



**ПРОЕКТ ФИЕСТА**  
**КОМПЛЕКТ ИНСТРУМЕНТИ ЗА ЗАСТЪПНИЧЕСТВО**

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация [съобщение] отразява само личните виждания на нейния автор и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.

## **Съдържание**

### Въведение

1. Какво е застъпничество?
2. Използвайте всички форми на застъпничество и различни подходи при прилагането му!
3. Използвайте ефективна стратегия за застъпничество!
4. Идентифицирайте целевите си групи
5. Идентифицирайте проблемите и си поставете цели
6. Направете проучване и съберете доказателствена информация
7. Работете с вземащите решения
8. Направете карта и анализ на заинтересованите страни
9. Приложете самооценка: подгответе организацията си за застъпническа кампания
10. Направете си план за действие
11. Изпълнете плана, направете мониторинг и оценка
12. Приложения 1- 6

## **Въведение**

Мрежата ФИЕСТА разработи мултидисциплинарен подход за учене за учители и специалисти в сферата на образованието с цел да улесни посрещането на допълнителните нужди на децата със специални образователни потребности по време на периодите им на преход между образователните нива или в общообразователна училищна среда. Целта на мрежата е да приложи холистичен подход към приобщаващото образование и да улесни:

(1) Преходът на деца със специални образователни потребности в общообразователни училища

(2) Преходът на деца със специални образователни потребности от детска градина в начално училище и от начален курс в прогимназиален курс на обучение.

Комплектът с инструменти за застъпничество, разработен в рамките на ФИЕСТА, предоставя практически ориентирани средства в помощ на членовете на мрежата при разработването и управлението на техните застъпнически инициативи.

### **За кого е изработен този комплект?**

Комплектът с инструменти за застъпничество е ресурс, който подпомага прилагането на структуриран подход към застъпническата дейност. Инструментите включени тук са особено подходящи за членовете на мрежата ФИЕСТА, но съдържанието на Комплекта ще бъде ценно за всички, които искат да разширят познанията си свързани с приобщаването и прехода на децата със специални образователни потребности.

### **Какво бихте могли да научите от този комплект с инструменти?**

Комплектът с инструменти за застъпничество използва една широко разпространена дефиниция за това какво е застъпничество. Застъпничеството е интегрална част от всички сфери на ФИЕСТА. То лежи в основата на оказването на влияние върху решенията, които засягат децата със специални образователни потребности.

Комплектът е разработен с цел да подкрепи членовете на мрежата ФИЕСТА при разработването на техните застъпнически кампании като адресират ключови политики и по този начин доведат до желаната промяна.

Тук ще намерите информация как да планирате, изпълните и направите оценка на подходящата за вашите цели стратегия.

## 1. Какво е застъпничество?

Когато говорим за застъпничество, основно имаме предвид набор от добре структурирани дейности, които имат за цел да оказват влияние на политиките и да доведат позитивна промяна.<sup>1</sup> Застъпничеството се отнася до проблеми, които пряко засягат живота на хората и за които е заявен подход на вземане на решения базиран на участието на всички.<sup>2</sup>

Застъпничеството може да бъде подложено на различни интерпретации в зависимост от проблема, който се адресира.<sup>3</sup> Застъпничеството (според използваната от ФИЕСТА дефиниция) включва предоставянето на подкрепени с факти препоръки към вземащите решения, заинтересованите страни и/ или тези, които им оказват влияние, така че да се стигне до промяна в управлението, нагласите, властовите отношения, социалните взаимоотношения и институционалните функции. Застъпничеството по смисъла вложен в мрежата ФИЕСТА подпомага действия, които са предприети в по-широк мащаб и които адресират съществуващите бариери пред зачитането на детските права. То адресира неравенства и несправедливости в обществото и целта му е да се промотира зачитането на човешките права и социалната справедливост. Мрежата ФИЕСТА се застъпва за протичането на планиран процес, базиран на данни и факти, който по директен или индиректен начин да окаже влияние на вземащите решения и заинтересованите страни, които да допринесат за плавен преход и приобщаване на децата със специални образователни потребности в общообразователна среда.

| <u>Застъпничеството включва</u>   | <u>Застъпничеството води до</u>   |
|---|---|
| <b>Повишаване на информираността и промяна в нагласите</b><br><b>Работа с медиите</b> | - повишава легитимността на и доверието в мрежата ФИЕСТА в публичното пространство;<br><br>- изпраща към обществото послания, които са убедителни, базирани на факти и ориентирани към търсенето и предлагането на решения. |
| <b>Комуникиране на призив за промяна в поведението</b>                                | - създава благоприятна среда за ефективни политически реформи<br><br>- защитава правото на децата за равни възможности в образованието, както и допринася за зачитането на мнението на децата на ниво вземане на решения.   |
| <b>Създаването на партньорства и коалиции</b>   | - генерира подкрепа за решаването на идентифицираните проблеми.   |

<sup>1</sup> <http://www.icco.nl/nl/linkservid/383429B4-95A1-C927-FD8639F875DE8D7A/showMeta/0/>

<sup>2</sup> CSO

|   |  |
|---|--|
|   | - свързва застъпващите се с вземащите решения и използва различните гледни точки за постигането на общи цели.  |
| <b>Водене на преговори</b>                | Дискусии с вземащите решения, които да доведат промени в политиките и практиките   |
| <b>Създаване и провеждане на кампании</b> | Мобилизира обществото около проблема, който е обект на застъпническата кампания, променя нагласите и събира подкрепа при повлияването на вземащите решения.  |
| <b>Проучвания и публикации</b>            | Илюстрират причините и решенията на проблемите и водят до препоръки към вземащите решения и заинтересованите страни.   |
| <b>Работа с деца и млади хора</b>         | Подпомага процеса на вземане под внимание на мненията на младите хора и предприемане на действия съгласно тях.   |
| <b>Конференции и събития</b>              | Събират разнообразни представители на заинтересованите страни и вземащите решения, за да се обърне внимание на причините и да се идентифицират решенията на разглежданите проблеми, така че да се предприемат навременни и конкретни действия. |

*Застъпничеството* подпомага промените като отправя искания, като в повечето случаи се разпространява информация, която цели достигането на определено послание до много хора или отслабването на позициите на определен представител на вземащите решения. Пример за такъв тип застъпничество са подписките, демонстрациите, радио предавания, статии в пресата, прес конференции, брошури, медийни кампании, съдебни процеси.

Група от хора, които са ангажирани в провеждането на застъпническа инициатива, обикновено предприема действия за повишаване на осведомеността на повече хора по проблема, който е обект на кампанията, и ги мобилизират за действие. Мрежата ФИЕСТА открива ползите от своята застъпническа дейност до момента в подобряването на позициите на децата със СОП, благоприятната промяна в нагласите и в активното участие на гражданското общество в този процес.

Накратко, причините, поради които ФИЕСТА предприема застъпнически действия са:

- Традиционните подходи не са достатъчни за устойчиво подобряване на образованието на децата със специални образователни потребности.
- Застъпничеството може да бъде ключов инструмент за посрещане на нуждите на децата със специални образователни потребности.
- Застъпничеството може да бъде овластяващ подход, който да даде възможност на хората да повлияват решенията, които ги засягат; може да накара членовете на обществото да предприемат действия, водещи до промяна.

## **2. Използвайте всички форми на застъпничество и различни подходи при прилагането му!**

Застъпничеството може да приеме няколко различни форми в зависимост от вида на проблема, който се адресира, целта и целевите групи. Тук са представени няколко основни форми, които бихте могли да приложите.

*Действие за разрешаване на индивидуален проблем – на конкретно дете или семейство (застъпничество при конкретен случай).* Този тип застъпничество изисква задълбочено запознаване с проблема и подкрепа на желаната промяна с факти и добри примери за желаното състояние на нещата след предприетите действия.

*Работа с институции (застъпничество на ниво администрация).*

*Работа с конкретни политици – запознаването им с политики или програми, от които тяхната общност би имала полза (застъпничество на ниво промени в съществуващата законова уредба).* Може да включва застъпнически действия по конкретни законопроекти или финансиращи програми.

Създаване на *социални мрежи*, чрез които да бъдат достигнати повече хора и да се фокусира по-голяма част от общественото внимание върху конкретен проблем.

*Работа с медиите* – това е един от основните подходи при застъпничеството. Целта е да се повиши обществената осведоменост и да се инициира широк обществен дебат по даден проблем. Честото отразяване на даден проблем в медиите го прави разпознаваем в обществото, увеличава подкрепата на хората за разрешаването му и го прави обществено значим.

*Включване на лидери.* Може да се осъществи, както по формален начин (срещи, семинари, конференции) така и по неформален (фестивали, спортни събития).

*Изграждане на партньорства:* включва обединяване на хора от различни организации, но споделящи общи ценности и имащи сходни цели.

*Обединяване на групи в общността за подкрепа на застъпническата инициатива.* Тези групи биха могли да помогнат като разпространят информацията за кампанията и като съдействат за набирането на данни и примери.

*Максимизиране* на ефекта от кампанията като се увеличи мрежата от застъпници, развият се уменията на лидерите на инициативата и се поддържа високо ниво от знания и умения.

### **3. Използвайте ефективна стратегия за застъпничество!**

Ефективното застъпничество изисква избор на правилната стратегия: ясни цели (каква промяна бихте искали да постигнете), идентифициране на целевата ви група (към кого и ще се насочите, за да реализирате тази промяна), подходящи методи за получаване на обществена подкрепа и идентифициране на наличните ресурси. С други думи, направете много детайлен план.

Добре разработеният план помага на хората да се фокусират и помага за стройната координация между тях.

При изработването на застъпническа стратегия следвайте тези стъпки:

1. Идентифицирайте целевите си групи
2. Идентифицирайте проблемите и си поставете цели
3. Направете проучване и съберете доказателствена информация
4. Работете с вземащите решения
5. Направете анализ на заинтересованите и засегнатите страни
6. Приложете самооценка: подгответе организацията си за застъпническа кампания
7. Направете си план за действие
8. Изпълнете плана, направете мониторинг и оценка

### **4. Идентифицирайте целевите си групи!**

Целта на една застъпническа кампания е „да фокусира членовете на общността към даден проблем и да води вземащите решения към решаването му”. (International Planned Parenthood Federation – Western Hemisphere Region). Първият въпрос, който трябва да си зададете, е „за кого се застъпвате?”. Запомнете вашите застъпнически действия трябва да адресират конкретен проблем, засягащ определена група от хора. На първо място се уверете, че тази група ви разпознава като представляващ техните интереси, това са хората, които ви легитимират като свои говорител и ви дават право да действате.

За да идентифицирате своята целева група, е необходимо:

- Да организирате срещи и дискусии, за да разберете какви са очакванията на хората;
- Поддържайте непрекъснатата връзка, за да сте информирани, ако възникнат някакви промени;

- Включете целевата група в дейностите от застъпническата кампания;
- Информирайте ги за всички възникнали промени (в политиките или контекста на действие или в плана за застъпничество).

## **5. Идентифицирайте проблемите и си поставете цели**

За да е ефективна застъпническата кампания, трябва да сте избистрили в ума си целите, които искате да постигнете, ето защо трябва да си отговорите на следните въпроси:

- Какво искате да постигнете чрез това застъпническо действие?
- Реално какви резултати биха могли да бъдат постигнати като се въздейства на вземащите решения?

За да си поставите постижими цели трябва да имате предвид такива характеристики като легитимност, постижимост, ресурси, времеемкост, ограничения. Включете целевите групи в избора на конкретни проблеми и конкретни цели.

При определянето на конкретни цели ви препоръчваме да използвате подходът SMART (на англ. SMART (означава „умен“ и в същото време е абревиатура от *specific, measurable, achievable, realistic and time-bound, тоест целите трябва да бъдат конкретни, измерими, постижими, реалистични и възможни във времето*). За повече информация вижте Приложение 1 ).

## **6. Направете проучване и съберете доказателствена информация**

Събирането на надеждна информация директно от целевите групи е ключът към успешното застъпничество. За да постигнете наистина целите си като застъпник, трябва да се едновременно ангажиран и информиран. Ако говорим за застъпническа кампания в полето, в което се развива проект ФИЕСТА, това, което трябва да направите е да подавате редовно на вземащите решения вярна и обоснована информация за политиките, които работят добре и тези, които се провалят на практическо ниво.

Докато провеждате проучването и събирате информация, помислете по следните въпроси:

- Какъв е ефектът от разглеждания проблем върху моята общност, моето училище и моите ученици?
- Каква е цената на това да не се предприеме нищо при справянето с този проблем?
- Какви са възможните действия, които могат да бъдат предприети и какви са последициите от тях?
- Кой друг е засегнат/ се интересува от същия проблем в моята общност?



## 7. Работете с вземащите решения

Работата с вземащите решения, или с други думи с политиците, изисква постоянство и атрактивно послание.

Направете преглед на съществуващата нормативна уредба. Проучете всички закони в сферата, в която ще работите. Това ще ви помогне да разберете логиката на действие на отделните политици.

**Създайте връзки.** Създайте добри взаимоотношения с политиците, от които зависят идентифицираните проблеми. Инвестираното за това време ще ви се отплати. Взаимовръзките са от особено голямо значение за повишаването на успеха на застъпническата кампания и могат да бъдат изградени заедно със заинтересувани от същите проблеми партньори. Това е начинът, по който работи и мрежата ФИЕСТА – обединява множество партньори за постигане на поставените си цели.

**Мислете локално.** В ролята си на адвокат за правото на образование на децата, вие имате най-голяма тежест с местните за своята общност политици.

**Дайте начало на процеса по-рано.** Застъпническата кампания трябва да започне още преди нормативните промени да бъдат внесени за официално обсъждане.

**Помнете основното си послание.** Когато получите възможност да говорите с журналисти или политици за вашите застъпнически цели, не винаги ще имате време да формулирате исканията си, ето защото трябва да сте подготвили основното си послание предварително и да сте си набелязали основните точки от него.

**Заявете участието си публично.** Информирайте политиците, от които зависят решенията, че искате да участвате в разработването на документите за решаването на проблемите и обяснете каква е вашата експертиза и как можете да допринесете.

**Подходете с уважение.** Въпреки че може да не сте съгласни с изразената позиция на един или друг политик по въпросите свързани със застъпническата кампания, уважаването на различната гледна точка е от фундаментално значение за ефективното застъпничество. За да получите уважението на останалите, трябва самите вие да демонстрирате такова като отделяте време за разбиране на различните гледни точки.

Можете да съберете информация за мотивите на даден политик за определено действие като си отговорите на следните въпроси :

- Какви са целите и интересите му?
- Какви решения можете да предложите, които съответстват на тези цели?
- До къде са стигнали вземащите решения в процеса на вземането на решения, които ви интересуват?
- Какви са процедурите за вземане на решения?
- Как гледат на вашата организация/ мрежа политиците?

- Как гледат те на вашата целева група и нейните проблеми?

## 8. Направете карта и анализ на заинтересованите страни

Открийте как останалите заинтересовани страни се отнасят към проблема, който искате да адресирате, това е важна стъпка, защото ви позволява да откриете кои са вашите потенциални съюзници и опоненти.<sup>4</sup>

Ще откриете, че съществуват три основни типа заинтересовани страни:

- **Съюзници/ Партньори:** по един или друг начин те споделят вашата позиция по проблема, който се адресира; те могат да ви подкрепят и за да подсилват ефекта от вашата застъпническа кампания.
- **Опоненти:** имат позиция, която е противоположна на вашата и най-вероятно лобират в посока противоположна на вашата.
- **Неутрална позиция:** все още нямат изградена позиция по проблема, но представляват интерес за вас, тъй като могат да се превърнат в съюзници.

Първо, трябва да идентифицирате, всички страни имащи отношение към целевия проблем. За целта е добре да зададете следните въпроси (Вижте Приложение 2):

- Кои са релевантните групи или организации?
- Кое е лицето за контакти в организацията?
- Какъв интерес проявяват към проблема, който е обект на застъпничество?
- Каква е тяхната позиция по проблема?<sup>5</sup>

След като направите анализ на заинтересованите страни, е добре да подредите изводите си в таблица. Това ще ви помогне да видите какви са степените им на влияние и до каква степен се вълнуват от засегнатия проблем. За да постигнете това, е добра идея да направите за всеки поотделно таблица. (Вижте Приложение 3):

- Позиция по отношение на разглеждания проблем: „за”, „против”, „незаинтересован”. Може да се измери и до колко са съгласни с нашата позиция (като -3 е абсолютно несъгласие, а + 3 е пълно съгласие; 0 означава неутрална позиция).
- Колко е важен проблемът за тях (по скалата М = малко, С= средно, 3 = значително).
- Каква е степента им на влияние (по скалата М = малка, С= средна, 3 = значителна). Това зависи от позицията и властта им, от контактите, които имат и ресурсите, с които разполагат, др.

<sup>4</sup> <http://cso-effectiveness.org/Toolkits>

<sup>5</sup> Graham Gordon, „ADVOCACY TOOLKIT: Practical action in advocacy”, tearfund 2002

- Тяхната значимост – обединява резултатите от другите два реда и показва каква е значимостта на тези личности/ организации/ институции за проблема, с който желаете да се справите. (По скалата М = малка, С= средна, З = значителна)

Алиансите и коалициите могат да подпомогнат застъпническата кампания като съберат ресурсите на разнообразни групи на национално, регионално и международно равнище. За да можете да управлявате група от разнородни организации, би следвало да :

- Да сте наясно какъв е проблемът, който е във фокуса на коалицията
- Да имате ясно средство за комуникация в коалицията
- Да имате споделен план за действие
- Да разработите критерии за членство и за включване на нови членове
- Да имате разработен план за осигуряване на устойчивост на коалицията
- Да решите какви са стъпките, които ще предприеме коалицията, да решите с какво ще се занимава и с какво няма да се занимава.
- Ако групата е голяма, изберете съветнически борд, който да взема решения по стратегически въпроси<sup>6</sup>

Следните няколко съвета ще ви помогнат не само да управлявате своята коалиция от организации, но и да я направите по-силна:

- Създайте прости, но ефективни насоки за комуникация, за да осигурите **навременно общуване** вътре в мрежата, когато е необходимо да се обмени информация относно нови политики, нови актьори на сцената, нови събития, нови данни, др.
- **Развийте капацитета** сред членовете като инвестирате в изграждане на капацитет на членовете и като използвате всички възможности за обратна връзка към тях и от тях.
- Уверете се, че мрежата ви е **отворена за промени** – напр., нови членове.
- Продължавайте да мониторирате това, което се случва на политическо ниво и това, което се случва в мрежата, за да можете да откликнете на всяка съществена промяна навреме.<sup>7</sup>

## 9. Приложете самооценка: подгответе организацията си за застъпническа кампания

<sup>6</sup> <http://cso-effectiveness.org/Toolkits>

<sup>7</sup> <http://www.icco.nl/nl/linkservid/383429B4-95A1-C927-FD8639F875DE8D7A/showMeta/0/>

Преди да започнете да планирате и изпълнявате своята застъпническа кампания, е изключително важно да направите самооценка на своята организация, мрежа, коалиция. Изпълнимостта и ефективността на вашия план реално в голяма степен ще зависи от ресурсите и уменията, които имате, и по-конкретно човешките ресурси, материалните и финансовите ресурси, времето и експертизата, с които разполагате. Тка че за да направите целите на своя план реалистични и успешни, е важно да планирате в съответствие с ресурсите, с които вече разполагате или направете всичко възможно да си набавите допълнителни ресурси, ако желаете да изпълните целите си.

Самооценката е първата стъпка на вашата организация или мрежа при подготовката им за застъпническа кампания. Обикновено включва преглед на наличните ресурси, както и открояването на определени слаби страни, на които да се еобърне внимание или на силни страни, на които да се разчита.

Подходящо средство за самооценка е **SWOT анализът** (при който се анализират силните страни, слабите страни, възможностите, заплахите. *(Вижте Приложение 4)*).

След като сте направили характеристика на изброените по-горе категории, е добре да направите анализ как да се възползвате максимално от силните страни и възможностите и как да избягвате слабите страни и заплахите, които могат да опречат на изпълнението на плана за застъпничество.

Важни неща, които да бъдат имани предвид са:

- **Управление на времето**

Важно е да прецените, както „кога“, тоест кой е най-подходящият момент за вашата застъпническа кампания, така и «колко време» ще ви отнемат различните ѝ компоненти.

Добре е да се насочите към вземащите решения/политиците възможно най-рано в хода на кампанията си.

- **Проактивност**

За да повлияете на приемането и отхвърлянето на даден закон е важно да сте проактивни и да предприемете действия възможно най-рано, още в началото на процеса, когато все още се правят дискусии, политиците формират мнението си и заемат позиции и се пишат първоначалните текстове. Участвайте като давате ясни и директни предложения.

- **Легитимност**

За да бъде възможно наистина да окажете влияние на политиците, е необходимо те да ви приемат като надеждни, отговорни, и имащи право да се изказвате по проблема, който ви вълнува.

За да проверите в каква степен сте такива, си задайте следните въпроси:

- Кой ви е дал право да говорите по този проблем (от името на коя целева група)? Колко хора представлявате?

- Защо вашата целева група и нейните проблеми са важни? Колко бързо трябва да се реши проблемът?
- Защо политиците трябва да чуют мнението ви и да ви повярват? С какво доверие се ползвате от тях? До колко може да се разчита на вас?
- С какво можете да допринесете към решаването на проблема?<sup>8</sup>

- **Капацитет за застъпничество**

You must make sure you can count on sufficient human and material resources to address a strategy of advocacy. You should also consider what you lack in terms of advocacy skills within your organisation / coalition and if necessary, try to replace them by capacity building activities, for example setting up training sessions, coaching, on the-job training, etc.

## 10. Направете си план за действие

След като преминете през всички тези стъпки е време да преминете към съставянето на конкретен план за действие за изпълнение на застъпническата ви стратегия. Планът ще ви помогне да разпределите ролите и отговорностите при изпълнението на застъпническата кампания. Следователно е необходимо да:

- Да определите методите, които възнамерявате да използвате и наличните ресурси, с които разполагате.
- Направете график и разпределете отговорностите (кой какво ще прави и кога).
- Определете кой ще изпрати основните послания, така че да се повлия на властимащите.

Ето някои стъпки, които ще ви помогнат да определите гореизброените:

- Направете списък от критерии, които ще ви помогне да оцените и изберете най-ефективните застъпнически дейности. Може да включите следните критерии:
  - Степента на влияние, което дейността ще окаже върху мнението и нагласите на политиците, др.
  - Ниво на риск (загуба на доверие, загуба на ресурси) за вашата програма, организация, коалиция.
  - Ресурси, които са необходими (за да се осигури устойчивост на инициативата).
  - Достъп до ефективни носители на посланията (как да станете по-видими).

---

<sup>8</sup> <http://www.icco.nl/nl/linkservid/383429B4-95A1-C927-FD8639F875DE8D7A/showMeta/0/>

- Идентифицирайте подходящи методи (напр., срещи с политици, публични събития, петиции, кръгли маси, публикации в пресата) и подходящи носители на посланията (медии, известни личности, експерти, финансиращи организации). Изпратете точни послания към различните политици<sup>9</sup>

## 11. Изпълнете плана, направете мониторинг и оценка

Изпълнението на вашия план за застъпничество ще ви отведе до постигнете на вашата цел. Трябва да направите така че да останете гъвкави и добре информирани за всичко, свързано с проблема, който адресирате, по време на изпълнението на вашия план. Всяка фаза на плана има нужда от непрекъсната координация и оценка на случващото се. Външните фактори ще бъдат в непрекъснато движение, затова е изключително важно да осигурите надежден мониторинг на случващото се във външния свят и реакциите му към вашите действия. Така ще можете да преформулирате стратегията или посланието си, ако се окаже, че това е необходимо.<sup>10</sup>

Има няколко основни правила, които трябва да следвате, за да сте сигурни в успешното реализиране на своя план. Първо, помнете, че ще увеличите значително шансовете си за успех, за подобряване на ефективността и ефикасността си, ако си партнирате с ваши съмишленици. Но помнете, че създаването на мрежи не бива да бъде самоцелно, а да е средство към постигането на крайната цел. Затова е добре да прецените и да претеглите ползите и възможните рискове от включването си в дадена коалиция.

Второ, поддържайте информацията си актуална. Често партньорите са добър източник на актуална и надеждна информация.

Трето, инвестирайте време в изграждането на връзки с политици, ведомства, министерства. Не се фокусирайте само върху заемащите ръководни постове, а създайте връзки и с техните заместници, съветници или асистенти. Понякога те имат голямо влияние, а може да се окаже, че в някой следващ момент те ще заемат същия пост.

Четвърто, действайте фокусирано и събирайте само нужната информация и насочвайте енергията си само в заслужаващи си събития.

Пето, направете оценка на рисковете, преди да инициирате застъпническа кампания..

Мониторингът и оценката обикновено вървят ръка за ръка, but for different purposes. Мониторингът има за цел да установи дали планираните дейности са изпълнени и дали нещо трябва да се промени. Мониторингът помага да се наблюдава успеха или провала на стратегията. Оценката се фокусира върху постиженията от дейностите – по-точно дали отговарят на поставените цели. Оценката служи за преценяване на ефекта от застъпническата инициатива.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> <http://www.icco.nl/nl/linkservid/383429B4-95A1-C927-FD8639F875DE8D7A/showMeta/0/>

<sup>10</sup> A Practical Guide to Advocacy Campaigns: The Romanian Experience - Advocacy Academy

<sup>11</sup> Graham Gordon, „ADVOCACY TOOLKIT: Practical action in advocacy”, tearfund 2002

Мониторингът и оценката на една застъпническа кампания не са никак лесни, но ако сте формулирали целите си следвайки принципа SMART, ще ви бъде много по-лесно.<sup>12</sup> Вижте *Приложение 5* за основна процедура при мониторинг и оценка.<sup>13</sup>

Първо, трябва да проверите дали целите ви са били постигнати, в каква степен и защо. След това, можете да помислите дали има още нещо, което може да се направи и дали трябва да промените нещо в първоначалната си стратегия. Като цяло вариантите са:

- Да запазите първоначалната си стратегия
- Да промените подхода си на база изводите направени по време на процеса на мониторинг и оценка
- Да преустановите застъпническата си дейност.<sup>14</sup>

### **Шест стъпки, чрез които да проверите ефективността на своите действия**

1. Индикатори, които да използвате, за да анализирате ефекта от своите застъпнически действия върху целевите групи:
  - Подобрени ли са се условията за вашите целеви групи?
  - Подобрени ли са разбирането на вашите целеви групи по отношение на полезността от застъпничеството и какво е необходимо, за да бъде то ефективно?
  - Стигнаха ли вашите целеви групи до разбиране за факторите, които оказват влияние върху техния живот?
2. Индикатори за взаимоотношенията, които сте изградили с целевите групи:
  - Подобрени ли са отговорността към вашите целеви групи?
  - Съществува ли добра комуникация между застъпниците, мрежите и коалициите и съответните целеви групи? Успява ли да стигне важната информация до своите адресати?
  - Подобрено ли се е качеството на застъпническите действия от страна на целевите групи?
3. Индикатори за анализ на вашата организация и връзките ѝ в мрежата:
  - Помогна ли ви участието ви в мрежата да фокусирате работата на своята организация върху поставените цели?
  - Съществува ли консенсус във вашата организация по отношение на идентифицираните застъпнически цели?
  - Повлияха ли положително останалите членове на мрежата върху времето за изпълнение на застъпническите ви действия?
  - Участието ви в мрежата подсили ли степента ви на разпознаваемост като експерт в сферата на застъпничество?
  - Повиши ли се подкрепата за застъпничеството във вашата организация и в мрежата?

<sup>12</sup> <http://www.icco.nl/nl/linkservid/383429B4-95A1-C927-FD8639F875DE8D7A/showMeta/0/>

<sup>13</sup> Graham Gordon, „ADVOCACY TOOLKIT: Practical action in advocacy”, tearfund 2002

<sup>14</sup> Graham Gordon, „ADVOCACY TOOLKIT: Practical action in advocacy”, tearfund 2002

4. Индикатори за анализ на взаимоотношенията ви с политиците.
  - Как възприемат политиците вашата организация, мрежа, коалиция?
  - Свързват ли се политиците с вашата организация/ мрежа/ коалиция за информация и мнение?
  - По-отговорни ли са към вас политиците?
  - Съществуват ли механизми за по-активно участие при получаването и даването на информация?
5. Индикатори за ефекта от вашите застъпнически действия върху политиците:
  - По-запознати ли са политиците за проблема, който сте повдигнали?
  - По-запознати ли са политиците с профила на целевата група?
  - Стигнахте ли до съгласувани мнения и действия с политиците?
6. Индикатори за ефекта върху обществото:
  - Отнасят ли се проблемите, по които работите до по-широк кръг от обществото?
  - Успяхте ли да привлечете вниманието на по-широката публика върху проблема, по който работите?
  - Успяхте ли да привлечете вниманието на по-широката публика върху целевата група, която искате да подкрепите?

#### Преглед на наученото<sup>15</sup>

След всяко действие в хода на застъпническата кампания, е препоръчително да направите анализ на достигнатите изводи и научените уроци. Изберете един фасилитатор, който да зададе ключови въпроси към всички (Вижте *Приложение 6*):

- Кои неща протекоха добре/ успешно?
- Кои неща не се случиха по очаквания начин?

---

<sup>15</sup> Graham Gordon, „ADVOCACY TOOLKIT: Practical action in advocacy”, tearfund 2002



## Приложение 1

|                       |   |   |
|-----------------------|---|---|
| S<br>M<br>A<br>R<br>T | <b>Specific</b><br>Конкретна                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Какво искам да постигна?</li> <li>- Конкретни причини, цели и ползи от постигането на целта</li> <li>- Кой ще участва?</li> <li>- Къде ще се изпълни застъпническата кампания.</li> <li>- Идентифицирайте изискванията и ограниченията.</li> </ul>   |
|                       | <b>Measurable</b><br>Измерима                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Колко?</li> <li>- Кога считаме, че целта е изпълнена?</li> </ul>   |
|                       | <b>Achievable</b><br>Постижима                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Как може да бъде реализирана целта?</li> </ul>   |
|                       | <b>Realistic</b><br>Реалистична               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Заслужава ли си?</li> <li>- Изглежда ли възможно да се постигне тази цел?</li> <li>- Това ли са верният момент и верният начин за постигането ѝ?</li> <li>- Отговаря ли на нуждите ни?</li> <li>- Това ли са верните хора?</li> <li>- Реалистично ли е от гледна точка на ресурсите, с които разполагаме?</li> </ul> |
|                       | <b>Time-bound</b><br>Ефективна<br>във времето | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Кога?</li> <li>- Какво мога да постигна след 6 месеца?</li> <li>- Какво мога да постигна след 6 седмици?</li> <li>- Какво мога да постигна днес?</li> </ul>  |

## Приложение 2

| Организация                                     | Тип организация                            | Лице за контакти | Интерес  | Позиция   |
|---|--|------------------|--|---|
| <i>Име на организацията, която е от интерес</i> | <i>Напр. НПО, държавна институция, др.</i> |                  | <i>Какъв е интересът от страна на въпросната организация или към нея</i> | <i>Отбележете си дали е потенциален партньор, опонент или очаквате да заеме неутрална позиция</i> |

### Приложение 3

| Заинтересована страна       | единомислие            | важност | влияние | релевантност |
|-----------------------------|------------------------|---------|---------|--------------|
| <b>НПО X</b>                | -3 -2 -1 0<br>+1 +2 +3 | М С З   | М С З   |              |
| <b>Политическа партия Y</b> | -3 -2 -1 0<br>+1 +2 +3 | М С З   | М С З   |              |
| <b>Медия Z</b>              | -3 -2 -1 0<br>+1 +2 +3 | М С З   | М С З   |              |

### Приложение 4

|                         | Позитивни   | Негативни   |                 |
|-------------------------|---|---|-----------------|
| <b>Вътрешни фактори</b> | <b>Силни страни</b><br><br>Какво се случва успешно в моемнта?                               | <b>Слаби страни</b><br><br>какво в момента не се случва добре/успешно?                  | <b>Сега</b>     |
| <b>Външни фактори</b>   | <b>Възможности</b><br><br>Какви са потенциалните фактори, които могат да помогнат в бъдеще? | <b>Заплахи</b><br><br>Какви са потенциалните фактори, които могат да попречат в бъдеще? | <b>В бъдеще</b> |

### Приложение 5

|   |   |
|---|---|
| <b>Начало:</b><br><b>Постигнахме ли целите си?</b>        |   |
| Не:<br><br>Защо?  | Да:<br><br>Защо?  |
| <b>Има ли още работа за вършене?</b>                      |   |
| Не:<br><br>Ако отговорът ви е „не”, значи сте приключили. | Да:<br><br>Какви промени трябва да се направят към стратегията? |

## Приложение 6

| <b>Кое от нещата беше изпълнено успешно</b>          | <b>Неща, на които да се обърне внимание следващия път</b>                    |
|--|--|
| Походът беше мирен                                   | Отправените послания са мирни, без напрежение.                               |
| Бяха включени множество групи                        | Начало на създаването на мрежа три месеца преди похода.                      |
| Дойдоха важни политици                               | Покана към политиците достатъчно рано.                                       |
| Позитивна промяна в политиките като резултат         | Възможност за публично съобщаване на позитивната промяна.                    |
| <b>Кое от нещата НЕ беше изпълнено успешно</b>       | <b>Неща, на които да се обърне внимание следващия път</b>                    |
| Дезорганизация в дена на похода                      | Организацията се ръководи основно от едно лице.                              |
| Представителите на някои от организациите не дойдоха | По-добра осведоменост на поканените да присъстват за същността на събитието. |



The FIESTA network (Facilitating Inclusive Education and Supporting the Transition Agenda) has been approved by the European Commission under the Lifelong Learning Programme (project no. 517748-LLP-1-2011-1-IE-COMENIUS-CNW).