, этот вопрос освещается средствами массовой информации (СМИ).


**ТЕМЫ**



ГЛОБАЛИЗАЦИЯ



СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАВА



ГРАЖДАНСТВО

**СЛОЖНОСТЬ**


УРОВЕНЬ 4

УРОВЕНЬ 3

УРОВЕНЬ 2


УРОВЕНЬ 1

**КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ**



ЛЮБОЕ

**ВРЕМЯ**



150 МИНУТ

3. Проведите мозговой штурм на тему: Что нужно для хорошей рекламной кампании.
4. Разделите участников на малые группы по 3 – 4 человека.
5. В качестве примера кампании, направленной на информирование населения о последствиях глобализации, приведите Восточноевропейскую кампанию за чистую одежду и раздайте тексты фактологической справки.
6. Введите участников в контекст упражнения. Они должны представить себе, что неправительственная организация «Восточноевропейская кампания за чистую одежду» только что получила грант от Совета Европы. Если раньше, из-за трудностей с финансированием, эта организация могла проводить только маломасштабные акции в очень небольшом числе стран, теперь же ее правление решило возобновить свою кампанию, распространив ее на всю Европу. Организация хотела бы нанять группу в качестве консультантов.
7. Раздайте материал с описанием задач кампании (раздаточный материал 2). Сообщите участникам, что она попросила вас передать им эти документы как базовый справочный материал.
8. Каждая малая группа должна разработать предложение по распространению деятельности Кампании за чистую одежду на их страну. Сначала группа должна написать краткий проект предложения по общей стратегии кампании. Затем участники должны подготовить более подробные предложения по реализации первой задачи, т.е. информирования широкой общественности. Подробное предложение должно содержать следующее:
  - расписание мероприятий,
  - список предлагаемых мероприятий (концерты, радио- и телевизионные передачи, уличные театры, распространение листовок и т.д),
  - места проведения событий (школы, общественные здания и т.д.),
  - необходимое количество персонала,
  - пробные экземпляры материалов, которые предполагается использовать (афиши, плакаты, и т. д.).
9. Подчеркните, что предложение должно быть четким и кратким. Сообщите участникам, что НПО открыта для любых предложений, особенно, творческих, однако организация настаивает на том, чтобы группы решали задачи в том виде, в каком они изложены в материале 'Задачи кампании», и обосновали свой выбор средств для их выполнения. Затем они должны будут изложить свои предложения представителям НПО, чтобы те рекомендовали их своему правлению. Для разработки предложений участникам дается 60 минут.
10. Когда предложения готовы, попросите группы их представить.
11. Откройте пленарное заседание для проведения обсуждения.

### **Анализ и оценка**

Сначала сделайте краткий обзор хода выполнения упражнения. Пусть каждая группа расскажет по очереди о том, как в ней распределялись задания и как проходила совместная работа. Все ли участвовали в работе? Все ли ощущали свою причастность к общему делу? Затем обсудите проблемы глобализации и уроки, вынесенные из упражнения. Задайте следующие вопросы:

- Какие положительные и отрицательные последствия перемещения компаний из одной страны в другую вы можете назвать? Как этот процесс воздействует на уровень безработицы? На национальную экономику? На мировую экономику?
- Есть ли у рабочих реальная возможность выбора – принимать или не принимать предлагаемые им условия труда?
- Кто несет ответственность за сложившуюся ситуацию?
- Что можно и нужно сделать для того, чтобы разъяснить рабочим их права?
- Полезны ли кампании, подобные предложенной? В чем их польза?
- Что делает кампанию успешной?
- Считаете ли вы, что такие занимающиеся защитой прав рабочих институты, как НПО, профсоюзы, агентства ООН и организации, возглавляющие кампании антиглобалистов, помогают изменить ситуацию к лучшему?

### Советы ведущим

Информацию о практике перемещения производства транснациональными компаниями вы найдете в разделе о глобализации. Прежде, чем приступить к выполнению этого упражнения, узнайте, есть ли в вашей стране представительство Кампании за чистую одежду или подобной ей организации.

Одна из задач этого упражнения – это стимулирование творчества участников. Поэтому следует подчеркнуть, что они имеют полную свободу «изобретать» любые новые стратегии проведения кампаний, и всегда помня о том, что они должны выполнить задачи, сформулированные НПО.

В 10-м пункте инструкций, то есть когда группы представляют результаты проделанной работы, вы можете взять на себя роль члена отборочной комиссии НПО. Однако рекомендуется по возможности приглашать на эту роль людей со стороны, которые не участвовали в групповой работе. Это сделает упражнение более увлекательным и даст возможность начать дискуссию, особенно, если вам удастся пригласить представителя НПО, занимающегося вопросами глобализации или организацией кампаний.

Если вы сможете пригласить «экспертов», это упражнение целесообразно провести за два занятия. Посвятите первое занятие подготовке доклада о кампании и материалов, а на втором проведите дискуссию.

### Предложения по продолжению

Свяжитесь с Кампанией за чистую одежду и продолжайте работу, начатую в группах.

Если группа желает продолжать работу в направлении социальных прав и права на труд, участники могут выполнить упражнение «История Ашика» на странице 173, в котором рассматриваются проблемы детского труда.

### Знаменательная дата

24 октября

Всемирный день информации о развитии

## РАЗДАТОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### Фактологическая справка: Восточноевропейская кампания за чистую одежду

Восточноевропейская кампания за чистую одежду (ВКЧО) представляет собой сеть, основанную в Нидерландах в 1990 году с целью улучшения условий труда в мировом производстве спортивной одежды. В настоящее время ВКЧО действует почти в 10 странах Восточной Европы, где ее отделения представляют собой коалицию потребительских организаций, профсоюзов, правозащитных и женских организаций, исследователей, групп солидарности и активистов.

Основными проблемами, связанными с условиями труда на рабочем месте, являются:

- Низкая оплата труда
- Неупорядоченность трудовых отношений (нет договоров, ненормированное рабочее время, принудительная неоплачиваемая сверхурочная работа, и др.)
- Непризнание права на создание рабочих организаций (запугивание рабочих-активистов)

### Задачи кампании

Перед кампанией стоят следующие задачи:

- Проинформировать широкую общественность о происходящем, чтобы заручиться ее поддержкой при проведении кампании.
- Показать конкретные примеры некоторых последствий глобализации, ведущих к нарушениям прав человека.
- Заставить фирмы с большим уважением относиться к правам рабочих, распространяя информацию об относящихся к рабочим правах человека.
- Активизировать сеть, состоящую из людей, организаций и институтов, которые ведут борьбу за те же цели.