

Цикл адвокации

Как разработать и реализовать осуществимые и реалистичные планы адвокации

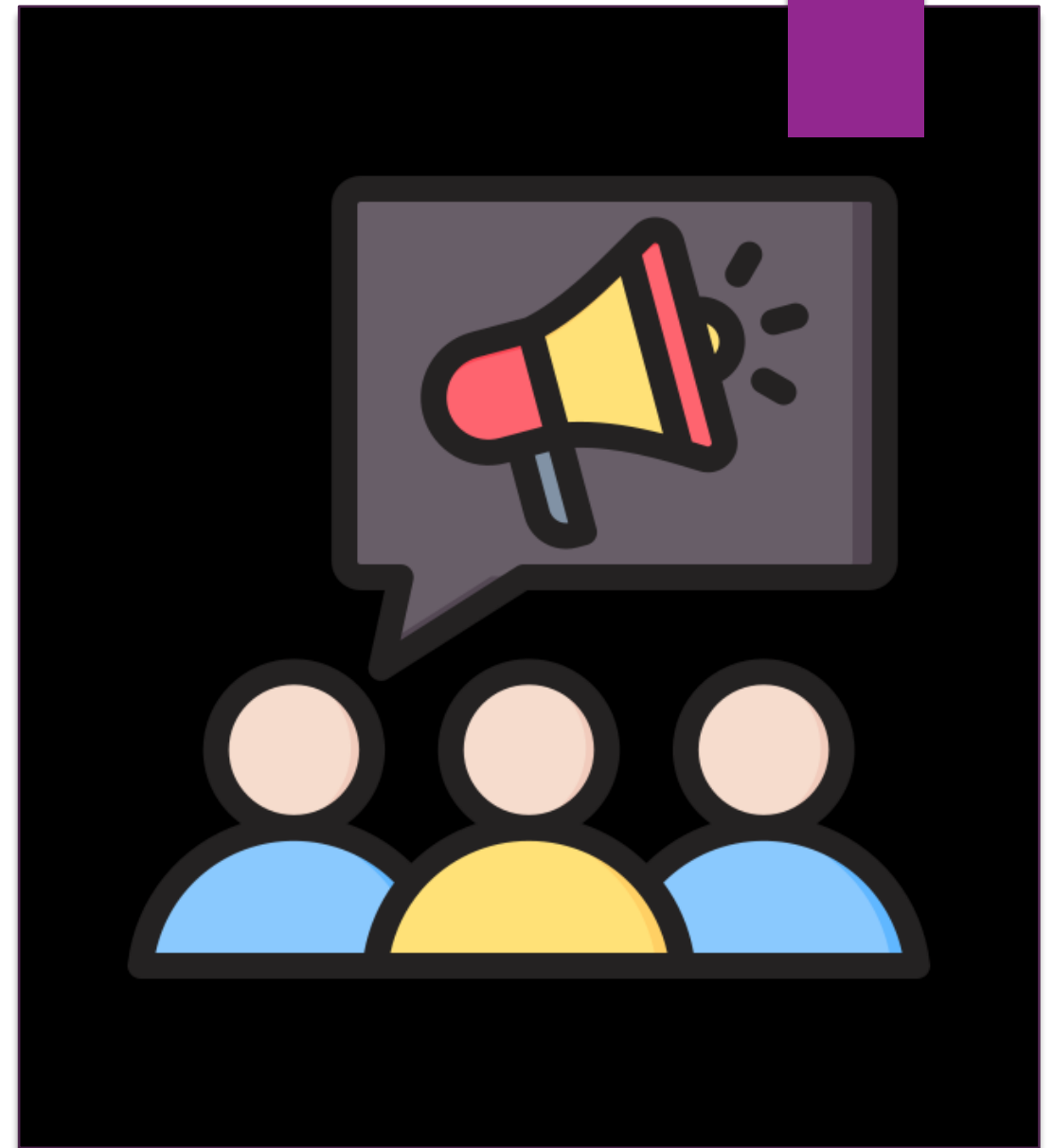
ИГОРЬ ГОРДОН, ЕАСВ

ВОРКШОП: «КАК ЗАДЕЙСТВОВАТЬ МЕЖДУНАРОДНУЮ АДВОКАЦИЮ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
НАЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ»

17 НОЯБРЯ 2025

Что такое адвокация?

- ▶ Адвокация — это организованная попытка изменить политику, практику и/или отношение путем представления доказательств и аргументов в пользу того, как и почему должны произойти изменения.



Что усложняет адвокацию?

- ▶ Невозможность достучаться до политиков и лиц, принимающих решения
- ▶ Нежелание политиков
- ▶ Недостаточные ресурсы
- ▶ Неправильные аргументы
- ▶ Нереальные требования

Что следует иметь в виду перед началом адвокационной деятельности?

- ▶ Реалистична ли ваша цель?
- ▶ Существуют ли в вашей стране/регионе какие-либо правовые ограничения, которые необходимо устранить, прежде чем вы сможете выступить за изменения?
- ▶ Имеете ли вы достаточные ресурсы и кадры для разработки и реализации плана адвокации?

ЦИКЛ АДВОКАЦИИ



Шаг 1: Определить и проанализировать проблему

- ▶ Какую проблему вы хотите решить?
- ▶ Каков масштаб проблемы (местный, национальный, региональный, международный)?
- ▶ Можете ли вы представить доказательства (исследования, научные работы, статьи в СМИ), подтверждающие вашу точку зрения?
- ▶ В чем заключается первопричина проблемы?
- ▶ Каковы последствия этой проблемы?
- ▶ Какие доказательства этой проблемы у вас есть?
- ▶ Кто еще занимается решением этой проблемы?
- ▶ Каков их подход? Являются ли они союзниками или противниками?
- ▶ Можете ли вы дать рекомендации (обычно изложенные в кратком документе) по решению этой проблемы?

Шаг 2. Чего вы хотите достичь?

Установите цель и задачи

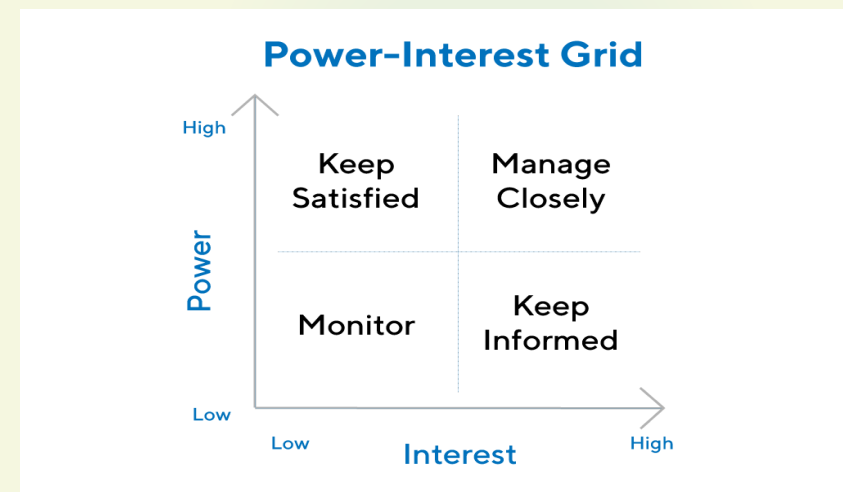
- ▶ Цель — это более широкое видение будущего, которое вы хотите реализовать. Это может быть длительный процесс, занимающий годы
- ▶ Задача — это более конкретное изменение, которое можно достаточно легко оценить с течением времени. Более оперативная, необходимая для достижения общей цели.

Задачи должны быть SMART:

- ▶ конкретными, измеримыми, достижимыми, реалистичными и ограниченными по времени.

Шаг 3. На кого вам нужно повлиять?

- ▶ Постарайтесь быть как можно более конкретными:
- ▶ Каков их опыт? Каковы их ценности? Каковы их полномочия?
- ▶ К кому они прислушиваются? Можете ли вы достучаться до этих людей?
- ▶ Какие аргументы их убедят?
- ▶ Как следует представлять эти аргументы? (краткий отчет: широкое освещение в прессе и/или закрытый диалог на высоком уровне?)
- ▶ Узнайте, что организация данного лица уже делает по вашему вопросу.
- ▶ Узнайте, какова роль этого человека в определении данной политики.
- ▶ Поймите, насколько он или она способны влиять на изменения.
- ▶ Предвидите вопросы и проблемы, которые могут возникнуть у лица, принимающего решения, чтобы вы могли соответствующим образом адаптировать свои рекомендации.



Шаг 4. Определите суть сообщения и просьбу

- ▶ Какие доказательства вы можете представить или привести в отношении проблемы?
- ▶ Есть ли у вас четкий запрос и рекомендации?
- ▶ Являются ли ваши сообщения лаконичными и адаптированными к лицам, принимающим решения, и целевой аудитории, которую вы хотите охватить?
- ▶ Как ваше сообщение будет резонировать с их ценностями, преодолевать препятствия на пути к изменениям и мотивировать их к действию?
- ▶ Соответствуют ли ваши сообщения целям вашей адвокации?

Шаг 5. Когда следует это сказать?

- ▶ В адвокации все решает правильный выбор момента.
- ▶ Используйте благоприятные возможности: предстоящее принятие политического решения, крупный саммит или выборы, внимание со стороны СМИ или назревающий кризис.
- ▶ Будьте в курсе графика принятия решений: подготовка бюджетных планов, годовых планов работы...
- ▶ Ведите календарь адвокации, в который включайте соответствующие события и сроки, чтобы донести нужный посыл до нужного человека в нужное время.

Шаг 6. Как вы это сделаете?

- ▶ Проверьте наличие персонала, бюджета и других ресурсов.
- ▶ Будьте гибкими и при необходимости адаптируйте свой подход
- ▶ Выберите тактику и проверьте, соответствует ли она вашим целям, задачам и запросам
- ▶ Лоббирование с целью изменения политики — направлено на оказание влияния на государственных чиновников, особенно на членов законодательных органов, в отношении конкретного законодательства.
- ▶ Влияние на практику – хорошие политики существуют, но не реализуются из-за отсутствия политической воли, ресурсов или ноу-хау. Обучение, обмен опытом, посещение объектов, передовые практики
- ▶ Судебные разбирательства – использование судебной системы для продвижения изменений путем оспаривания законов и институтов.
- ▶ Проведение кампаний по актуальным вопросам – мобилизация общественной поддержки для оказания давления на лиц, принимающих решения, с целью добиться изменений – демонстрации, петиции и т. д.
- ▶ Работа со СМИ – повышение осведомленности общественности – печатные издания, радио, телевидение и Интернет.
- ▶ Наращивание потенциала – подготовка к адвокации.

Шаг 7. Как вы будете измерять успех?

- ▶ Мониторинг — это постоянная оценка прогресса с течением времени.
- ▶ Будьте ответственны: выполняете ли вы то, что обещали в своей стратегии?
- ▶ Следите за прогрессом в достижении поставленных целей.
- ▶ Осознавайте, когда вам может понадобиться скорректировать первоначальную стратегию для достижения лучших результатов.
- ▶ Оценка — это периодическая оценка актуальности, результативности, эффективности и воздействия той или иной работы с точки зрения заявленных целей.
- ▶ В какой степени вы достигли своих целей?
- ▶ Какие факторы способствовали вашим успехам и неудачам?
- ▶ Какие конкретные инициативы оказались успешными, а какие — нет, и почему?
- ▶ Ваши методы работы способствовали прогрессу или препятствовали ему?
- ▶ Что необходимо изменить по результатам этой оценки?

СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!