



# ЯК СПЛАНУВАТИ АДВОКАЦІЙНУ КАМПАНІЮ

ВІД МАЛЕНЬКИХ ІДЕЙ - ДО ВЕЛИКИХ РЕФОРМ



# ЩО ТАКЕ АДВОКАЦІЯ ?

Термін адвокація походить від латинського 'advocare' і буквально означає “заклик до надання підтримки”. Незважаючи на велику кількість тлумачень, які має термін, його історичне значення в точності описує його сутність у сучасному світі.


Загалом адвокацією можна назвати дії, спрямовані на представництво і захист прав та інтересів певної соціальної групи, у нашому випадку - молоді. Адвокація виносить проблему на суспільний порядок денний, таким чином впливаючи не лише на її вирішення, а і на ставлення до проблеми в суспільстві.

Завданням адвокації є зміна політики, конкретної програми або проведення перерозподілу фінансових потоків, через вплив на тих, хто приймає рішення. При цьому показником успішності адвокаційної кампанії може бути прийнята і виконана певна політична програма, виділення ресурсів на вирішення проблеми.

Важливо відрізнити адвокацію від пропаганди чи лобювання, тому що ці дії мають різні цілі. Метою адвокатування є захист прав, а не поширення відомостей і поглядів, як при пропаганді.



# ЦІЛІ АДВОКАЦІЇ



Зміна  
політики чи  
програми  
певної  
інституції

Виведення  
проблем у  
публічну  
площину

Забезпечення  
вирішення  
питань, що  
становлять  
суспільний  
інтерес

Вибудова  
публічної  
підтримки  
визначених  
питань та  
рішень

Створення  
прецеденту  
певної  
проблеми  
для  
публічного  
обговорення

# Як спланувати адвокаційну кампанію?

1

## АНАЛІЗУЙТЕ

Для того щоб спланувати будь-яку адвокаційну кампанію необхідно визначити проблему над якою ви працюєте, зібрати інформацію про причини цієї проблеми та проаналізувати її. У процесі адвокації проблема має стосуватись захисту прав та інтересів певної соціальної групи, у нашому випадку - молоді.

2

## ПЛАНУЙТЕ

Від якісного аналізу напряду залежить успіх кампанії. Важливо визначити на якому рівні обрана вами проблема: локальна, регіональна чи національна. Від цього залежить вибір інструментів для її вирішення. Часто проблема, визначена як локальна, є типовою для більшості інших регіонів України і може потребувати втручання на національному рівні.

3

## ДІЙТЕ

Після визначення проблеми, визначте мету та тактичні завдання кампанії. Мета кампанії - це загальний стратегічний результат, якого ви збираєтесь досягти в довгостроковій перспективі. Тактичні завдання - це короткостроковий, конкретний, невеликий результат на шляху до кінцевої мети адвокації. Визначивши проблему і мету, можна починати розробляти тактику адвокаційної кампанії.

4

## ОЦІНЮЙТЕ РЕЗУЛЬТАТ

Для того щоб оцінити результати, необхідно слідкувати за впливом своєї кампанії на стейкхолдерів та сферу в якій ви її реалізуєте. Порівнюйте результати з очікуваннями, оцінюйте різницю. Беріть до уваги короткострокові досягнення щоб не втрачати мотивацію, проте зосередьтесь на глобальній меті своєї адвокаційної кампанії.

# АНАЛІЗУЙТЕ

У аналізі проблеми та її першопричин можна використовувати метод “Але чому?”. Його суть полягає в тому, що кожного разу знаходячи відповіді на питання про причину проблеми, ви знову маєте поставити собі запитання “Але чому?”.

У молоді з віддаленого селища у Донецькій області немає простору, де вони можуть збиратись для спілкування (клубу, кінотеатру, гуртків за інтересами, скейт-парку, стадіону).

Безпосередня проблема: Молодь не має місця для того щоб проводити дозвілля.

Але чому? У цьому районі немає приміщень та коштів на організацію молодіжного простору.

Але чому? Департамент молоді Донецької обласної адміністрації не отримав фінансування на молодіжний напрямок.

Але чому? Уряд України не передбачив коштів для художньої школи в бюджеті. Шляхи для адвокації: залучити спонсорів або лобіювати включення парламентським комітетом зі складання бюджету фінансування на молодіжні центри наступного бюджету.

# ПЛАНУЙТЕ

-Визначивши проблему і мету, можна починати розробляти тактику адвокаційної кампанії та провести SWOT аналіз. Для того щоб зробити це максимально ефективно, нам знову доведеться поставити собі ряд запитань.

-Яким ми хочемо бачити наше суспільство, країну чи своє місто?

-Що потрібно змінити, щоб досягти цього? Які можливі способи вирішення проблеми?

-Які ресурси (гроші, час, обладнання, приміщення) потрібні? Які стейкхолдери (зацікавлені сторони) мають вплив (негативний, нейтральний чи позитивний)?

- Що цьому заважає?

Після проведення попереднього вивчення проблеми, а також варіантів її вирішення стає зрозумілим, які стейкхолдери та, на якому рівні можуть впливати на вашу кампанію з адвокації.

Частіше за все стейкхолдерів можна розділити на союзників, супротивників та таких, що займають нейтральну позицію. Серед стейкхолдерів можуть бути політики і політичні партії, держслужбовці, релігійні лідери, представники ЗМІ, громадські організації.

# ДІЙТЕ

Почніть свою кампанію із залучення прихильників. Для цього:

- проінформуйте людей, які не мають чіткої позиції;
- контакуйте з тими людьми, які швидше за все поділяють ваші погляди;
- уникайте тих людей, які активно суперечать вашим поглядам; налагодьте контакт з “лідерами думок”, якщо це може допомогти в адвокації вашого питання.

Всі ваші дії на початковому етапі кампанії ґрунтуються на комунікації. Ефективна комунікація — це ваш ключ до зміни сприйняття і досягнення якої-небудь зміни в суспільстві. Комунікація для цілей адвокації не така ж, як і загальна комунікація — розсилки, матеріали зі збору коштів або загальна інформація про вашу роботу. Визначає комунікацію з метою адвокації те, що вона зосереджує увагу на впливі на конкретну аудиторію і використанні конкретного повідомлення для змін у політиці або її практичному втіленні.

Для того щоб так чи інакше налагодити комунікацію з кожною з груп стейкхолдерів, необхідно використовувати різний підхід в інформуванні.

# ОЦІНЮЙТЕ

Для того щоб оцінити результати, необхідно слідкувати за впливом своєї кампанії на стейкхолдерів та сферу в якій ви її реалізуєте.

Порівняйте результати з очікуваннями, оцінюйте різницю. Беріть до уваги короткострокові досягнення щоб не втратити мотивацію.

Фактори, за якими можна виміряти результати адвокаційної кампанії:

- зміни в політиці, практичні зміни та інституційні реформи;
- ступінь, у який зміни політики реалізуються і як вони торкнулися (або не торкнулися) життя суспільства;
- політичні та демократичні вигоди: визнання права громадських об'єднань впливати на політику;
- користь для суспільства: поліпшення співпраці між громадськими об'єднаннями;
- користь для вашої організації: підвищення престижу організації.

Не забувайте про оцінку впливу на офіційні інституції. Не надіславши офіційний лист із підписами осіб до установи у відповідному порядку, кампанію можна вважати інформаційною, а не адвокаційною!





**Чому нам всім  
потрібен  
results based  
management?**



# Як спланувати кампанію враховуючи RBM?

## ACTIONS

Опишіть свої дії в рамках кампанії.

В цю категорію підпадають всі конкретні дії: комунікація зі стейкхолдерами, проведення заходів, написання офіційних звернення.

## OUTPUT

Що було створено? Які меседжі були доставлені до бенефіціарів в рамках кампанії?

Outputs це конкретні результати або послуги, які бенефеціари отримали внаслідок

## OUTCOME

Проміжний ефект на бенефіціарів.

Які короткострокові зміни будуть досягнуті завдяки вашій кампанії? Як ваша кампанія вплинула на цільову аудиторію?

## IMPACT

Які довгострокові зміни будуть досягнуті дякуючи вашій кампанії?

Зміни суспільної поведінки, зміна політики, зміна сприйняття.

# ПРИКЛАД RBM

**Action:** НМРУ ініціювала розробку рекомендацій до стратегії молодіжної політики до 2030 року. Проведено численні стратегічні сесії та 15 регіональних обговорень для врахування думки молоді з більшості областей України.

**Output:** Було напрацьовано текст Рекомендацій до Стратегії. Документ систематизував основні теми для адвокації прав молоді. Членським організаціям пропонуються міні-гранти для адвокації 14 пунктів Рекомендацій.

**Outcome:** Членські організації НМРУ починають процес адвокації.

**Impact:** Більшість рекомендацій враховані при затвердженні Національної Стратегії молодіжної політики до 2030 року. Процес адвокації успішно завершено.

НЕ ЗАБУВАЙТЕ ЗАХОДИТИ НА



NYCUKRAINE

ЩОБ БУТИ В КУРСІ НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ