



Институт за икономическа политика  
Economic Policy Institute



# Застъпничество като инструмент за гражданско участие

## Информационна среща

Възможности за участие в процесите на формулиране на политики и вземане на  
решения на местно ниво

4 декември 2014 г. (четвъртък)

Ясен Георгиев  
Изпълнителен директор  
Институт за икономическа политика

1.

Гражданско участие в управлението

2.

Застъпничество и лобирание

3.

Процесът на застъпничество

4.

Заключение

5.

Примери за застъпничество

# Гражданско участие в управлението

## Конституция на Република България

- Цялата държавна власт произтича от народа. Тя се осъществява от него непосредствено и чрез органите, предвидени в тази Конституция (чл. 1, ал. 2)
- Република България гарантира живота, достойнството и правата на личността и създава условия за свободно развитие на човека и на гражданското общество (чл. 4, ал. 2)
- Сдруженията на гражданите служат за задоволяване и защита на техните интереси (чл. 12, ал. 1)
- Всеки има право да изразява мнение и да го разпространява чрез слово - писмено или устно, чрез звук, изображение или по друг начин (чл. 39, ал. 1)
- Гражданите имат право на жалби, предложения и петиции до държавните органи (чл. 45)

## Понятия и определения

- **Застъпничество (advocacy):** публична подкрепа или предлагане на идея, промяна или начин да се извърши нещо
- **Лобизъм (lobbying):** опит за убеждаване на политик, на правителството или на друга официална група, че определено нещо трябва или не трябва да бъде направено, или че трябва да бъде променен определен закон
- **Корупция (corruption):** незаконно, неморално или нечестно поведение, особено от страна на лица, заемащи позиции във властта

*Източник: Cambridge Advanced Learner's Dictionary*

## Застъпничество - дефиниции

- „активно отстояване на кауза пред по-висока инстанция”
- „да се изказваш от името на някой друг” или „да се изказваш в подкрепа на дадено предложение, мнение или интерес”
- „процес на стратегическо използване на информацията за осъществяването на промени в политики, програми, правила и практики, които засягат живота на конкретни хора, обществени групи и организации“
- „процес, при който организации или отделни лица предприемат действия, за да окажат натиск за промяна на политиката, законодателството или поведението на дадена институция.“

# Застъпничество -характеристики

- иска нещо от другите и ги ангажира за действие и подкрепа;
- изисква промени в живота на местната общност;
- поставя на дневен ред въпроси, които без него биха останали пренебрегнати или частично решени в общността;
- реално ангажира хората с усилия за подобряване на качеството на живот в местната общност;
- укрепва увереността и самочувствието на гражданите и обществените групи в местната общност;
- прави процесите в общността по-разбираеми за хората;
- формира умения за ефективна комуникация в общността;
- води до снижаване на социалната изолация и отчуждението;
- източник е на опит, които хората и организациите в местната общност не биха могли да получат по друг начин;
- укрепва чувството за принадлежност към местната общност.

# Застъпничество и лобиране



- застъпничество (advocacy) и лобиране (lobbying) не са взаимозаменяеми.
- Когато НПО се застъпват от свое име, те се стремят да въздействат върху някаква част от обществените отношения, независимо дали става въпрос за отделни лица и тяхното поведение, за работодателите и установените от тях правила или за държавата и приеманите от нея закони.
- Лобирането обхваща застъпничеството, насочено към въздействие върху законодателството.

Източник: Lobbying and Advocacy—Similarities and Differences,  
published by Charity Lobbying for the Public Interest

# Застъпничество, което не е лобиране (1)

- Дейността на представителните синдикални организации и организации на работодатели по въпросите на трудовите и непосредствено свързаните с тях отношения, осигурителните отношения и въпросите на жизненото равнище;
- Дейността на юридически лица с нестопанска цел - по повод изпълнението на проекти и инициативи в обществена полза, включващи изготвяне на предложения за усъвършенстване на законодателството, които се финансират от държавния бюджет или с безвъзмездна финансова помощ от ЕС, от неговите държави-членки или от специализирани програми на правителствата на държави-членки на НАТО или международни организации;



## Застъпничество, което не е лобиране (2)

- Представяне на жалби, сигнали, молби, декларации и други документи, предвидени в закон;
- Предоставяне на мнение, становище, изследване или друга информация от общ характер по икономически, социални или политически въпроси, които не съдържат конкретни предложения за приемане, изменение, допълнение или отмяна на нормативни актове, както и за отхвърляне на проекти за такива актове;
- Участие в консултативни органи, създадени с акт на съответния орган;
- Събиране на информация за актове или действия на държавните органи при условията и по реда на Закона за достъп до обществена информация.

# Лобирание и лобистка дейност: правни определения (1)



- **Лобистка дейност:** всяко действие, извършвано **срещу заплащане в полза на трети лица**, осъществявано с разрешени от закона средства, имащо за цел оказване на влияние върху органите на държавна власт и на местно самоуправление при осъществяване на правомощията им в представяне и защита на интересите на тези лица;
- **Лобистки контакт:** всяко устно или писмено общуване (включително и по електронен път) с органи на изпълнителната или законодателната власт, както и по отношение на органите на местно самоуправление, което се **осъществява от името на клиент** относно приемане, изменение или допълнение на закони и подзаконови нормативни актове.

*Източник: Законопроект за публичност на лобизма*

*(Любен Дилов – син и Ася Михайлова)*

# Лобирание и лобистка дейност: правни определения (2)

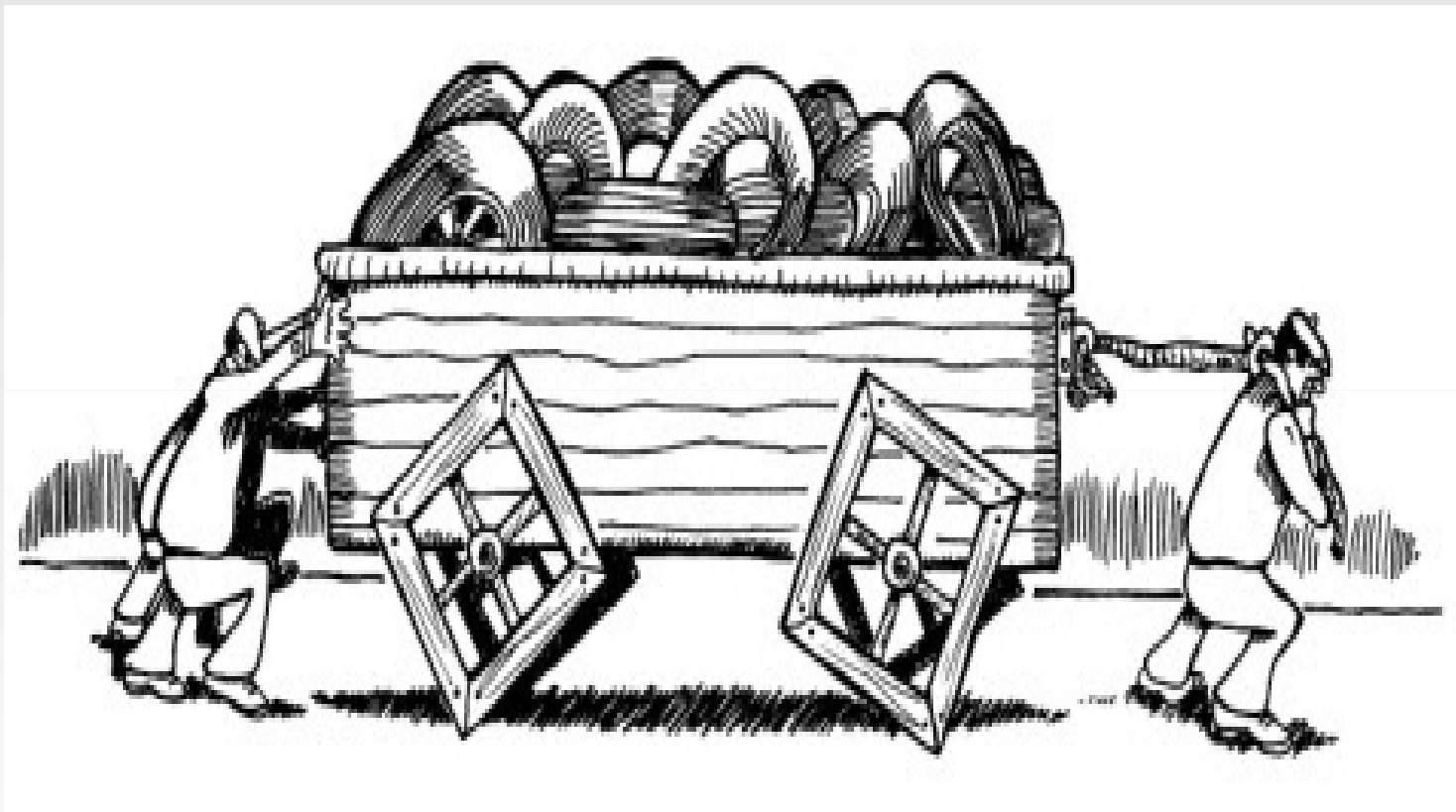


- **Лобирание (лобистка дейност):** оказване на въздействие с лобистка цел върху президента/вицепрезидента; държавни служители; министри и зам. министри; членове на политически кабинети; кметове и зам. кметове; областни управители и зам. областни управители; народни представители; общински съветници;
- **Лобистка цел:** въздействие, целящо приемане, отхвърляне, изменение, допълване или отмяна на закон, подзаконов нормативен акт, административен акт или официален документ, определящ политиката на държавата в определени области, приеман или утвърждаван от Министерския съвет, Народното събрание или органите на местното самоуправление и местната администрация.

*Източник: Законопроект за публичност на лобизма*

*(Камен Костадинов)*

# **Процесът на застъпничество (елементи, целепологане, стъпки, анализ на силите, стратегия)**



# Елементи на застъпничеството (1)

**Целева публика:** отделна личност или група от хора, които могат да помогнат за осъществяване на промяната в политиките, финансирането или партньорствата, от която се нуждае едно НПО, за да постигне своята застъпническа цел. Примери за целева публика са държавни служители, доброволци, организации в местната общност и местен бизнес.

## Елементи на застъпничеството (2)

**Комуникация:** актът на предоставяне на информация и послания на конкретни хора (целева публика) в писмена или словесна форма.

Един план за действие по застъпничество може да включва много различни методи за комуникация, чрез които да се информира обществеността за услугите, които предоставя едно НПО, да се повдигне въпрос или да се промени политика, която има отношение към НПО/общността.

Примери: речи, обръщения по време на заседания на общински съвет, реклама, интернет страници, плакати, дипляни, блогове, електронна поща и социални медии.

## Елементи на застъпничеството (3)

**Работа в общността:** взаимодействие на членове на НПО с членовете на общността с цел да ги насърчават да подпомагат постигането на целите.

Тя може да включва предоставяне на информация, ресурси или услуги. Този вид работа в общността често започва с разговор с общността, за да се разбере тяхното мнение и предложения и използване на тази информация за формулиране и/или приспособяване на посланията.

Работата в общността може да се използва за мобилизиране на дебат с факторите, взимащи решения.



## Елементи на застъпничеството (4)



**Връзки с обществеността:** за повишаване на осведомеността относно даден проблем или събитие.

Обикновено това се прави като се убеждават медиите да отразят свързаната с Вашата кауза проблематика и да помогнат на целевата ви публика да разбере вашата позиция.

Съществуват много различни практики за PR, които можете да използвате, за да привлечете внимание, като например кампании по електронната поща, съобщения в интернет, съобщения до медиите, награди, рекламни мероприятия, социални медии (Facebook и Twitter), блогове.

## Елементи на застъпничеството (5)

**Брандинг:** актът на създаване на облик и усещане за дадена организация или кампания. Това може да включва създаване на **име и лого**, които да помогнат за подобряването на облика на организацията и услугите, които тя предлага. Брандингът може да помогне на хората лесно да разпознаят дадена организация, кауза, място или услуга.

**Лобирание:** всеки вид комуникация с отговорен държавен служител, чрез която се изразява директно мнение за промяна в конкретно законодателство.

# Основни стъпки при застъпничеството

- 1. Определяне на целта
- 2. Анализ на силите
- 3. Формулиране на задачите
- 4. Изграждане на стратегията
- 5. Конкретизиране на дейностите
- 6. Оценка на постигнатото

# 1. Определяне на целта/ SMART цели

*“Неясните цели произвеждат неясни резултати”*

**S – specific, significant, stretching**

**M – measurable, meaningful, manageable**

**A – attainable, achievable, acceptable**

**R – realistic, reasonable, rewarding, result-oriented**

**T – timely, time-bound, tangible**

## 2. Анализ на силите (1)

**Анализиране** на това кой взема решенията относно целта и по какъв начин се вземат тези решения.

**Разкриване** на връзките между лицата и ключовите институции.

**Идентифициране** на опонентите, съмишлениците и другите заинтересовани лица.

**Осъзнаване на външната среда:** определяне на политическите възможности, ограничения и рискове в контекста на предприемането на застъпничество; кои събитията в обществото като цяло оказват влияние върху тактиката и ефективността на стратегията?

## 2. Анализ на силите (2)

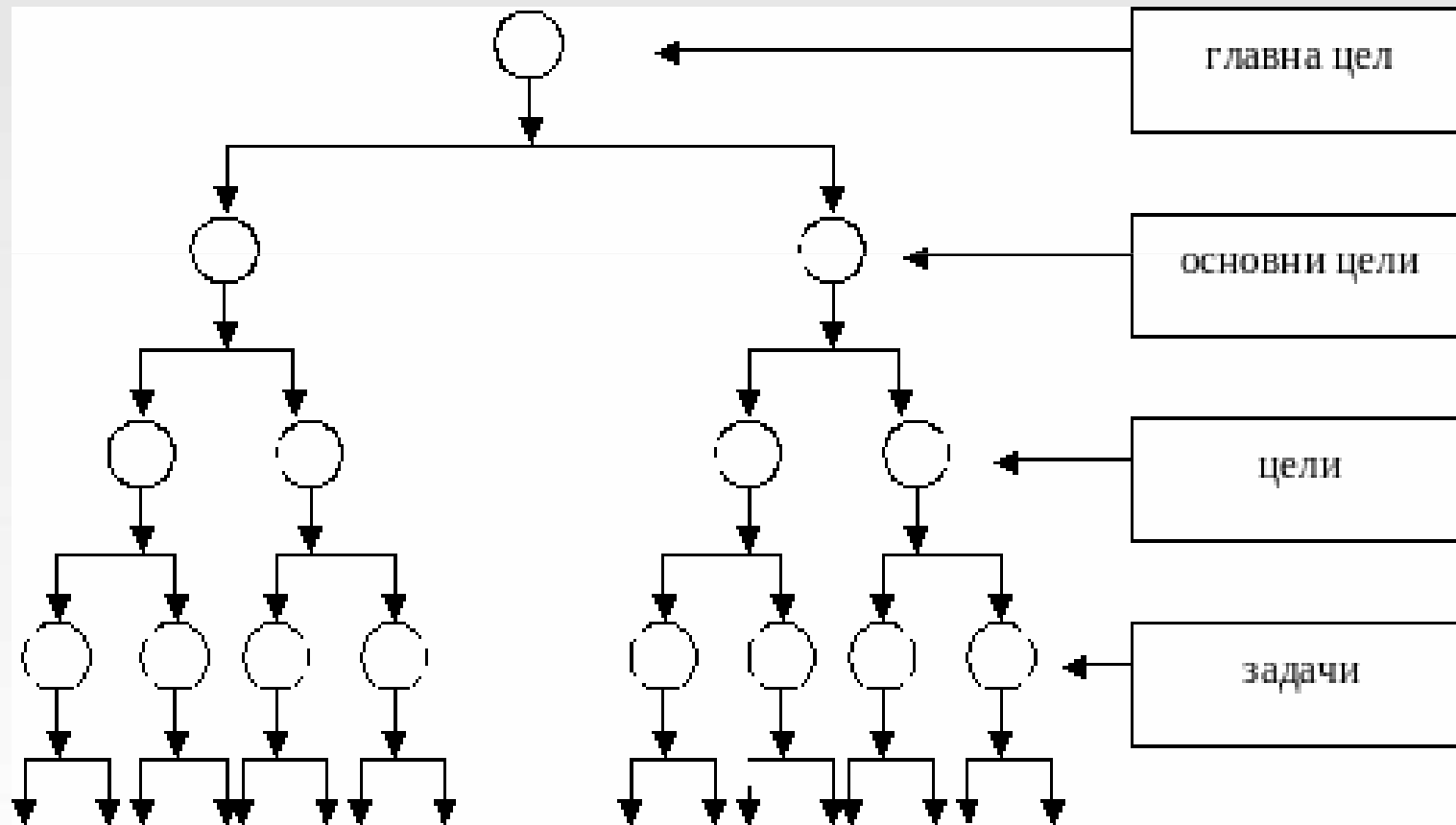
### Въздействащи сили:

- Потенциални гласоподаватели;
- Поддръжници и неформални лидери/политици от партиите (хората, контролиращи гласове);
- Влиятелни личности от общността (които също влияят върху гласоподавателите);
- Говорители, секретари, съветници; .
- Популярност и имидж като фактори: поддръжници и защитници на обществения интерес;
- Лични приятели или познати.

### 3. Формулиране на задачите

- Аналогичен подход като при SMART целите.
- За реализацията на всяка една задача трябва да се разработи стратегия и съответният набор от действия за тяхното постигане.
- Средства за реализацията на проектите / препоръчително е една от задачите да бъде “събиране на достатъчно средства за провеждането на кампанията”.

## Дърво на целите/проблемите





## Правилото 80/20

- Във всяко общество, 20% от хората произвеждат 80% от ползите и печалбите < > 20% от хората създават 80% от проблемите и загубите
- 20% от клиентите генерират 80% от печалбата
- 80% от резултатите се постигат с 20% от усилията

## Изграждане на стратегията (1)

Начините, с които планираме да въздействаме на основните вземащи решения лица, идентифицирани в анализа на силите, за да реализираме желаната промяна.

Стратегията трябва да е резултат от анализа на силите и да се фокусира върху задачите на кампанията. Трябва да сме сигурни, че сме идентифицирали пречките, ресурсите и съществуващите възможности за промяна.

- Идентифицира съюзниците и опонентите, които могат да окажат влияние върху резултата;
- Идентифицира основните действащи лица и техните съветници;
- Работи за намаляване на влиянието на опонентите;
- Отчита, че е възможно да се промени концепцията за целите и задачите, за да се намали съпротивата спрямо тях.

## Изграждане на стратегията (2)

Стратегията трябва да включва множество различни ресурси, като:

- Експертни мнения и доклади
  - Натиск от страна на колегиалната общност
  - Морални аргументи от страна на обществени лидери, правителствени органи и международни институции
  - Медии
  - Пряко лобирание и преговори на участниците.
- 
- NB: предложения за промяна, вместо критика.
  - NB: редно е да се отчете общата политическа ситуация, включително и съображения относно личната и институционалната сигурност.

## Изграждане на стратегията (3)

Основни моменти в разработването на Стратегия за застъпничество/ разликата между “стратегия” и “тактика”.

**Тактика:** конкретните действия – разпространяване на петиция, написване на писма, организиране на протестен митинг, които са същевременно и основни компоненти на застъпничеството.

**Стратегия:** по-всеобхватна от тактиката, пътна карта, която дава насоките за използването на отделните инструменти за постигане на ясно определени цели. Стратегията е щателна оценка къде сме, къде искаме да отидем и как да стигнем дотам.

## Изграждане на стратегията (4)

### Поглед навън

**Цели:** Какво желаете?

**Целева аудитория:** Кой може да ви го даде?

**Послание:** Какво трябва да се чуе?

**Посланици:** Кой да го представи?

**Представяне:** Как да ги накараме да ни чуят?

### Поглед навътре

**Ресурси:** С какво разполагаме?

**Пропуски:** Какво трябва да създадем?

**Първи стъпки:** Как да започнем?

**Оценка:** Как да преценим дали нещата работят?

## 5. Конкретизиране на дейностите

- Създаване на конкретен план за действие на база на стратегията;
- Обособяване на ключови индикатори за представянето;
- Ясен времеви график и разделение на отговорностите.

## 6. Оценка на постигнатото

- С цел да се усъвършенства стратегията за следващата дейност или кампания
- Оценка на ефекта (Довела ли е дейността до постигане на целта?);
- Оценка на ръководството (Как е управляван процесът по застъпничество?);
- Оценка на организацията (Подходящи ли бяха материалите? Бяха ли разположени хората там, където трябваше?).

## Заключение

- Всяка дейност, която може да помогне да се промени интелектуалната и емоционалната нагласа на фактор, взимащ решения, на когото искате да повлияете и когото искате да убедите да действа в подкрепа на вашата кауза, може да бъде наречена застъпничество.
- Застъпничеството може да се осъществи чрез работа в местната общност, реклама, връзки с обществеността, брандинг, лобиране.
- Преди да започнете даден проект за застъпничество, трябва да имате ясна застъпническа цел. Застъпническата цел описва резултата или промяната, към които се стреми Вашата НПО.
- Не бива да се бърка застъпническата си цел с краткосрочните действия, които са необходими за постигането на тази цел.



**Примери за застъпничество?**

**Благодаря за вниманието!**

**Институт за икономическа политика**  
**Тел.: 952 29 47 / 952 26 93; Факс: 952 08 47**  
**[epi@epi-bg.org](mailto:epi@epi-bg.org) / [www.epi-bg.org](http://www.epi-bg.org)**