

НАРЪЧНИК

ЗА ЗАСТЪПНИЧЕСТВО
ЗА РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ
НА МЛАДИТЕ ХОРА В ИЗТОЧНА ЕВРОПА
И ЦЕНТРАЛНА АЗИЯ



**НАРЪЧНИК
ЗА ЗАСТЪПНИЧЕСТВО
ЗА РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ
НА МЛАДИТЕ ХОРА
В ИЗТОЧНА ЕВРОПА
И ЦЕНТРАЛНА АЗИЯ**

Автор Аника Пен

*Адаптирано от Наръчник за застъпничество
за репродуктивното здраве на младите хора
в Екваториална Африка с автор Агам Шанън*

Редактор Сю Алфорг

Джеймс Уагънър (James Wagoner), Президент

2000 M Street, N.W. Suite 750

Washington, DC 20036

P: 202.419.3420

www.advocatesforyouth.org

Организацията „Застъпничество за млади хора“ се е посветила на създаването на програми и политики, които помагат на млади хора да вземат важни решения за своето репродуктивно и сексуално здраве въз основа на предоставената им информация. Застъпниците предоставят информация, обучение и стратегическа помощ на организации, политици, младежки активисти и медиите в Съединените щати и в развиващите се страни.

Ан Пен е изследвала и развила казусите в това ръководство с цел да ги приспособи към Източна Европа/Централна Азия. Тя е адаптирала разделите за младежка аудитория и е написала раздела за партньорството „младеж-възрастен“. Този наръчник се основава на „Наръчник за застъпничество за репродуктивното и сексуалното здраве на младите хора в Екваториална Африка“, написан от Адам Шанън и публикуван от организацията „Застъпници на младежите“ през 1998 г. Специални благодарности се изказват на Никол Чийтхам за нейния принос и на Сю Алфорд за извършената редакция.

Този наръчник нямаше да види бял свят без приносите на много организации от региона, включително Асоциацията срещу СПИН в Румъния, румънската неправителствена организация „Коалиция за репродуктивно здраве“, Молдовската асоциация за семейно планиране, Латвийската асоциация за семейно планиране и Българската асоциация за семейно планиране. Специални благодарности се дължат още на групите, които инвестираха време и енергия при прегледа на наръчника и подаваха обратна информация, включително: **Марта Дяволова, Стела Сергиута, Желка Мудровчич, Албана Грибо, Мария Холтсберг, Ан Катерин Петигрю и Богироза Александър.**

Ръководството бе публикувано с помощта на Фонда на ООН за население (UNFPA). UNFPA не споделя задължително представените тук възгледи.

Дизайн: **Крис Диксън**

| | |
|--|----|
| ВЪВЕДЕНИЕ В ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО | 4 |
| ПОЛАГАНЕ НА ОСНОВИТЕ: ИЗВЪРШВАНЕ НА ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ | 7 |
| КАЗУС: АСОЦИАЦИЯ СРЕЩУ СПИН В РУМЪНИЯ. ЧАСТ 1 | |
| ИЗГРАЖДАНЕ НА МРЕЖИ: СЪТРУДНИЧЕСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО НА ОБЩНОСТТА И ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО | 17 |
| КАЗУС: РУМЪНСКА НПО „КОАЛИЦИЯ ЗА РЕПРОДУКТИВНО ЗДРАВЕ“. ЧАСТ 1 | |
| КАЗУС: АСОЦИАЦИЯ СРЕЩУ СПИН В РУМЪНИЯ. ЧАСТ 2 | |
| ПАРТНЬОРСТВО МЛАДЕЖ-ВЪЗРАСТЕН | 29 |
| КАЗУС: МОЛДОВСКА АСОЦИАЦИЯ ПО СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ | |
| КАЗУС: БОСНЕНСКА КОАЛИЦИЯ | |
| МОБИЛИЗИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО: ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО И РАБОТА С МЕДИИТЕ | 38 |
| КАЗУС: РУМЪНСКА НПО КОАЛИЦИЯ ЗА РЕПРОДУКТИВНО ЗДРАВЕ. ЧАСТ 2 | |
| ИЗКУСТВОТО ДА УБЕЖДАВАШ: | |
| СПЕЧЕЛВАНЕ НА ПОДКРЕПАТА НА ВЛИЯТЕЛНИ ХОРА И ПОЛИТИЦИ | 48 |
| КАЗУС: ЛАТВИЙСКА АСОЦИАЦИЯ ЗА СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ – ПОДКРЕПА ОТ ЗАИНТЕРЕСОВАНИ ЛИЦА | |
| КАЗУС: РУМЪНСКА НПО КОАЛИЦИЯ ЗА РЕПРОДУКТИВНО ЗДРАВЕ. ЧАСТ 3 | |
| ЧЕСТО ЗАДАВАНИ ВЪПРОСИ НА ЗАСТЪПНИЦИТЕ: | |
| ДА ГОВОРИМ ЗА РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ НА ПОДРАСТВАЩИТЕ | 57 |
| ОТГОВОРИ НА ОПОНЕНТИ И КРИТИЦИ: КАК ДА СЕ СПРАВИМ С НЕСЪГЛАСИЕТО | 61 |
| МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА НА ЗАСТЪПНИЧЕСКИТЕ ДЕЙСТВИЯ: ДА СЕ УЧИМ ОТ УСПЕХИТЕ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА | 66 |
| КАЗУС: БЪЛГАРСКА АСОЦИАЦИЯ ПО СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ | |
| РЕЧНИК НА ТЕРМИНИТЕ | 71 |

1. ВЪВЕДЕНИЕ В ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

Застъпничеството е изключително важно за подобряване на сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора. Чрез осигуряване на подкрепата на общественици и влиятелни хора застъпничеството помага да се разработят, финансират, реализират и поддържат програми за младите хора и програми, в които участват млади хора.

КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО?

Застъпничеството е усилието да се промени общественото мнение и да се повлияе на програмите, на вземането на решения в посока на определени политики и на приоритетите за финансиране. Това усилие може да се приложи на местно, национално или международно равнище.

Застъпниците разясняват определен проблем и предлагат конкретно решение. Като използва умело убеждението и стратегическото действие, всеки вид застъпничество включва създаването на казус в полза на конкретен проблем. Казано на обикновен език, застъпничеството означава активна подкрепа за дадена кауза и опит да се убедят и други хора да я подкрепят.

В зависимост от проблема застъпничеството може да се извършва в различни форми:

- В малка застъпническа кампания група млади хора може да убедят училищните власти да разрешат въвеждането в училище на програма, базирана на подхода „Връстници обучават връстници“.
- За да използва офисна площ в общинска сграда, младежки клуб може да потърси подкрепата на влиятелен общественик.
- Няколко организации могат да се съюзят, за да поискат от местна клиника да въведе политики и процедури, които да направят предоставяните от нея услуги по-достъпни за младите хора.
- Програма по подхода „Връстници обучават връстници“ може да покани религиозен лидер, който да призове за повече превантивни усилия за предотванване от ХИВ/СПИН.
- Група неправителствени организации (НПО) могат да си сътрудничат, за да предложат промени в националната политика по отношение на младите хора, например за включване на проблемите за репродуктивното здраве в курса за семейно образование, за убеждаване на здравните клиници да предоставят услуги на несемейни млади хора или подкрепа на млади жени за по-добър достъп до образование.

Това са само някои от многото начини, по които един младеж може да се застъпва за сексуалното и репродуктивното здраве.

ЗАЩО ДА СТАВАМЕ ЗАСТЪПНИЦИ?

Националните и общинските политики – писани или неписани – в значителна степен засягат здравето ви. Други институции, като клиники и училища, могат да имат собствена политика, която също влияе върху вашето и на други млади хора сексуално и репродуктивно здраве. Политиките са отражение на ангажираността на обществото спрямо хората независимо от възрастта им. Подобряването на политиките, които засягат вашето и това на връстниците ви сексуално и репродуктивно здраве, е от съществено значение при вземането на отговорни решения за вашия живот и за безопасния път към зрелостта.

КОЙ МОЖЕ ДА БЪДЕ ЗАСТЪПНИК?

Всеки може да стане застъпник. Независимо дали сте ученик или не, дали живеете в голям или малък град, вие можете да станете застъпник. Единственото изискване е да се ангажирате активно с проблема. Много хора мислят, че не могат да станат застъпници, че им липсва обучение или средства, за да започнат да се занимават със застъпническа дейност. В действителност често пъти младите хора (особено учителите и съветниците при обучение по метода „Връстници обучават връстници“) са най-точно изразяващите се и убедителни застъпници за по-добри програми и политики. В края на краищата решенията на възрастните за нашето здраве ни засягат пряко. Ние знаем кое дава резултат и кое не.

КАК РАБОТИ ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО?

Често пъти при застъпничеството усилията са фокусирани върху отделни хора с власт, които могат да променят политиката и да повлияят на общественото мнение. Такива влиятелни хора са национални, регионални или местни гържавни служители, лидери на общността, училищни власти, училищни настоятелства, религиозни лидери, бизнесмени или членове на финансиращи организации. Техните постове им дават властта да вземат решения, които влияят върху живота ви. Включването на такива влиятелни хора в защита на една кауза дава възможност за постигане на резултати, които рядко могат да се постигнат без тяхната подкрепа.

Тъй като общественото мнение влияе върху политическите решения, друга важна прицелна точка на застъпничеството е обществото. Една обществена образователна кампания може да се обърне към цялата общност или към една специфична група, например родители или учители. Може да има и други важни

ГЛАВА 1: ВЪВЕДЕНИЕ В ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

целеви групи, тъй като аудиторията на една застъпническа кампания е човекът или групата от хора, чиито действия могат да подобрят репродуктивното здраве на младите хора.

КАКВА Е ЦЕЛТА НА ТОЗИ НАРЪЧНИК?

Една застъпническа кампания може да бъде ограничена до отделна общност или да е достатъчно голяма, за да обхване мрежа от организации в цялата страна. Настоящият наръчник по застъпничество е предназначен да помогне на младите застъпници от Източна Европа и Централна Азия да развият уменията си да се застъпват за сексуалното здравно образование и за услуги, насочени към младите хора. В него са описани някои от стъпките, необходими за организирането на кампания, а също така се дава и информация как да се планира, реализира и оценява една успешна застъпническа кампания.

В отделните глави ще дадем някои примери на застъпничество, като разгледаме по-отблизо стратегиите и дейностите на застъпниците от източноевропейския и централноазиатския региони за репродуктивното здраве на младежите там. Тези примери дават насоки, пораждаат идеи и създават нови контакти между млади хора с общи интереси по целия свят.

2. ПОЛАГАНЕ НА ОСНОВИТЕ: ИЗВЪРШВАНЕ НА ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ

ГЛАВА 2: ПОЛАГАНЕ НА ОСНОВИТЕ: ИЗВЪРШВАНЕ НА ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ

ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ

Оценката на нуждите по отношение на сексуалното и репродуктивното здраве е фокусирана върху гадена група и дава ясна, пълна и точна информация за здравето на младите хора в целевата група, за услугите на тяхно разположение и за политиките, които ги засягат. Тя предлага отправна точка за измерване на въздействието на интервенциите, помага да се идентифицират най-ефективните програми и политики, насочени към репродуктивното здраве на младите хора, и определя къде да се фокусират усилията на застъпничеството.

Пълната оценка на нуждите трябва да включва три неща:

- данни за състоянието на сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора в избраната общност, регион или нация;
- информация за наличието и използването на данните за сексуалното и репродуктивното здраве и услугите за младите хора, включително пропуски и пречки;
- преглед на местните, регионалните, институционалните и националните политики, които влияят върху достъпа до и използването на информацията за репродуктивното здраве на подрастващите и услугите за тях.

Не е необходимо да се съберат всички предложени по-горе данни. Събирането на статистически данни може да се окаже трудно или такива изобщо да не съществуват. Важното е обаче да се съберат достатъчно, за да може да се опише истинската ситуация за здравето на юношите в общността. Точната информация ще позволи на застъпниците да поставят ясни, постижими цели и задачи и да организират застъпническа кампания, която да задоволява нуждите на общността.

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА СЕКСУАЛНОТО И РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ НА ЮНОШИТЕ

Оценката на нуждите трябва да очертава сексуалното и репродуктивното здравословно състояние на една добре дефинирана целева група от хора. Например оценката може да се фокусира върху всички млади хора в гадена общност на възраст от 15 до 19 години, всички ученици, които посещават гадено училище и са на възраст от 13 до 19 години, всички млади хора от улицата на възраст от 15 до 24 години в конкретен градски участък, или други групи от хора.

ГЛАВА 2: ПОЛАГАНЕ НА ОСНОВИТЕ: ИЗВЪРШВАНЕ НА ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ

За да се идентифицират местните проблеми, на които следва да се обърне внимание, полезно е да се събират и сравняват статистически данни на местно, регионално и национално равнище. Най-новите данни дават „моментална снимка“, но също така е важно да се отбележат и по-общите тенденции, като например дали нараства или намалява честотата на забременяване или на полово предаваните инфекции.

Особено важни могат да се окажат следните данни:

- процент на юношите, които съобщават, че са полово активни;
- средна възраст при първото полово сношение;
- процент на раждаемост при младите жени, омъжени или не;
- честота на полово предаваните инфекции сред младите хора;
- случаи на ХИВ и СПИН при млади хора на възраст между 15 и 19 години и между 20 и 30 години;
- процент на полово активните млади хора, които използват презервативи и/или други контрацептивни средства;
- процент на абортите по възрастови групи (ако абортът е незаконен, такива данни може и да липсват);
- процент на заболявания и смъртност сред майките поради рисков аборт и раждания сред младите майки от целевата възрастова група;
- средна възраст на встъпване в брак и при първото раждане;
- процент на детска заболяемост и смъртност в зависимост от възрастта на майката;
- честота на употреба на алкохол и/или дрога, свързана с половата активност на младите хора;
- честота на случаите на сексуален тормоз и насилие;
- брой на младежите жертви на трафик;
- разпространение на проституирането сред младите хора;
- процент на младите хора със стабилни източници на доходи;
- честота на отпадания от училище и връзка със забременяване, сексуален тормоз и неуспех в училище;
- брой на младите хора в общността, които не ходят на училище;
- брой на безнадзорните млади хора в общността;
- процент на младите хора, които редовно посещават основни и средни училища и университети.

ОЦЕНКА НА ИНФОРМАЦИЯТА И УСЛУГИТЕ

Като част от оценката на нуждите трябва да се проведе задълбочен преглед на информацията и услугите, които в момента са на разположение на младите

хора в целевата област. Информацията и/или услугите се получават от училищата, общинските организации, правителството, религиозните организации, болничните заведения, дрогериите или аптеките и от други програми или институции, които имат отношение към репродуктивното здраве на младите хора и неговото развитие. В прегледа трябва да се направи опит да се определи кои програми работят, кои се ползват в действителност от младите хора и кои не се ползват и защо.

Полезно е да се зададат следните въпроси:

- Какви първични медицински услуги съществуват в общността?
- Какви услуги за сексуално и репродуктивно здраве съществуват, и по-специално – има ли на разположение тестване, съветване и лечение на полово предавани инфекции и ХИВ? Има ли на разположение контрацептивни средства и съвети за използването им? Достъпни ли са тези услуги за младите хора?
- Подходящи ли са за младите съществуващите услуги? Например дали клиниките предлагат подходящи часове и по-ниски цени за млади хора? Преминал ли е персоналът им специално обучение по въпроси, свързани със сексуалното здраве на младите хора?
- Услугите за репродуктивно здраве напълно конфиденциални ли са?
- Достъпни ли са услугите както за семейни, така и за несемейни млади хора?
- Какви услуги липсват?
- Колко млади хора използват услугите за репродуктивно здраве всеки месец? Всеки шест месеца? Всяка година?
- Има ли транспорт до мястото, където се предлагат тези услуги?
- Какво пречи на тийнейджърите да използват съществуващите услуги? Как са били открити тези пречки?
- Училищата предоставят ли образование за семеен живот, което да разглежда сексуалността, репродуктивното здраве и уменията за живот? Има ли други организации, които да дават такава образование? Какви аспекти се разглеждат?
- Как традиционно се образават младите хора по отношение на сексуалността и репродуктивното им здраве?
- На каква възраст започва сексуалното образование в училище?
- Програмите по метода „Връстници обучават връстници“ предоставят ли на младите хора информация за репродуктивното здраве? Коя е предполагаемата аудитория на обучителите в тези програми? Каква информация предоставят те на своите връстници?
- Получават ли някои групи млади хора в общността информация за репродуктивен живот и услуги? Има ли групи, които не получават такава информация и услуги?

ГЛАВА 2: ПОЛАГАНЕ НА ОСНОВИТЕ: ИЗВЪРШВАНЕ НА ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ

- Националните и местните медийни кампании насочени ли са пряко към младежта с информация за репродуктивното здраве? Какъв вид информация предоставят те?
- Какво се прави още за предоставяне на информация за репродуктивното здраве на младите хора и услуги, свързани с него?

ЗАКОНИ И ПОЛИТИКИ, КОИТО ЗАСЯГАТ ДОСТЪПА НА ПОДРАСТВАЩИТЕ ДО УСЛУГИ И ИНФОРМАЦИЯ

И накрая, оценката на нуждите трябва да включва преглед на законите, наредбите и политиките, които засягат сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора. Тези закони и наредби може да са на местно или на национално равнище и да подпомагат или да ограничават достъпа на младите хора до здравна информация и услуги. Политиките може също да помагат или да пречат на ефективността на работата на неправителствените организации, които работят с млади хора. Вътрешните разпоредби и правилници за работата на институции като училища и клиники също влияят върху достъпа на младите хора до точна информация и услуги.

Политиките може да са в писмена форма, например закони или кодекси, или неписани социални правила, които се спазват, но не са закони. Макар и по-трудно различни, тези правила и разпоредби могат да са от изключително значение за благополучието на младите хора, тъй като те оформят поведението на хората, които вземат решения.

Идентифицирането на всички видове политики, които влияят върху репродуктивното здраве на младите хора, е важна част от оценката на нуждите, тъй като застъпничеството обикновено цели да се подобрят съществуващите правила и разпоредби или да се предложат нови, там където съществуват празноти. Следните въпроси ще помогнат да се идентифицират местните и националните политики, които влияят върху здравето на младите хора:

- Включват ли училищните програми по семеен живот точна образователна информация за репродуктивното здраве и за предпазване от ХИВ/СПИН?
- Предоставят ли училищата съобразена с възрастта информация за репродуктивното здраве преди повечето от младите хора да са започнали да водят полов живот?
- Предоставят ли училищата допълнително обучение за учителите, които преподават по въпросите на сексуалното и репродуктивното здраве?
- Каква е политиката на училищата по отношение на ученички и ученици, които чакат или имат дете?

-
- Забранява ли приетата политика в училищата да се провеждат дискусии по контрацептивните средства, употребата на презервативи или други важни проблеми на репродуктивното и сексуалното здраве?
 - Клиниките за сексуално здраве обучават ли персонала си за работа по здравеопазването на младите хора? Какъв вид информация и обучение по изграждане на умения се предоставят на персонала?
 - Вътрешните правила на клиниките ограничават ли достъпа на несемейни млади хора до информация и услуги?
 - Каква е най-ниската възраст за искане на съгласие за женитба при момчетата? При момчетата?
 - Съществува ли закон за изнасилванията? До каква възраст важи този закон? Прилага ли се на практика?
 - Кои национални и местни политики подкрепят или ограничават усилията на неправителствените организации, които работят с млади хора?
 - Кои нагласи на родители, обучители, лидери на общността и медицински работници оказват влияние върху нуждите, свързани със сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора? Тези нагласи и убеждения отразяват ли някакви неписани норми, които съществуват сред лидерите на общността, или някакви културни норми?
 - Работят ли местните бизнесмени с други организации в подкрепа на репродуктивното здраве на младите хора?

СЪБИРАНЕ НА ДАННИ

Намирането на пари или ресурси за провеждане на цялостна оценка на нуждите може да се окаже трудно. За много неправителствени организации оценката на нуждите включва събирането на информация от различни текущи проекти и външни източници, а не извършване на ново изследване. Успехът може да зависи от сътрудничеството на организацията с други лица или организации, които са съпричастни към благополучието на младите хора. Работата с други организации може да предостави допълнителна експертиза и информация на процеса на оценка на нуждите. Работата с други организации ще бъде разгледана в глава *Изграждане на мрежи*.

Данните за оценка на нуждите могат да дойдат от различни източници. Министерството на здравеопазването може да е в състояние да предостави информация за здравните показатели на национално, регионално и местно равнище. Местни източници на данни, включително и други организации, занимаващи се с услуги за младите хора, също могат да имат данни. Научноизследователски институти, университети, донори и организации за

ГЛАВА 2: ПОЛАГАНЕ НА ОСНОВИТЕ: ИЗВЪРШВАНЕ НА ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ

консултантска помощ може също да са склонни да споделят резултатите от изследвания на здравето състояние или демографска информация. Болници, клиници за семейно планиране и младежки организации могат да имат статистически данни за броя на младите хора, които ползват услугите им, и за разпространението на полово предавани инфекции, както и за честотата на забременяване сред тези млади хора. Изпълняваните в училищата или организациите на общността програми за връстници могат да предоставят качествена и количествена информация за здравето на порастващите.

ДРУГИ СРЕДСТВА ЗА ИЗУЧАВАНЕ НА ЗДРАВΟΣЛОВНОТО СЪСТОЯНИЕ НА МЛАДИТЕ ХОРА

Статистическите данни за сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора може да са непълни или да се събират трудно. Когато липсват данни, може да се получи информация чрез анкети и фокус групи.

АНКЕТИ

Анкетите могат да илюстрират нуждата на младите хора от услуги и информация за сексуалното и репродуктивното им здраве. Независимо дали събирате информация чрез анкети, които респондентите попълват сами, или чрез интервюта, те трябва да са сигурни, че отговорите им ще останат поверителни. Анкетите могат да се провеждат в сътрудничество с младежки организации или училища. Понякога е разумно да получите съгласието на директора и на родителите. Младежите може да бъдат анкетирани в центъра на града, на пазарите, по време на спортни събития или на други места, където се събират млади хора.

Проучването на родители, правителствени служители, учители, клиничен персонал, бизнесмени и медии значително допълва информацията от проведените с млади хора анкети. Резултатите от анкетите с възрастните могат да посочат степенята, в която общността подкрепя политиката, и програмите, насочени към нуждите на младите хора и свързани с тяхното репродуктивно здраве. Анкетите могат да покажат и съпротивата на общността срещу определени теми и въпроси.

ФОКУС ГРУПИ

Фокус групите са структурирани по конкретен проблем или тема дискусии, които се ръководят от модератор. Членовете на фокус групата трябва да имат сходни показатели като възраст, пол, занятие. Данните от групите

трябва да допълват другите дейности за събиране на данни и никога не трябва да се използват като единствен източник на информация. Фокус групите дават качествена информация за това как конкретна аудитория приема дадена тема, програма или продукт. Когато се съставя план за застъпничество или при оценката на напредъка на дадена застъпническа кампания, информацията от фокус групите може да даде входни данни. Информацията от фокус групите насочва как да се планира процесът на оценяването и какви инструменти или средства да се използват за изготвяне на по-подробна и с по-широк обхват оценка.

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ

След като се съберат данните от оценката на нуждите, застъпниците трябва да идентифицират нуждите и да ги класифицират по набор от критерии. Критериите, които се използват за подреждането, могат да включват следните въпроси:

- Колко е сериозен проблемът? Животозастрашаващ ли е?
- Колко често се появява проблемът? Голям ли е броят на младите хора, които се сблъскват с този проблем? По-голямата част? Или проблемът възниква рядко?
- Какви са социалните и икономическите последици от проблема? Какво въздействие има той върху отделни лица, семейства и общности?
- Възможно ли е застъпничеството да повлияе сериозно върху проблема?
- Налице ли са ресурси в подкрепа на предложените действия?
- Като се имат предвид съществуващите ресурси, обществени нагласи и прилаганата политика, могат ли застъпниците действително да повлияят за решаването на проблема?

Като използват такъв вид критерии, застъпниците могат да се съсредоточат върху един или два от най-належащите проблеми за сексуалното и репродуктивното здравеопазване на подрастващите.

След като идентифицират основните проблеми, застъпниците трябва да ги преформулират като цел, тоест заявление в най-обща форма на очакваните резултати след усилията на застъпниците. Целта трябва да отразява и тяхната дългосрочна визия. Тя трябва да е постижима, но може да не е измерима. Примерна цел може да бъде подобряване на репродуктивното здраве на юношите чрез улеснен достъп до образование и услуги в областта на репродуктивното здраве.

ГЛАВА 2: ПОЛАГАНЕ НА ОСНОВИТЕ: ИЗВЪРШВАНЕ НА ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ЗАДАЧИТЕ

Формулирането на целта на застъпничеството е от изключително значение, защото показва как застъпниците планират да повлияят върху политиката за подобряване на репродуктивното здравеопазване на позрастващите. Целта може да помогне на застъпниците да идентифицират различните политики, към които следва да насочат усилията си, например:

- увеличаване на средствата, предвидени за програмите за репродуктивно здраве на юношите;
- изменение на закони или политики, които влияят върху достъпа на младите хора до информация и услуги;
- насърчаване подкрепата на министерствата и сътрудничество с организации, насочени към младите хора;
- промяна на вътрешната политика на бизнеса и компаниите;
- идентифициране и изменение на неписаните норми на поведение в общностите, училищата, клиниките, бизнеса или други институции.

След като постигнат съгласие по отношение на целта, застъпниците трябва да формулират конкретни задачи, които трябва да са реалистични, конкретни и с измерими резултати по отношение на планирания прогрес към крайната обща цел. Например за постигане на посочената по-горе примерна цел една от задачите на застъпничеството може да бъде в следващите 5 години да се увеличат с 25 процента средствата, предвидени от министерството на здравеопазването за репродуктивното здраве на позрастващите.

Задачите показват напредъка в политиката на правителството или организациите към желаните промени по отношение на сексуалното и репродуктивното здраве на юношите. Трябва да има ясен график за изпълнението им, резултатите да бъдат измерими и реалистично да отразяват капацитета на застъпническото усилие. Графикът ще помогне на застъпниците да видят как напредва тяхната кампания и къде трябва да се концентрират усилията.

Общо взето, съществуват три вида застъпнически задачи: свързани с процес, с резултат и с въздействие.

Задачите, свързани с **процеса**, описват броя или продължителността на отделните застъпнически дейности. Този тип задачи най-често се проследяват чрез форми като графици, отчети за всекидневните дейности или бележки от работа на терен. Такава застъпническа задача може да бъде през следващите шест месеца да се организират срещи с петима политици и да се потърси подкрепата им по проблеми, които създават тревога в общността.

Задачите, свързани с **резултата**, идентифицират междинните цели от работата по застъпничеството. Тези задачи, общо взето, описват планираните промени по отношение на знанията, нагласите или поведението на лицата, към които са насочени усилията на застъпничеството. Например един целеви резултат може да бъде през следващите три години да се увеличи с 40 процента броят на парламентаристите, които гласуват за прогресивна политика по отношение на репродуктивното и сексуалното здравеопазване на позрастващите. Друг целеви резултат може да бъде дадена местна клиника през следващите 12 месеца да възприеме политика, която изисква от медицинския персонал да предоставя контрацептивни средства на младите хора, които пожелаят това.

Задачите, свързани с **въздействието**, са насочени към дългосрочен ефект от застъпническите усилия, свързани с показателите за здравословното състояние. Такава задача може да бъде през следващите три години употребата на контрацептивни средства от позрастващите в даден регион да се увеличи с 20 процента.

След разработване на задачите застъпниците трябва да постигнат консенсус относно най-добрите стратегии за изпълнението им. Ако няколко организации работят заедно в мрежа или коалиция, този процес обикновено изисква открит дискусия и дебати, както и преговори и компромиси. Въпреки че всички членове на мрежата може да са съгласни, че основният проблем, който искат да решат, е бременността при тийнейджърите, могат да възникнат различни мнения относно начините за решаването му. Някои членове могат да смятат, че мрежата трябва да работи с цел да повлияе на училищната образователна политика, други може да са застъпници на политика, която цели подобряване на услугите за младите хора в местните клиники. За да бъдат изгладени различията в мненията, се изискват време и усилия, но те допринасят за съставянето на по-добър план за застъпничество, който отразява всяко отделно мнение.

| | |
|--------------------------|---|
| ЗАДАЧИ | Да се подобри репродуктивното и сексуалното здраве на младежите от улицата, като се извърши застъпническа дейност за алтернативна система за предоставяне на здравни услуги |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Асоциация срещу СПИН в Румъния |
| ПАРТНЬОРИ | Местни НПО по общественото здравеопазване и местни НПО, работещи по проблемите на младежите от улицата и населението без достъп до услуги, Министерството на здравеопазването, UNICEF, UNAIDS, USAID, UNFPA, Световната здравна организация |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Оценка на нуждите чрез анкети, интервюта и създаване на бази от данни |

От 2000-2003 г. Асоциацията срещу СПИН в Румъния (АССР) предприе кампания за подобряване на репродуктивното здраве на младежите от улиците на Букурещ. От работата по обхващане на социално слабото население АССР разбра, че младите хора, които живеят на улицата, не получават подходящи грижи в рамките на системата на здравеопазване. Целта на асоциацията е била да се създадат препоръки, които да бъдат предложени и приети от местните общини и служителите по здравеопазването.

За да постигне тази цел, АССР проведе оценка на нуждите, която продължи една година. Като разбра, че много от младежите от улицата дори нямат документи, тя си постави за цел да установи:

- Какви услуги са достъпни за младежите от улицата?
- Какво ограничава услугите, които се предлагат на младежи от улицата?
- Какви проблеми имат младежите от улицата по отношение на достъпа до здравни услуги?
- Опитват ли се младежите от улицата да получат такива услуги?

Асоциацията започна със събиране на бази от данни за службите доставчици на услуги – данните се събираха от организациите, които обслужват младежите от улицата, както и от обществени здравни организации. Допълнително АССР използва собствената си справочна база от данни за доставчиците на услуги.

От тази изходна точка АССР интервюира социални работници, които работят с младежи от улицата и са ги придружавали до обслужващи

организации, както и със сестрите от здравните центрове, където младежите от улицата са се опитвали да получат услуги. Социалните работници и сестрите са били помолени да споделят какви са ограниченията по отношение на предлаганите услуги и какви бариери стоят пред такива младежи. Резултатите от интервютата показаха, че на младежите от улицата им се позволява достъп само до спешна помощ. За да участват в здравната система, е необходимо да имат карти за самоличност, с каквито повечето от тези младежи не разполагат. Следователно за тях посещения при лекари специалисти, издаване на рецепти и редовни, не по спешност, болнични посещения не са безплатни.

Допълнително и сестрите, и социалните работници подчертаха, че младежите от улицата често пъти са дискриминирани от страна на институциите, които предоставят здравни услуги. Поведението на такива институции се основава на схващането, че младежите от улицата са нечисти и това е допълнителна пречка при получаването на здравни услуги от младежите.

Асоциацията срещу СПИН в Румъния поиска да оцени също и степента, до която младежите от улицата се опитват да получат достъп до здравни услуги. Чрез външните си мрежи тя проведе 40 интервюта с младежи, за да установи колко трудно те получават достъп до здравни услуги. АССР бе в състояние да документира, че младежите от улицата често пъти се опитват да получат здравни услуги, но не са били допускани до тях от здравните институции. Освен това асоциацията разполага с резултати за състоянието на сексуалното здраве на младежите от улицата за период от 3 години. Целта на асоциацията е била да документира резултатите, за да измери дали при тези младежи има по-голяма честота на инфекции и дали те са изложени на по-висок риск от полово предавани инфекции и ХИВ/СПИН, което – между другото – се оказало точно така.

И накрая асоциацията направи преглед на литературата за моделите на здравеопазване в Европейския съюз за работа с групи в неравностойно положение. За да бъдат създадени алтернативни модели за здравеопазване, са били изучени моделите на Франция, Германия, Холандия и Италия.

Тази подробна оценка на нуждите позволи една група организации да създаде алтернативен план за предоставяне на здравни услуги на младите хора на улицата. Предложението е добре аргументирано и съставлява основата на застъпническа двегодишна кампания (*Виж Казус – Асоциация срещу СПИН в Румъния, част 2*). Кампанията доведе до нова система за предоставяне на здравни услуги в една част от Букурещ.

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ:

Провеждането на подробна оценка на нуждите е важно, за да получите информация за вашите застъпнически цели. Като използвате разнообразни изследователски способности, ще получите по-сигурни данни и по-пълна картина. Асоциацията срещу СПИН в Румъния показва чрез проучвания какво е положението при младежите от улицата в Букурещ; така получените данни са необходими за убеждаване на хората, от които зависи вземането на решения, в необходимостта от алтернативен план за предоставяне на здравни услуги.

3. ИЗГРАЖДАНЕ НА МРЕЖИ: СЪТРУДНИЧЕСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО НА ОБЩНОСТТА И ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

ГЛАВА 3: ИЗГРАЖДАНЕ НА МРЕЖИ: СЪТРУДНИЧЕСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО НА ОБЩНОСТТА И ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

Мрежите играят важна роля при застъпничеството и при образованието на общността. Те позволяват различни групи да работят заедно за постигането на една обща цел, като координират стратегиите си и обединяват средствата си. Мрежите, които включват различни организации, групи и индивиди, показват на обществото, че дадени политики или програми имат широка подкрепа.

В това ръководство терминът *мрежа* се отнася до група от организации, които в една обща застъпническа стратегия комуникират помежду си и си сътрудничат. Много организации използват термина *коалиция*, за да опишат група от организации, които споделят едни и същи застъпнически цели. Тук терминът *мрежа* се използва, за да се подчертае важната роля на комуникацията за сближаване на членовете и за разработване на обща програма на застъпничество. Независимо дали членовете ще изберат да наричат групата коалиция или мрежа, целта е сближаване за обединяване на ресурси и способности за по-ефикасно застъпване при провеждане на политики и програми, насочени към опазване здравето на младите хора.

Мрежите сближават хората, организациите и ресурсите от всички части на общността. Работата в мрежа може да подобри качеството и количеството на работата и да разпредели отговорностите, като позволи на отделни лица и групи да участват със свои идеи, опит и ресурси. Когато усилията от застъпничеството са успешни, от това печелят всички членове.

За провеждане на ефективно застъпничество не е задължително да съществува мрежа; всяка ангажирана организация или отделно лице може да развива уменията и опита, които са необходими за изграждане на подкрепа по проблемите на репродуктивното здраве на младите хора. Мрежата обаче може да постигне резултати, които трудно се постигат от който и да било отделен неин член. Самото изграждане на мрежата укрепва уменията на членовете да мобилизират подкрепа по даден проблем. Тези умения са особено полезни, когато членовете на мрежата се застъпват пред влиятелни личности, политици и обществото.

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРИ ИЗГРАЖДАНЕ НА МРЕЖИ

Изграждането и поддържането на мрежи е трудна работа въпреки убедеността в ползите от тях. Членовете на мрежата трябва да имат предвид някои предизвикателства и да са готови да ги посрещнат.

- Изграждането на консенсус е процес, който отнема време. При все това членовете на мрежата не винаги стигат до съгласие относно целите, задачите и стратегията на мрежата.

ГЛАВА 3: ИЗГРАЖДАНЕ НА МРЕЖИ: СЪТРУДНИЧЕСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО НА ОБЩНОСТТА И ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

- Членовете на мрежата трябва да изграждат доверие помежду си. Отделните организации и програми могат да се съревновават за финансиране пред едни и същи донори, което може да е пречка за възможността им да си сътрудничат. Изграждането на доверие при наличие на такъв конфликт е трудно.
- Членовете могат да имат както личен, така и професионален предишен опит от обща работа, който влияе върху способността им да си сътрудничат.
- Колкото повече се разраства мрежата, толкова по-сложно става и управлението на логистиката ѝ. Важно е да се уведомяват всички членове за срещите, предприетите действия, резултатите от тях и предстоящите дейности.
- Мрежата трябва да намери начин да разпределя работата поравно между отделните членове.
- Мрежата трябва да е отворена за сътрудничество между всички, а не да е под контрола на един или няколко от най-влиятелните членове.
- Членовете трябва да постигнат съгласие за правилата, по които мрежата да работи гладко и ефективно.
- Мрежата трябва да реши как да използва ефективно средствата за общите действия.

УКАЗАНИЯ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ЕФЕКТИВНИ МРЕЖИ

По-долу са дадени някои основни указания за създаването и поддържането на ефективна мрежа.

Обменяйте информация между членовете на мрежата. В началните етапи е важно членовете да отделят време, за да научат ролите и очакванията на другите в мрежата. Това споделяне на информация ще помогне да се постигнат разбиране и доверие между членовете, както и да се предоставя важна информация за интересите, силните страни, конфликтите и слабите страни на мрежата.

Заявете мисията и целите на мрежата. Мисията на мрежата може да е заявена по-общо, за да отрази философията ѝ и да позволи участието на широк кръг от групи в нея. Целите показват как мрежата планира да оформи

политиките, така че те да са насочени към подобряване на репродуктивното здраве на пограстващите. Мисията и целите на мрежата могат да се напишат от членовете учредители, като след това и други подкрепящи организации бъдат поканени да се присъединят към този документ. Членството на една организация в мрежата символизира нейната подкрепа за мисията и ангажираността ѝ за постигане на общите цели.

Заявлението за мисията на мрежата укрепва общите връзки между членовете и дава указания и на други организации как да се присъединят. Например ако мрежата подкрепя сексуалното здравно образование, което включва информация за контрацептивни средства, но има група, според която таква възпитание трябва да набляга само върху въздържанието, то тази група не би могла да бъде подходящ член на мрежата. Мрежата може да работи по други проекти и с групи, които не са нейни членове, без това да застрашава стратегическата ѝ дейност.

Заявлението за мисията изяснява кои проблеми се подкрепят от мрежата и се спира върху евентуални критични забележки. Поставяйки ударение върху програмните компоненти, като например „включване на родители” и „насърчаване на въздържанието”, мрежата цели да избегне критиката и да се предпази от недоразумения. Например една мрежа, която подкрепя ввеждането на задълбочена образователна програма по сексуалните и репродуктивните проблеми, може да приеме заявление за мисията си, което насърчава образованието за семеен живот и поставя ударение върху важността на въздържанието и точната информация как младите хора могат да се предпазят, когато станат полово активни, и как да изградят умения за комуникация с родителите и връстниците си.

Обяснете целите и стратегията. Един ясен подбор на цели ще дефинира конкретните промени в политиките, които мрежата се стреми да постигне. Задачите трябва да са конкретни, осъществими и с измерими резултати и да служат като средство за оценяване на дейността на мрежата. След това членовете на мрежата трябва да определят кои стратегии най-добре им позволяват да изпълнят задачите си. Стратегиите могат да включват публични образователни кампании, директни апели към конкретен лидер за промени в политиката или за лобиране пред правителството за прокарване на даден закон. Идентифицирането на предложените стратегии и дейности помага на членовете на мрежата да разпределят отговорностите и да открият организациите и действията, за които ще е необходимо допълнително обучение, подкрепа и ресурси.

ГЛАВА 3: ИЗГРАЖДАНЕ НА МРЕЖИ: СЪТРУДНИЧЕСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО НА ОБЩНОСТТА И ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

Създайте и следвайте реалистичен график. Реалистичните графици са един от най-важните използвани в мрежата инструменти. От предварителните срещи до първите застъпнически дейности изграждането на функционираща мрежа може да отнеме месеци или години. Изпълним график с обозначени дейности за всеки месец ще помогне мрежата да остане фокусирана върху целите си и реалистично да оценява различните си дейности. Пример за краткосрочна дейност може да е оценката на нуждите на училищната политика. Пример за средносрочна дейност може да бъде среща, организирана с лидери на общността и с родители, с цел те да станат застъпници за подобряване на училищната политика. Пример за дългосрочна дейност може да бъде кампания, която да убеди училищните власти да одобрят предложените от мрежата промени в училищната политика.

Създайте структура и ръководни роли. Мрежите са най-ефективни, когато всички членове могат да изразят мнението си и знаят, че гласът им ще бъде чул. При все това групата трябва да има ръководство и структура. Членовете трябва да изберат най-малко един председател и да определят ясно отговорностите му. Мрежата може значително да укрепне с избор на съпредседатели, чиито умения се допълват взаимно и които представляват организацията, желаещи да посветят значително време и/или ресурси на мрежата.

За да се улесни балансирано разпределение на задълженията и отговорностите, мрежата може да установи механизъм за ротация на ръководството измежду членовете си. Също така може да реши да създаде по-широк ръководен екип, който да включва представители на главните групи и организации. Един екип с разнообразен състав може да е много успешен и да ръководи ефективно работата по комплексни проблеми, каквито са проблемите, свързани със сексуалното и репродуктивното здраве на тийнейджърите.

Ясно формулирайте как ще се вземат решенията. Често пъти мрежите вземат решения с консенсус. Това не означава, че всеки трябва да е съгласен с всичко, а по-скоро, че мнозинството от членовете са съгласни и нито една организация членка не се противопоставя напълно, така че да наложи вето или публично да се противопостави на решението. Членовете трябва да решат какво ще правят, ако не може да се постигне консенсус, и да определят кои решения ще се вземат от ръководния екип и кои са толкова важни или деликатни, че изискват участие на всички членове.

Разпределяйте отговорностите чрез комитети. Комитетите позволяват на повече хора да участват активно; те могат да бъдат постоянни или да са ограничени само за конкретен проект. Определете отговорностите и решенията, които могат да вземат комитетите без одобрението на цялата мрежа.

Разширете основата. Разширете мрежата, като поканите и приемоте нови организации, които споделят мисията и целите на мрежата. Новите членове трябва да разберат какво иска да постигне мрежата, както и необходимостта от действие. Мрежата трябва да заяви ясно каква полза ще имат новите членове като част от нея. Работата сред хората от общността с използване на наличните ресурси на организациите членки (например чрез бюлетини и заседания) може да образува и привлече повече подкрепа за целите на мрежата.

Редовно организирайте заседания. Организирайте редовни заседания най-малко веднъж месечно или в отговор на текущи събития. Провеждайте ги в подходящо време и на удобно за всички членове място; стремете се да започнете и завършите заседанията навреме. Помислете дали времето за срещите не трябва да се редува – през деня и вечерта – и срещите да се състоят на различни места.

Информирайте хората редовно. Поддържайте и редовно актуализирани списъци за контакти с членовете на мрежата и важни лица с техните пощенски адреси, телефони, факс номера и електронна поща. Когато членовете са информирани, това поддържа доверието, интереса и ангажираността им, също така свежда до минимум недоразуменията и идентифицира несъгласието, преди то да е станало проблем. Членовете на мрежата трябва да получават винаги протоколите от срещите, текуща информация, изрезките от печатните медии и информация за предстоящи събития. Предварителното уведомяване за срещи и други събития по подходящ начин насърчава участието във важните дискусии и решения.

Изберете говорителите, които да представляват мрежата пред медиите. На ранен етап от развитието на мрежата определете членовете с опит в публичното говорене или работата с медиите. Говорителите може да са от ръководния екип или други лица. Те трябва да бъдат избрани измежду възрастните и младите хора, ако в мрежата са включени и двата типа организации. Членовете трябва да постигнат съгласие как да отговарят на въпросите на медиите.

ГЛАВА 3: ИЗГРАЖДАНЕ НА МРЕЖИ: СЪТРУДНИЧЕСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО НА ОБЩНОСТТА И ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

РЕСУРСИ И ФИНАНСИРАНЕ НА МРЕЖИТЕ

Много мрежи имат проблеми с дейността си или не успяват да свършат работа поради финансови причини. Много организации работят с ограничен бюджет и затова без допълнителни източници на приходи е трудно да се прави широкомащабно застъпничество. Пречки пред усилията да се изгради мрежа могат да бъдат разходи за пътуване, комуникации, ресурсно обезпечаване и обучение.

По-долу са дадени някои препоръки за развитие и поддръжка на изградена на основата на сътрудничество мрежа.

Започнете с малко. Макар че голямата мрежа е с по-голяма перспектива да привлече повече членове, важно е първо да се постави здрава основа. Започнете с ограничен брой членове от определена географска област. Малка мрежа се управлява по-лесно, разходите ѝ за комуникации и пътувания са по-малки и тя помага на членовете си да определят постижими цели и задачи, които по-късно ще спомогнат за разрастването ѝ.

Определете ресурсите, с които разполагат членовете. Макар че членовете може да не са в състояние пряко да финансират мрежата, те имат други ресурси, които могат да подпомогнат разрастването на групата. В началните етапи на развитие на мрежата всички членове трябва да определят какво могат да ѝ предложат. Например всеки месец членовете може да осигуряват по няколко часа секретарска работа или да предоставят своите офиси за провеждане на срещи. Други членове могат да провеждат изследвания или дискусии във фокус групи. Този процес създава прецедент за нови членове, когато те биват поканени да се присъединят към мрежата.

Използвайте съществуващите възможности за срещи и комуникации. Организирайте срещи едновременно с друго събитие, например конференция или семинар, на които членовете ще присъстват. За да разпространявате информация за дейността на мрежата, използвайте вече съществуващи бюлетени и други издания на членовете.

Насърчавайте членовете да включат в собствените си предложения средства за застъпничество.

Не се поддавайте на изкушението да създадете мрежата бързо. Разгледайте кои нови партньори ще подкрепят най-добре целите на мрежата и ги поканете да участват.

Не се разпростирайте извън дневния ред. Насърчавайте новите членове да изразяват интересите и приоритетите на организацията си, но не бързайте да приемате в дневния си ред нови проблеми.

Не забравяйте за частния сектор, особено за местния бизнес. Местният бизнес има голям потенциал да ви подкрепи, а често пъти застъпниците го пренебрегват. Компаниите, които имат активни рекламни стратегии, особено ако са насочени към младите хора, и които имат установени дистрибуторски мрежи, могат да предоставят място за застъпническите съобщения и публичните образователни кампании. Бизнесмените могат да спонсорират, да правят дарения и да създадат възможности за достъп до обществеността. Бизнесът може да има полза от това, че имената на компаниите или продуктите им се свързват с проблемите на сексуалното и репродуктивното здраве на юношите. Като спонсорират или правят дарения за програми, те показват съпричастието и ангажираността на компаниите си със социалните въпроси.

КАЗУС: РУМЪНСКА НПО „КОАЛИЦИЯ ЗА РЕПРОДУКТИВНО ЗДРАВЕ”. ЧАСТ 1

| | |
|--------------------------|---|
| ЗАДАЧИ | Образование на млади хора (жени и мъже) в селските райони за правата им за сексуално и репродуктивно здравеопазване и за подобряване на достъпа на селското население до услуги за репродуктивно и сексуално здраве |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Румънска НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” |
| ПАРТНЬОРИ | 71 организации, представляващи обществени здравни застъпници, лица с медицинска професия, правителството, местни групи и други |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Изграждане на коалиция чрез обхващане, образование и обучение |

В края на 90-те години румънската неправителствена организация „Коалиция за репродуктивно здраве” е била образувана от 11 организации, работещи в сектора на сексуалното здравеопазване и медицинските услуги. Мисията им е била да образуват обществото по правата за сексуално здраве и за важността от директно предоставяне на услуги за сексуално здраве на младите хора, жени и мъже от селските райони.

Преди кампанията основните услуги по семейно планиране не са били финансирани от националното здравно осигуряване. Не са били финансирани и контрацепцията, половото възпитание и съветите за семейно планиране. Първоначалният състав на коалицията установява още, че сексуалноздравните услуги и информацията се предоставят на младите хора, жените и мъжете главно от акушерки и гинеколози. В селските райони обаче главните институции, които предлагат медицински услуги, са лекари с обща практика (т.нар. джипита), а не акушерки и гинеколози. Тази липса на обучен персонал създава празнота в услугите за сексуално здраве на селското население.

За попълване на тази празнота румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” започна да разширява състава си. Като обхвана работници от сексуалното здравеопазване, включително лекари с обща практика, коалицията организира срещи, за да сподели с тях установените факти и да предложи обучение по основните медицински услуги за семейно планиране. В началото участниците бяха настроени скептично, защото смятаха, че такива услуги трябва да се предлагат само от акушерки и гинеколози, но накрая бяха обхванати от желание да запълнят празнотата в общностите, където работят, и да научат нови практики. Малката група лекари бяха убедени до такава степен, че започнаха да привличат и други лекари с обща практика, които да се присъединят към коалицията.

За да подкрепи предоставянето на сексуални здравни услуги от страна на лекари с обща практика, по същото време коалицията организира среща на експертно ниво с акушери и гинеколози – членове на коалицията. След като представи пред тях пречките пред селското население за получаване на здравни услуги, беше постигнат консенсус по необходимостта от двустепенен подход. Този подход позволи да бъдат обучени селските лекари с обща практика да извършват основните прегледи за сексуално здравеопазване, съветване и контрацепция, а акушерите гинеколози да действат като специалисти за селското население и да координират предоставянето на сексуални здравни услуги. Новият план попълни празнотата в услугите и разшири румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве“, като включи в нея медицински асоциации, които традиционно не се занимават със сексуално и репродуктивно здравеопазване.

С привличането на нова група от медицински работници коалицията увеличи ефикасността на кампанията си. Тя обучи и обедини усилията на акушерите и гинеколозите с тези на лекарите с обща практика, които работят главно в селските райони, и ги присъедини към кампанията за установяване на достъпно системно здравеопазване. Така кампанията бе в състояние да почерпи от опита на широк кръг медицински работници за образование на хората, които вземат решенията, и успя да ги убеди в необходимостта от повече средства за медицинските услуги в селските райони. Установяването на съществуващите недостатъци в тези райони ускори кампанията. Една година по-късно румънският държавен бюджет задели средства за скрининг на предаваните по полов път инфекции, за грижи преди и след раждането и за семейно планиране и направи тези услуги безплатни за хората от селските райони.

Поради успеха на кампанията коалицията реши да премести фокуса на дейността си и да образува в някои райони по-малки коалиции. За да се следи изпълнението на нови програми и предложения, бяха създадени локални мрежи с представители на по-голямата коалиция. Три местни мрежи са все още активни – съответно с 11, 21 и 27 организационни членове.

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Ключът към разширяването и поддържането на такава голяма и широка коалиция е непрекъснато образование и обучение в нови практики. Румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” започна с 11 организации от областта на сексуалното и репродуктивното здравеопазване и нарасна до 71 организации, представляващи медицински асоциации, младежки организации, женски групи, организации на малцинствата, правителствени агенции и много други.

Ако разполагате с разнообразна и широка коалиция, това би позволило на вашата мрежа да покаже, че се радва на широка подкрепа и е в състояние да отговори на променящите се нужди на кампанията. С постигането на целта си румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” пое в нова посока и се изправи пред нови предизвикателства в кампанията си. Големият брой коалиционни членове убеди организациите извън коалицията, че тя има широка подкрепяща основа за кампанията си. В самата коалиция поради мащабността ѝ можеха да се прилагат различни практики. Всеки член на коалицията можеше да разчита на другите и така кампанията се развиваше чрез споделяне на знания.

КАЗУС: АСОЦИАЦИЯ СРЕЩУ СПИН В РУМЪНИЯ. ЧАСТ 2

| | |
|--------------------------|---|
| ЗАДАЧИ | Да се подобри репродуктивното и сексуалното здраве на младежите от улицата чрез застъпничество за алтернативна здравеопазваща система |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Асоциация срещу СПИН в Румъния |
| ПАРТНЬОРИ | Местни обществени здравни НПО, местни НПО, работещи по проблемите на младежите от улицата и лошо обслужваното население, Министерство на здравеопазването, UNICEF, UNAIDS, USAID, UNFPA, Световната здравна организация |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Работа в коалиция чрез кръгли маси и кампании с писма |

От 2000-2003 г. Асоциацията срещу СПИН в Румъния (АССР) предприе кампания за подобряване на репродуктивното здраве на младежите от улиците на Букурещ. От работата по обхващане на населението, което не се ползва с предимства, АССР разбра, че младите хора, които живеят на улицата, не получават подходящи здравни услуги от системата на здравеопазването. Целта на асоциацията беше да създаде препоръки, които да бъдат приети от местните власти и здравните работници.

Преди да започне кампанията, АССР проведе задълбочено проучване на сегашното състояние на здравеопазването на младежите от улицата, проследи резултатите от действията по здравеопазването на младите хора от улицата и проучи успешните изследователски планове за предоставяне на здравни услуги. Тя използва това изследване, за да състави план за действие. През 2001 г. асоциацията започна двегодишна застъпническа кампания, за да промени начина, по който здравните услуги достигат до младежите от улицата.

За да стартира кампанията, АССР трябваше да изгради коалиция. По време на оценката на нуждите АССР разшири кампанията си, за да включи в нея няколко организации, работещи за младежите от улицата. Макар че сексуалното здравеопазване и ХИВ/СПИН не са били в центъра на вниманието им, тези организации се доказваха като ценни и знаещи партньори, тъй като посрещаха основните нужди на младите хора от улицата. Тези групи станаха първите членове на коалицията. Неправителствените организации (НПО) заедно създадоха план за застъпническа дейност в подкрепа на предоставянето на услуги на младежите от улицата по места, които се различават от традиционните здравни пунктове.

КАЗУС: АСОЦИАЦИЯ СРЕЩУ СПИН В РУМЪНИЯ. ЧАСТ 2

Кампанията започна с писмо, адресирано до институциите, които предоставят здравни услуги, и до болниците. Коалицията запитва лекарите и сестрите дали се интересуват от това да предоставят услуги на младежите от улицата. След това заинтересованите медицински работници бяха прибавени към списъка на социалните работници, сестрите и младежите от улицата, които бяха определени като приятелски настроени към онеправданите групи. Непосредствената цел беше да се публикува списък на приятелските институции, за да се подобрят достъпът и качеството на здравните услуги за младежите от улицата, докато се изпълняват други по-дългосрочни задачи за подобряване на услугите.

Втората стъпка на кампанията беше да организира кръгли маси с правителствени служители с цел да се застъпи за предоставянето на услуги на младежите от улицата. Коалицията организира три кръгли маси с представители на общини, местни правителствени агенции по здравеопазването, представители на Министерството на здравеопазването и няколко финансиращи агенции, включително UNICEF, UNAIDS, USAID, Световната здравна организация и UNFPA. Коалицията представи резултатите от обширното си проучване по оценката на нуждите (вж. Казус – Асоциация срещу СПИН в Румъния. Част 1 – Оценка на нуждите) и обсъди най-добрия начин за предоставяне на медицински услуги на младежите от улицата и други онеправдани групи. Беше представен и план за предоставяне на медицински услуги на младежите от улицата чрез алтернативни методи на здравеопазване. Всички поканени, особено финансиращите агенции, се съгласиха, че този план е най-добрият начин за действие. Малко след приключването на застъпническата кампания един от шестте района на Букурещ възприе план, подобен на този на коалицията.

В последно време Министерството на здравеопазването допълнително разви стратегии за работа с рисковите групи. Планът съдържа много идеи от оригиналното предложение на коалицията. Финансиращите агенции и Министерството на здравеопазването поеха нов ангажимент за определен район на Букурещ в подкрепа на здравеопазването на младежите от улицата, който се дължи поне отчасти на усилията на коалицията.

Макар и успешна, кампанията има и своите предизвикателства. „Разширяването на коалицията е предизвикателство – според Моника Дан от АССР. – Ние все още се нуждаем от включване на хора от Министерството на здравеопазването, както и на професионалисти от сферата на общото здравеопазване.” Кампанията за добро сексуално здраве беше фокусирана върху малка част от населението, като много служители от общото здравеопазване в началото не съзнаваха важността на проблема. Последните изследвания обаче

свързаха лошото здраве на непривигирированите групи с уязвимостта на цялото население, така че нещата вече се променят.

Друго предизвикателство бе проблемите на младежите от улицата да станат обществено достояние. За да постигне това, коалицията разчиташе на сериозни изследвания и голям брой участници. Според Моника Бан в Букурещ неправителствените организации не винаги се ценят високо: „Трудно е да се направи предложение и то да бъде прието сериозно. Но когато групите се събраха, за да представят резултатите от проучванията си и новите предложения, с нас вече се съобразяваха.”

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Когато се работи по една застъпническа кампания за сексуално здравеопазване, важно е работата да се разширява и да се достигне до НПО – не само до онези, които се занимават със здравеопазване. Организациите, представляващи избирателния район и включени във вашата застъпническа кампания, могат да предоставят данни в полза на вашите проучвания и да придадат по-голямо значение на вашата кампания. За да проведе успешна кампания за подобряване на услугите по сексуално здравеопазване на онеправданите групи, асоциацията срещу СПИН в Румъния работи заедно с организациите, които представляват младежите от улицата.

4. ПАРТНЬОРСТВО МЛАДЕЖ-ВЪЗРАСТЕН

Партньорствата младеж-възрастни могат да дадат на организациите ценен поглед върху нуждите на цялата общност. При едно истинско партньорство от този тип възрастните и младите хора работят в пълно сътрудничество по проблемите на младите и/или по програми и политики, които влияят на младежта. Заедно те могат да правят оценка на нуждите, да пишат предложения за грантове (безвъзмездна помощ), да събират средства, да съставят програми, да обучават новопостъпил персонал, да правят преглед на програми, да събират данни, да преценяват ефективността на кампаниите, да подобряват неуспешните страни при някое застъпничество, да повтарят успешните усилия или програми.

Когато млади хора и възрастни споделят правомощията за вземане на решения, и двете страни трябва да се уважават и всяка страна да има доверие в преценката на другата. И двете групи допринасят много в партньорството. Понякога обаче, за да изпълнят целите на партньорството, младежите и възрастните се нуждаят от допълнително обучение и подкрепа.

От изключително значение за ефективността на партньорството е да се разбере с какво младите и възрастните допринасят за него. Властовата динамика обаче, която обикновено се корени в културните норми, може да създаде затруднения за съвместната работа – някои млади хора да мислят, че възрастните са прегубени и не ги чуват, а някои възрастни да подценяват познанията и творчеството на младите хора. Тези възрастни са свикнали да вземат решения, без да питат младите.

Създаването на партньорства младеж-възрастни не винаги е лесно, защото е в пряка зависимост от културните и институционалните норми. Но ползите са многобройни, особено когато се работи в застъпническа кампания.

ДОБРИТЕ ПАРТНЬОРСТВА ПОРАЖДАТ УСПЕШНИ ЗАСТЪПНИЧЕСКИ УСИЛИЯ

Създаването на партньорства младеж-възрастни е изключително важно за успеха на застъпническата кампания. Участието както на млади хора, така и на възрастни позволява по време на кампанията:

- да се събере точна информация при оценката на нуждите;
- да се определят целите на кампанията за посрещане на нуждите от сексуалното здраве на младите хора;
- да се включат всички сектори на общността;
- да се насочат към всеки;
- да се говори с висок и единен глас.

СИМВОЛИЧНО (ПРОФОРМА) УЧАСТИЕ

Партньорствата младеж-възрастен **не са** начин да се скрие или замъгли фактът, че застъпническата кампания се провежда **само** от възрастни. Символичното участие на млади хора не е партньорство. То може да се прояви в различни форми:

- присъствие на млади хора без ясна роля;
- на младите хора се дават само задачи, които възрастните не желаят да поемат;
- да се накарат младите хора да се явят пред медиите, без да са участвали в разработването на съобщенията, за които се очаква да говорят.

Ако видите, че това става по време на вашата кампания, поговорете и направете усилие да промените начина, по който се вземат решенията. Обяснете, че вие сте се ангажирали с успеха на кампанията, и кажете, че имате предложения за подобряването ѝ. Като дадете конкретни примери за символично участие и предложените решения, можете да спечелите уважение към вашите идеи, без да накарате възрастните да се почувстват застрашени.

ЕЛЕМЕНТИ НА ЕФЕКТИВНО ПАРТНЬОРСТВО

Не е лесно да се установи добро партньорство. Необходимо е да се цени участието на хора от различна възраст. Това изисква търпение, общуване и обучение на всеки участник. Преди да се включите в партньорството младеж-възрастен, разберете факторите, които са необходими за постигане на вашата цел. Успешните партньорства имат някои важни общи елементи:

- Установяване на ясни цели за партньорството. Младите и възрастните трябва да разберат какви ще бъдат отговорностите им за постигането на целите.
- Споделяне на властта за вземане на решения. Ако вие и вашите връстници нямате власт да вземате решения, участието ви не е партньорство.
- Накарайте най-високите етажи на организацията да се ангажират напълно с участието на млади хора в застъпническата кампания или в работата на организацията.
- Всеки възрастен и всеки млад човек трябва да влиза в партньорството с ясно разбиране за собствената си роля и отговорности. Не всички младежи биха приели да работят с възрастни и не всички възрастни биха искали да работят с младежи в рамките на партньорството.

ГЛАВА 4: ПАРТНЬОРСТВО МЛАДЕЖ-ВЪЗРАСТЕН

- Бъдете избирателни. Целите на партньорството и ролите на младите хора трябва да са ясни; това ще помогне да откриете такива младежи, които поемат ангажменти, на които може да се разчита и са ефективни в работата си. Същевременно ефективните партньорства са селективни по отношение на възрастните участници. Възрастните трябва да вярват, че участието на млади хора е предимство. Те трябва да са готови да се застъпват за младежите, когато възникнат стереотипни или негативни нагласи към тях. Така също младите участници трябва да желаят да работят с възрастни и ясно да заявяват, когато се чувстват пренебрегнати при вземането на решения.
- Предоставяйте възможности за изграждане на капацитет и обучение. Ефективните партньорства не поставят хората в условия да се провалят, като ги хвърлят в ситуации, за които не са подготвени. Възрастните може да се нуждаят от обучение за придобиване на умения за общуване, работа в екип, интервюване или работа с млади хора, както и в специфични области като образование за предпазване от ХИВ инфекции. Аналогично, младите хора може да се нуждаят от обучение за придобиване на умения за общуване, управление, умения да отстояват идеите си, интервюване и т.н., както и в специфични области като образование за предпазване от ХИВ инфекции.
- Разберете, че различните стилове на комуникация не означават неуважение, липса на интерес или различни цели и очаквания. Най-добрият начин за разрешаване на конфликти, които възникват поради различни стилове на комуникация, е да се задават въпроси. Това е важно, когато не е ясно за какво се говори или какво е било казано. Помнете общата цел – това може да помогне да се разрешат конфликтите.
- Ценете участието на всеки и това, което той може да допринесе. Ефективните партньорства съдържат високи очаквания за участващите млади и възрастни хора; те не бива да се страхуват да гържат отговорни участниците в партньорството.
- Ценете участието на възрастните хора и това, което те допринасят. Често пъти възрастните предлагат на партньорството познания, опит и достъп до ресурси. Ефективните партньорства не допускат
 - да се пренебрегват потенциални съюзници в лицето на възрастни хора;
 - убеждението, че възрастните имат негативни стереотипи за младите хора;
 - схващането, че възрастните не притежават нищо ценно, с което могат да допринесат за една застъпническа кампания, насочена към младежта.

-
- Оставете простор за растеж – следващите стъпки. Къде да се насочат след това младите хора и възрастните? Например как да продължи сътрудничеството след края на застъпническата кампания? Ефективната работа създава условия за растеж на всички. Всички партньори ще натрупат ценен опит и разбиране, които ще ги издигнат на по-високи длъжности в организацията.
 - Помнете, че вие имате други интереси и приоритети. Твърде често възрастните ентузиастично натоварват някой активен, способен да говори ясно и внушително младеж с огромен брой задължения и ангажименти. Както младите, така и възрастните хора трябва да поддържат контакт помежду си. Трябва да се обаждате на партньорите си често и да сте сигурни, че поемате само толкова работа, с колкото можете да се справяте. От младежите не трябва да се иска да пренебрегват другите важни страни на живота като семейство, приятели и образование. Младите хора, които работят с възрастни, не трябва да се страхуват да казват „Не“.

Едно от най-трудните неща за младия активист е да има време да направи всичко, което иска, и всичко, което трябва да бъде направено. Искате да се включите във всичко, но ви трябва време за училище. Знайте, че няма нищо лошо, ако трябва да пропуснете някоя среща заради часовете в училище. Но знайте още, че няма нищо лошо и в това да проверите дали срещата не може да бъде преместена вечерта или по друго време, когато можете да присъствате. Наскоро участвах в работна група, състояща се предимно от възрастни хора; обсъждахме кога да бъде следващата среща. Всички можеха да дойдат на предложената дата с изключение на мен поради училищните ми задължения. След като обясних какъв е проблемът, стигнахме до компромис – един от главните подкомитети да се събере на уречения ден и да изпрати протокола на всеки. След това цялата група да се събере през следващата седмица. По този начин проектът можеше да тръгне, а аз – да съчетая училището с работата.

Кейли, 21-годишен

ГЛАВА 4: ПАРТНЬОРСТВО МЛАДЕЖ-ВЪЗРАСТЕН

Партньорствата младеж-възрастен предлагат много на младите хора, възрастните и организациите, които участват в тях. Ефективни партньорства се постигат трудно. Ползите от тях обаче са значителни. Първата стъпка е да се разбере, че приносите както на младите хора, така и на възрастните са от значение. Като отстоявате правата си като млад човек и каузата за добро сексуално и репродуктивно здраве, поставяте началото на изграждането на ефективни партньорства младеж-възрастен.

ОБЩИ УКАЗАНИЯ ЗА РАБОТА С ВЪЗРАСТНИ

Повечето от възрастните хора имат добри намерения. Помнете, че те просто не са свикнали да работят като партньори на млади хора.

Критиката не винаги означава снизхождане или че някой възрастен не цени вашия принос. Тя може да показва, че възрастният се отнася с вас по същия начин, както към свой възрастен колега. Помнете, че възрастните хора са свикнали да критикуват работата на другия и да предлагат конструктивни идеи за подобряване на проекта. Фактът, че даден възрастен не е съгласен с някого, не означава, че той/тя не го уважава.

Възрастните може да не познават способностите на младите хора. Може да им кажете сто пъти, че младите хора са зрели, но най-добрият начин да ги накарате да разберат това е да им го покажете.

От помощ ще бъде за вас да създадете добри отношения с възрастните, които симпатизират на вашата ситуация. Възрастните съюзници често пъти най-добре помагат да достигнете до други възрастни с цел да ги убедите в нуждата от по-голямо участие на младежи, от прекратяване на символичното участие или други предизвикателства, пред които сте изправени. (Вж. *Казус – Възрастни съюзници – Молдовска асоциация за семейно планиране*)

Веднъж по време на конференция работех в група с малък брой млади хора, повечето участници бяха възрастни. Обменяхме идеите си за стратегии за участие на младежи. Един от възрастните ме помоли да представя на по-голямата група нашите идеи. След това, за да подобри моето представяне, той ми даде пред останалата част от групата „указатели“. Говореше с мен по много груб и снизходителен начин и показа липса на вяра в моите способности. Но веднага заговори друг възрастен човек и каза, че първият говорител е бил неучтив. На следващия ден първият възрастен говори по време на обобщаване на резултатите от конференцията. Той заяви, че младежта заслужава уважение, и говори за опита си от предишния ден. Бях разстроена от начина, по който той се отнесе към мен. Радвам се, че друг възрастен човек говори за ситуацията и че по-късно той осъзна грешката си.

Оливия, 19-годишна

Възрастните често пъти се чувстват отговорни за успеха или провала на работата. Поради това те трудно споделят властта. Имат нужда от уверения, че сте готов да споделите както успехите, така и неуспехите.

Възрастните са толкова несигурни, колкото и младите хора. Само че те са се научили да скриват това по-добре.

Понякога съзнателно или не, възрастните използват фрази и изрази, които гразнят младите хора и ги карат да мислят, че не ги третират като партньори. Както прави непрекъснато капещата вода, тези фрази или изрази може да ерозират една връзка. Бъдете подготвени да приканите възрастните да внимават какво говорят.

Не се страхувайте да поискате разяснения. Често пъти възрастните употребяват думи, фрази и съкращения, които вие може би не разбирате. Новопостъпилите в кампанията възрастни хора също може да не ги разбират. Езикът в сектора на неправителствените организации е пълен с термини, от които всеки новодошъл би се объркал.

Не се страхувайте да казвате „не“. Възрастните трябва да разберат, че и вие като тях имате други важни задължения – вашето образование, семейство, приятели, хобита и спортове. Като предложите компромис, например друго време за срещата или други събития, можете да помогнете.

ГЛАВА 4: ПАРТНЬОРСТВО МЛАДЕЖ-ВЪЗРАСТЕН

Помнете, че възрастните професионалисти имат опит, който може да помогне на кампанията. Ако разглеждате опита им като полезен, това ще ви помогне да изградите усещането за сътрудничество, което е неразделна част от успеха на застъпническата кампания.

Разберете, че приносът на младите хора и възрастните към партньорството младеж-възрастен е от изключителна важност за ефикасна работа. Но някои възрастни може да имат предубеждения, които не им позволяват да се ангажират в партньорство с млади хора. Динамиката на властта обикновено се корени в културните норми и тя може да затрудни младите и възрастните да се чувстват удобно в съвместната работа. Някои възрастни хора недооценяват познанията и творческата способност на младите хора и са свикнали да вземат решения, без да разполагат с входни данни.

КАЗУС: МОЛДОВСКА АСОЦИАЦИЯ ПО СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ

| | |
|--------------------------|--|
| ЗАДАЧИ | Да използва информацията за сексуално и репродуктивно здраве на младите хора чрез застъпничество и прилагане на създадена от младежи програма за младежко сексуално здраве |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Молдовска асоциация за семейно планиране |
| ПАРТНЬОРИ | Център за грижи за здравето на майките, обучители по метода „връстници от връстници“ и други млади хора. |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Възрастни съюзници, партньорства младеж-възрастен чрез срещи с политици, фокус групи и колеги професионалисти |

През пролетта на 2001 г. молдовското законодателство започна работа по един закон, с който в Молдова се изисква информация за сексуалното и репродуктивното здраве и се въвеждат образователни инициативи. Скоро след изработване на проекта за този закон Молдовската асоциация по семейно планиране (МАСП) започна застъпническа кампания за приемането и прилагането на закона. МАСП проведе кампанията заедно с Центъра за грижи за здравето на майките. Те организираха срещи със законодателите. Същевременно младите участници в кампанията организираха фокус групи за други младежи из цяла Молдова, които им позволиха да научат какво мислят техните връстници за закона и за сексуалното образование.

Законопроектът бе приет през юли 2001 г., няколко месеца след като бе постъпил в парламента. След приемането на закона МАСП, коалицията от млади хора и Центърът за грижи за здравето на майките започнаха нова кампания, с която искаха да ангажират политиците, правителствените служители и други лица да изпълнят предвидените в закона инициативи за сексуално и репродуктивно здраве. Коалицията предприе мерки да принуди влиятелните заинтересовани лица да спазят обещанията си за финансиране и изпълнение на стратегиите на закона. Кампанията беше успешна и МАСП подписа споразумение с Министерството на здравеопазването, с обучителите по метода „връстници от връстници“, включени в кампанията. Споразумението предвиждаше създаването на национална учебна програма за сексуално здравеопазване. Въз основа на него сега младите хора разработват учебен план и организират два урока месечно със свои връстници.

„Разбира се, при работата с младите хора имаше и напрежение“, казва Манана Блая от Молдовската асоциация по семейно планиране. Затова тя се среща с колеги професионалисти и се опита да ги убеди колко е важно да се

КАЗУС: МОЛДОВСКА АСОЦИАЦИЯ ПО СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ

работи с уважение към младежта, като говори за постиженията на младите хора в областта на семейното планиране. Например в края на 90-те години млади хора са разработили цяла поредица от учебни образователни програми за водене на семеен живот, предназначени за петдневен семинар по време на летен лагер. Като говори за постиженията на младите хора, Бляя убеди колегите си професионалисти, че си струва да се работи с младежите.

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Важно е да имате на ваша страна възрастни хора. Манана Бляя и нейните колеги успяха да убедят една скептична аудитория от възрастни хора, че участието на младежите и партньорствата са важни за успеха на застъпническата кампания. След като убеди колегите си, тя успя да събере млади хора и възрастни да работят заедно за кампанията.

| | |
|--------------------------|--|
| ЗАДАЧИ | Да се подобри информацията за сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора, като се извършва застъпничество и изпълнение на създадената от младежи учебна програма за сексуално здраве |
| ИЗПЪЛНИТЕЛИ | Босненска коалиция, включваща Нове Наде Бихач, Кател Баня Лука, Млади Мост Мостар и Вермонт Бърчка |
| ПАРТНЬОРИ | Младежки информационни агенции, Международен спасителен комитет, доброволци от Обединените нации, UNFPA, обучители по метода „връстници от връстници“ и младежи от всяка общност |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Младежи съюзици – партньорства младеж-възрастен чрез разпространение на информация и справки, привличане на медиите и среща с парламентаристи |

През 2003 г. Босненската коалиция започна кампания за подобряване на осведомеността за сексуалното и репродуктивното здраве сред младежите в цяла Босна. За да обхване цялата общност, кампанията разчиташе много на партньорствата младеж-възрастен. Тя включваше събирането на информация за сексуалното здраве и за образователните центрове в рамките на съществуващи младежки неправителствени организации в четири различни града. Центровете предоставиха на младите хора информация и образователни материали, както и безплатни контрацептиви, и им осигуриха достъп до младежи образователи на същата възраст. Връстниците образователи препращаха посетителите към съществуващите във всяка област сексуалноздравни центрове за млади хора.

След като информационните центрове отвориха врати, обучителите по метода „връстници от връстници“ предприеха образователна кампания с цел да информират обществото за това. За да обхванат младежите от общността, тези обучители проведоха мероприятия по местата, където присъстват младежи – панаири, дискотеки, концерти, училища и т.н. Например на местен филмов фестивал, където присъстваха много млади хора, обучителите по метода „връстници от връстници“ раздаваха тениски и други промоционални артикули за информационните центрове. Медиите съобщаваха за филмовия фестивал и интервюираха обучителите за кампанията им. Обучителите по метода „връстници от връстници“ свързаха важноста на информационните центрове с теми от филмовия фестивал. Те проведоха

БОСНЕНСКИ МЛАДЕЖКИ ИНФОРМАЦИОННИ ЦЕНТРОВЕ

собствени мероприятия и работеха с популярни музикални групи, за да ги убедят да изнесат безплатни концерти. След това учителите по този метод съобщаваха в медиите, че достъпът до концерта изисква посетителите да притежават презерватив. Раздаваха презервативи из целия град и използваха концерта, за да пропагандират сексуалните здравни информационни центрове, както и проблемите на сексуалността и безопасния секс.

Кампанията на учителите по метода „връстници от връстници“ широко използва медиите и през първата година в пресата бяха отразени 61 мероприятия. За да въздействат на медиите, учителите сключиха договори с работещи в тях младежи, които имаха възможността да представят на началниците си сюжети и информация за отразяваните мероприятия. Това се оказа успешна стратегия.

Освен тези 61 медийни мероприятия по време на кампанията, за преценка на ефективността центърът е използвал 11 индикатора. През първата година след откриването на централите броят на посетителите е нараснал с 25 %. Коалицията отбелязва постоянно нарастване на броя на младите хора, които използват медицински услуги след препащане от информационните центрове към здравните институции. Коалицията получи седем допълнителни молби от младежки клубове и организации за създаване на такива информационни центрове на тяхна територия.

В кампанията учителите по метода „връстници от връстници“ работеха с възрастни хора като с партньори, а не като надзиратели. Всяка образователна програма „връстници от връстници“ на централите включва по-голям юноша координатор, като и четирите центъра имат възрастен програмен управител и помощник на проекта. Дейностите по проекта се движат от младежи и се провеждат с използването на входни данни от възрастни хора. Учителите по този метод получават обучение на изхода и са в постоянна връзка с възрастните хора – участници в кампанията. Те участват още и в срещите с парламентаристите, за да обсъдят състоянието на младежкото сексуално и репродуктивно здраве в Босна. Един съюзник възрастен човек направи следното изказване: „В Босна нищо не работи и всичко е страшна бъркотия, но тази програма е супер.“

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Важно е да дадете власт на млади хора, на които можете да се доверите и които работят съзидателно за вашата кампания. Обучителите по метода „Връстници от връстници“, които работят в босненските младежки центрове, могат по един новаторски начин да достигнат до медиите и до други младежи. Те не само че задържаха вниманието на медиите, но и увеличиха броя на младежите, които използват сексуални и репродуктивни здравни услуги. Като работят в партньорство, младежите и възрастните хора са повишили нивото на информираността.

5. МОБИЛИЗИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО: ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО И РАБОТА С МЕДИИТЕ

ГЛАВА 5: МОБИЛИЗИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО: ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО И РАБОТА С МЕДИИТЕ

Успешната застъпническа кампания е насочена към три отделни групи, които си влияят взаимно: медиите, обществото и влиятелни личности. Медиите образуват обществото за нуждите от предложения за промени. Едно образовано общество с много по-голяма вероятност ще подкрепи целите на застъпническата кампания пред лидери на общественото мнение и нацията. Също така вероятността влиятелни хора да подкрепят инициативите за здравето на погроставащите е много по-голяма, когато те вярват, че обществото е съгласно със заетата от тях позиция.

ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО

Образованието за обществото помага на застъпническата кампания да изгради основите на подкрепата за своите цели. Ефективното образование за обществото предоставя на хората информация за репродуктивното здраве на младите хора и им показва как една предлагана политическа промяна може да направи младите хора по-здравни. То внушава още как обществото може да им помогне и показва защо те трябва да участват. Целта на образованието за обществото е да информира и мобилизира цялото общество.

Образованието за обществото е най-ефективно, когато е насочено целево към конкретни аудитории с подходящо подготвени съобщения и информация. Застъпниците могат да решат например да насочат усилията си към родителите, членове на религиозни групи, хора от определена част на града, млади или по-възрастни хора. Ето два примера.

1. Работеща за младите хора агенция се застъпва за промени в училищната политика и фокусира усилията си за образование за обществото върху родителите, защото мнението им може да повлияе върху училищните власти. Кампанията може да се насочи и към религиозните водачи и училищните власти.
2. Агенция, която се застъпва за подобряване на правителствената подкрепа за превенцията от ХИВ/СПИН, може да осведомява местни бизнесмени за негативния ефект на СПИН върху служителите им и реализираните от тях печалби и да ги насърчава да се изказват в подкрепа на програма за превантивни действия.

Включете в кампанията хора от целевите ви аудитории. По този начин ще знаете как да достигнете до тях и какво е подходящо за тях. За всяка аудитория трябва да се приготвят отделни материали. Проблемите на родителите, по-възрастните хора, бизнесмените и тийнейджърите обикновено не са едни и същи. Видът аудитория определя и стратегиите. Например усилието да се

достигне до хората от определена част на обществото може да включва организирано в местния общински център събитие.

За да достигнат до бизнесмените, застъпниците могат да пожелаят да създадат и разпространят кратко, но наситено с много факти обръщение. За да стигнете до труднодостъпни групи, като младежи от улицата или жени от селските райони, важно е да постъпите творчески и да опитате нови методи за влизане в контакт с населението. Образователните материали трябва да са кратки и лесни за четене, да обясняват необходимостта от програмата, както и да описват компонентите ѝ и очакваните от нея ефекти. Образователните материали са добра възможност да се дадат отговори на въпроси, да се обърне внимание на проблемите и да се коригира погрешна информация за програмата.

МАТЕРИАЛИТЕ ТРЯБВА ДА ВКЛЮЧВАТ:

- Статистически данни на национално, държавно и местно равнище за сексуалното здраве на юношите, което ще бъде повлияно от предлаганата програма или политика, като например честота на полово активност, липса на достъп до медицински услуги, честота на забременявания, регистрирани случаи на СПИН и болести, предавани по полов път.
- Фактическа информация за местната ситуация, която да обяснява защо е необходима предлаганата програма или политика и да описва очакваните ефекти.
- Информация за подобни програми, изпълнявани другде.
- Изследователски и други факти, които опровергават очакваната критика от опоненти.
- Подкрепящи проблема медийни изяви, като например статии във вестници или уводни статии.
- Информация за предназначението и целта на застъпническите действия със списък на членовете.

ДРУГИ ДЕЙНОСТИ ЗА ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО

Писмените материали са само едно от средствата за обръщение към дадена аудитория. Има и други възможности за предоставяне на информация на обществото.

Следните възможности могат да се използват за предоставяне на отговори

ГЛАВА 5: МОБИЛИЗИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО: ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО И РАБОТА С МЕДИИТЕ

на въпроси, справяне с проблеми и насърчаване на по-широкото участие на обществото:

- За да дадете информация относно проблема за репродуктивното здраве и да насърчите хората да подкрепят решаването му, организирайте обществено мероприятие. То може да е само здравно мероприятие или спортно или забавно събитие с тема застъпничество за сексуално здраве.
- Попискайте разрешение от други организации, които планират събития, да раздадете вашите материали за застъпническата кампания и да се срещнете с присъстващите.
- Направете представяния на местни срещи, включително на заседания на училищното настоятелство, традиционни съвети, обучителни семинари, квартални сдружения и други събирания на общността.
- Организирайте кръгла маса или конференция, като съберете членове на мрежата и общността или влиятелни хора.
- Помолете влиятелни лица да говорят по проблема с приятелите си, семейството и общността. Ако до тези влиятелни лица се стига трудно, напишете им писма и приложете материалите.
- Идете на места, където се събират хората, например на пазари, автобусни спирки, срещи на земеделски сдружения, общински центрове и публични места. Раздайте материали и просто говорете на хората за застъпническата кампания.
- Провеждайте анкети, изследвайте общественото мнение, за да прецените подкрепата на общността.
- Напишете статии за застъпническите усилия в пресата.

РАБОТА С МЕДИИТЕ

Отразяването от страна на медиите е важно за образоването на обществото, тъй като те носят информация към много по-широка аудитория.

За щастие пресата много често се интересува от сексуалността на по-младите. За нещастие обаче тя често пъти се отразява по негативен начин. Медиите отразяват общественото неудобство от нагласите на по-младите и тяхната сексуалност. Журналистите и редакторите често пъти пишат материали, които изобразяват младите хора като безразсъдни или като безпомощни жертви.

Като работите с медиите за премахване на негативните стереотипи, вашата кампания може да въздейства върху начина, по който обществото гледа на младите хора. Като предложите на обществото по-добро разбиране за младежта и обясните какво предлага вашата организация или мрежа, вие можете да получите подкрепа за младежките програми.

Успешните медийни планове обикновено следват един процес от четири етапа.

1. Определете ролята на медиите в застъпническата кампания.

Постигането на образование за обществото посредством медиите повишава обхвата на усилията ви и подкрепя целите и предмета на застъпничесството. Изградете контакти с медиите много преди те да станат необходими.

Репортерите на вестниците, радиото и телевизията вземат интервюта, с които могат да запознаят обществото с проблемите на младежта с цел подкрепа за промените в местната и националната политика. Преценете какъв вид внимание от страна на медиите ще подкрепи целите на застъпничесството и как точно да предизвикате желаното внимание на медиите. Едно коректно послание, но отправено в неподходящо време, може само да навреди на застъпническата кампания.

Например провеждането на една застъпническа кампания по време на избори може да не даде добри резултати. Обществото може да подкрепя вашите проблеми, но по време на избори вниманието на хората е фокусирано върху изборната кампания. Поради това остава малък простор за други кампании.

Някои застъпнически кампании решават изобщо да не работят с медиите. Например ако няма местен вестник, телевизия или радио, може да няма полза да търсите пресата или това да е много скъпо. Вместо това на местно равнище може да използвате други средства, за да стигнете до политиците и обществото.

Когато работите с медиите, помислете за аудиторията, до която искате да стигнете. Вестниците са популярен и икономичен метод за образование на обществото. Когато работите с журналист по даден материал или молите даден вестник да отрази някакво събитие, резултатът е безплатна реклама за организацията ви. И все пак вестниците стигат само до някои хора. Членовете на общността, които не разбират езика, на който е написан вестникът, които четат груг вестник или изобщо не четат вестник, може да не видят материала. Видът на аудиторията също подсказва коя от медиите ще бъде най-ефективна.

ГЛАВА 5: МОБИЛИЗИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО: ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО И РАБОТА С МЕДИИТЕ

2. Внимателно обмислете посланието. Медиите пораждат обществено внимание; използвайте това внимание, за да образовате обществото. Постарайте се да направите информацията интересна и убедителна.

Общността обикновено се интересува от живота на младите хора, особено от случаите, свързани със здравето им. Често пъти обаче медиите съобщават за случаи с юноши по начин, който представя младите хора като безотговорни, опасни и неуважаващи традициите. Това потвърждава мнението на някои хора за поведението на младежта като проблем и рядко помага да се предостави на младите хора по-широк достъп до информация и услуги.

За изграждане на обществена подкрепа разгледайте първо характеристиките, интересите и мненията на очакваната аудитория; след това представете проблема по начин, по който най-вероятно ще се генерира подкрепа и действия от страна на аудиторията.

Например една кампания за убеждаване на училищните власти да възприемат по-добра учебна програма за полово възпитание цели да убеди и родителите да подкрепят промяната. Често пъти родителите се тревожат, че информацията само ще насърчи младите хора да правят секс. При все това повечето от същите тези родители са много загрижени и за разпространението на ХИВ/СПИН. За да спечели подкрепата на родителите, кампанията може да поиска в медиите да се отразят случаи, фокусирани върху епидемията от ХИВ/СПИН и по какъв начин новата учебна програма ще образова младите хора за безопасен секс чрез въздържание и употреба на презервативи.

И накрая, изборът на послание не трябва да се смесва със заблуда на обществото или с фалшиви очаквания за това, което предлага програмата. Няма по-лесен начин да загубите доверието на общността от това да не казвате истината. При образованието за обществото винаги казвайте истината.

3. Определете какви дейности да организирате и от какви материали се нуждаете. Вземете решение кога, къде и как да работите с медиите, за да постигнете максимален ефект. Определете кой от организацията или мрежата ще отговаря за всеки компонент на това мероприятие.

Всяка организация или мрежа трябва да определи от какви материали и персонал има нужда за връзките си с медиите. Застъпническата кампания трябва да посочи един или няколко говорители за съгласувана работа с пресата. За да поискат отразяване в пресата, говорителите трябва да изградят контакти с нейни представители много преди началото на кампанията.

Подберете журналисти, които да дадат кратка, стегната и подкрепена с факти информация по проблемите на младежта. Създайте лични връзки, като поканите журналисти да присъстват на кратко неформално събитие с млади хора и членове на застъпническата кампания. Журналистите, които работят в кратки срокове, ценят именно контакти, които им предоставят бърза и навременна информация за конкретен материал. Ако говорителят си изгради репутация на надежден специалист, със сигурност ще бъде изслушан, когато повторно предложи някакъв материал на журналиста.

Работата в застъпническа мрежа прави по-лесно предаването на материали на медиите, тъй като всяка организация членка има издания или други материали, които могат да бъдат изпратени на журналистите. Застъпниците трябва винаги да имат някаква основна информация или подбор от факти по проблемите на младежта, които да предоставят на журналистите в малки информационни пакети.

4. Преценете кампанията за пресата. Проследяването как медиите отразяват проблемите на младите хора ви предоставя информация как да подобрите връзките си с тях. Ако очакванията ви са реалистични, това ще ви помогне да разберете и оцените опита на пресата. Една застъпническа кампания не може да контролира отразяването на медиите. Тя може само да предостави на журналистите информацията и основното послание и да се надява, че то ще бъде публикувано. Успехът се измерва с това доколко добре кампанията влияе върху крайния продукт.

Един вестникарски материал би трябвало да представя кампанията коректно, но може да представи и други гледни точки. Материалът трябва да включва най-малко една от основните повдигнати в интервюто теми и точно да цитира говорителя. Най-важното е публикацията не само да образува обществото по отношение на проблемите, но и да изостри обществената подкрепа в полза на решенията.

Изрезките от публикации в пресата, където се споменават застъпническите усилия, копията от създадените за пресата материали и информацията за контактите с нейни представители дават представа колко добре работи кампанията с медиите. За повече информация за оценка на застъпническите действия вж. Глава 9 – Мониторинг и оценка на застъпническите усилия.

ГЛАВА 5: МОБИЛИЗИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО: ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО И РАБОТА С МЕДИИТЕ

ДРУГИ УКАЗАНИЯ ЗА РАБОТА С МЕДИИТЕ

Говорител. Посочете говорителя за постоянни контакти с репортерите за интервюта, информация и последващи действия в медиите. Говорителят трябва да говори разбираемо и да е добре осведомен по въпросите на здравето на младите хора, също така трябва да е в състояние да разговаря ясно и пряко по проблема, без да използва непознати термини. Всички членове на една застъпническа кампания трябва да знаят кой е говорителят и да се обръщат към него незабавно по всякакви въпроси, свързани с пресата.

Отговор на молби за информация. Журналистите ще откажат да работят повторно с говорител, който не им предоставя желаната информация навреме. Ако отговорите бързо на журналистическите запитвания, увеличавате шансовете да ви цитират в публикацията. Някои членове на медиите обаче няма да ви подкрепят и могат да представят политически схващания, силно различаващи се от вашите. Застъпниците трябва да са наясно относно политическите убеждения и/или принадлежност на журналистите и медиите. Фокусирайте усилията си върху журналисти и медици, за които знаете, че ви подкрепят.

Когато не знаете. Ако говорителят не знае отговора на някой въпрос, той или тя трябва да си го признае. Журналистите задават какви ли не въпроси и предполагат, че отговорът на говорителя отразява позицията на цялата кампания. Говорителят има право да отклони отговора на гаден въпрос, на който се чувства неудобно да отговори. Той не бива никога да се оставя да бъде въввлечен в критика на колеги, но трябва внимателно да изразява резерви за критиката на важни събития и сериозни опоненти. Помнете, че в отпечатания материал може да се появи всяка забележка, изразена пред журналиста. Ако нещо не трябва да бъде публикувано, говорителят не трябва да го казва.

Материалът за публикация. Говорителят трябва да планира предварително какво да каже. Очаквайте трудни въпроси и се упражнявайте в отговорите, когато се подготвяте за интервюто. Фокусирайте вниманието си върху две до три точки, които да подчертаете в разговора или интервюто.

Говорителят трябва да се изразява с къси изречения, които да дават възможност на журналиста да ги използва. Репортерите обикновено перифразират дългите и тежки изречения и резултатът може да е разочароващ. За да накара журналиста да се фокусира върху резултатите от

застъпническото усилие, говорителят може да използва техниката „прехвърляне на мост (bridging)”. Например ако интервюиращият зададе неподходящ въпрос като „Дали сексуалното образование в училищата няма да насърчи безразборен секс?“, говорителят може да каже „Мисля, че истинският проблем [или въпрос] е какво ще запази здравето на нашите млади хора”.

Планирайте времето. Важно е да планирате по време контактите с медиите и мероприятията по такъв начин, че вашата кампания да не съвпада с по-големи или по-интересни новинарски събития. Например ако организирате пресконференция в деня на парламентарни избори, няма да привлечете интереса на медиите. Невъзможно е да се предскажат новините, но бъдете внимателни изявата да не съвпада с вече насрочени новинарски събития.

Информационен пакет за пресата. Важно средство за медийната кампания е информационният пакет за пресата. Той трябва да съдържа основни данни за историята на организацията или мрежата. За да осведомявате журналистите по проблемите и да ги заинтригувате за конкретния повод, използвайте фактическа информация. Дали една застъпническа кампания се нуждае от информационен пакет за пресата зависи от мащабите на кампанията. Една малка кампания може да реши да не губи време и усилия за създаване на такъв пакет и да стигне до медиите по други начини. Голяма кампания, която работи с много и различни медии, ще открие, че информационният пакет спестява време, привлича вниманието и предоставя информация и заявления, които могат да бъдат цитирани.

Пакетът може да включва:

- информация за застъпническата мрежа (ако съществува такава), включително списък на членовете, и мисията и целите на мрежата;
- информация за осъществяване на контакти на пресата с говорителя;
- основни данни (като списък с факти) за погротстващите и СПИН и инфекциите, предавани по полов път, както и други здравословни проблеми;
- информация за работещите с млади хора организации и техните програми;
- положителни отзиви в пресата за кампанията;
- информация как предлаганата програма или промените в политиката ще отговорят на нуждите на общността;
- материали, които ще помогнат на журналистите да опишат събитието, като последни данни от изследване върху сексуалното здраве на младите хора, цитати на ръководители на кампанията и копия от речи или свидетелства на други влиятелни хора.

ГЛАВА 5: МОБИЛИЗИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО: ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ОБЩЕСТВОТО И РАБОТА С МЕДИИТЕ

Работа с медиите. Застъпническата кампания трябва да създаде списък с информация за осъществяване на контакти с различните медии, които достигат до разглежданата аудитория. Такъв списък за пресата трябва да съдържа указател за вестникарските агенции, за телевизията и радиото в региона, както и крайните срокове за постъпване на новините в тях. За всеки медиен източник е важно да се знаят характеристиките на аудиторията.

Освен информационния пакет, има редица други средства за създаване на контакти с пресата и за привличане на вниманието на медиите.

Събития. Поканата, отправена към медиите да присъстват на вече планирано събитие, е икономичен начин за създаване на контакти и публичност. Откриване на нов младежки център, пиеса или скеч, изпълнявани от млади хора, или среща между местни лидери и младежка делегация са възможности за привличане интереса на медиите. Кажете предварително на участниците, че ще дойдат представители на медиите. Говорителят или човекът за контакти трябва да е налице, за да помогне на хората от пресата с фоновата информация и да ги представи на присъстващите видни личности.

Писма до редактора. Вестниците често печатат писма до редактора, в които се разглежда актуален проблем. Това е една от най-често четените рубрики на вестниците и е идеално място за отговори на критики или препоръки. Писмата трябва да са кратки и убедителни и да използват ясни факти или цитати от уважавани влиятелни хора. Някой известен член на общността може да бъде помолен да напише или да се подпише под писмо, съставено от член на застъпническата кампания.

Съобщения за пресата. Едно съобщение за пресата е описание от една до две страници (от 400 до 800 думи) на събитие, програма или дейност. Някои вестници използват предоставените им съобщения, без да ги променят. Понякога на събитието присъстват репортери и те го описват. Съобщенията за пресата трябва да включват следното: 1) един или два цитата на лидерите; 2) фактите – кой, какво, къде, кога, защо и как; 3) информация за влизане в контакт с говорителя. Главната идея на съобщението за пресата трябва да е отразена в първите два параграфа.

Телевизия и радио. Много телевизионни и радиостанции предават новини и дискусии, които отразяват текущи проблеми. Открийте новинарските директори и продуцентите на предаванията, които могат да бъдат заинтересовани да отразят проблема. Домакинът на дискусияното шоу може да се интересува да посвети една емисия на предлагания проблем.

Радиопредаванията с обаждания на слушатели по значима и актуална тема дават възможност на говорителя или лидера да говори директно пред радиоаудиторията.

КАЗУС: РУМЪНСКА НПО КОАЛИЦИЯ ЗА РЕПРОДУКТИВНО ЗДРАВЕ. ЧАСТ 2

| | |
|--------------------------|--|
| ЗАДАЧИ | Да образова младите хора, жени и мъже в селските райони относно техните права за сексуално и репродуктивно здраве и да подобри достъпа на селското население до услугите за репродуктивното и сексуалното здравеопазване |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Румънска НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” |
| ПАРТНЬОРИ | 71 организации, представляващи обществени здравни застъпници, хора от медицинската професия, членове на правителството, групи от избиратели и други |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Образование за обществото посредством каравани, здравни панаири и информационно-образователни материали. |

В края на 90-те години беше създадена румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” от 11 сексуалноздравни и медицински организации. Нейната мисия е да образова обществото за правото на сексуално здраве и за необходимостта медицинските услуги за сексуално здраве да станат възможни и достъпни за младите хора, за жените и мъжете от селските райони.

Образованието за обществото е съставна част от кампанията за подобряване на селското сексуално здравеопазване. По време на застъпническата кампания за предоставяне на по-добро обслужване румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” започна да образова млади хора, жени и мъже от селските райони относно тяхното право на сексуално здраве.

За тази цел коалицията пушна серия каравани (вж. *Речник на термините* В края на изданието), като покани и професионалисти да пътуват с тях. Пътуващата група от професионалисти има за задача да образова обществото. Тя включва лекари, работещи в сферата на сексуалното здравеопазване, високоставени правителствени служители, местни градски служители, администратори по общественото здравеопазване, видни личности от общността и в някои случаи духовници. Караваната обикаля редица селски общини и се среща с хората от тези райони. Тъй като посещенията бяха на твърде високо равнище, събиранията ставаха в градската зала, в културен център или на друго място, което побира много хора. Професионалистите говореха пред аудиторията за важността на сексуалното здравеопазване и семейното планиране, отговаряха на въпроси и разделяха аудиторията на групи за провеждане на индивидуални консултации. Много членове на общността бяха пренасочени към съответния местен лекар с обща практика.

Освен караваните коалицията организира в някои общини здравни панаири. Там всеки организатор, който има какво да предложи на членовете на общността във връзка със сексуалното здраве, разполагаше с павилион. Раздаваха се обучителни материали, членовете на общността имаха възможност да посетят павилионите и да научат какво им се предлага в района. За провеждането на панаира коалицията беше подпомогната от фирми.

По поръчка на коалицията бяха произведени торбички с информационно-образователни материали, списък на фирмите доставчици, снимки и описания на презервативи. Торбичките се раздаваха при посещение на каравана или на панаирите. Те съдържаха логото на кампанията, така че членовете на общността можеха да се запознаят поотделно с всичките 71 участници в коалицията, които са част от тази кампания. За да достигнат до по-широка аудитория, материалите бяха преведени на езика на ромите.

Макар и да нямаше формално образование във всички посетени райони, ефектът от посещението на каравана бе измерен в един от районите. В този район нарасна броят на хората, които посещаваха личния си лекар и клиниката за семейно планиране. Нарасна и броят на младите хора, които искаха да получат сексуално образование в училищата.

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Информираното общество е съществен съюзник на вашата кампания. Румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве“ осъзна, че населението в селските райони не получава услугите, от които се нуждае. Тя се ангажира да информира хората от тези райони за правата им чрез няколко посещения на каравани. Беше наблюдавано не само увеличение на броя на хората, които идваха за услугите, но и немалко хора от аудиторията се присъединиха към кампанията.

Когато се опитвате да уловите вниманието на някаква трудна за контакт общност, постъпете творчески. Румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве“ реши да предостави информация и доведе медицински работници в селските общини, вместо да чака селското население само да дойде до обслужващите места. Чрез каравани и здравни панаири коалицията увеличи броя на хората, които търсят услуги и искат по-добри грижи.

6. ИЗКУСТВОТО ДА УБЕЖДАВАШ: СПЕЧЕЛВАНЕ НА ПОДКРЕПАТА НА ВЛИЯТЕЛНИ ХОРА И ПОЛИТИЦИ

ГЛАВА 6: ИЗКУСТВОТО ДА УБЕЖДАВАШ: СПЕЧЕЛВАНЕ НА ПОДКРЕПАТА НА ВЛИЯТЕЛНИ ХОРА И ПОЛИТИЦИ

Винаги когато се споделят мнения, има застъпничество. Най-успешните застъпнически кампании определят кои политици или влиятелни хора трябва да бъдат убедени да подкрепят проблема и предлагат какво точно те трябва да направят, за да покажат подкрепата си.

Много от основните стратегии за осъществяване на контакти и убеждаване на влиятелни хора са еднакви, независимо дали те са на общинско, регионално или национално равнище. Използвайте дадената тук информация, за да си помогнете при планирането на най-ефективната стратегия за вашите застъпнически усилия.

ОБЩИ УКАЗАНИЯ ЗА ЗАСТЪПНИЧЕСТВО

Насочете усилията си. Преценете съгласието и подкрепата на кои влиятелни хора са необходими, за да може застъпническата ви кампания да постигне целите си. Вземете решение с кого да осъществите контакт и в каква последователност. Започнете с хората, които ви подкрепят силно, и след това преминете към онези, които ви подкрепят до известна степен или са нерешителни в позицията си. Подберете внимателно онези влиятелни хора, с които ще осъществите контакт в самото начало на кампанията. Например един лидер на общинско равнище може да иска да бъде осведомен какво се планира в общността и няма да ви подкрепи, ако се чувства пренебрегнат.

Бъдете мили и учтиви. Винаги започвайте с благодарност към влиятелния човек за отделеното време. Влиятелните хора, които подкрепят програмите за репродуктивното здраве на позрастващите, може да заемат оспорима и трудна позиция в общността. Искрените благодарности ще бъдат оценени високо.

Дръжте се професионално. Бъдете професионалист както в облеклото, така и в държанието си. Избягвайте да критикувате други лидери, публични личности или организации.

Запазете концентрация. Говорете само по един въпрос по време на посещенията или в писмото, което изпращате. Често пъти застъпниците чувстват, че трябва да споделят колкото е възможно повече информация с лидера, но твърде много информация замъглява посланието и отнема от силата на аргументите ви, особено ако времето на лидера е ограничено.

Бъдете подготвен. За да се подготвите, опитайте се да определите каква ще бъде позицията на влиятелния човек по конкретния проблем. Позицията му може да се отгатне от коментарите, които той или тя са правили в миналото

по проблема, от събитията, на които лидерът е присъствал, от неговата/нейната политическа принадлежност и минали политически решения. При таква изследване работата в мрежа помага, тъй като поне една организация вероятно е имала контакти с лидера. Информирайте се за личните му/и връзки с млади хора: дали е родител, чичо, леля, или дядо или баба? Планирайте подход за убеждаване, който се основава на информация за привържениците на лидера, възгледите и интересите му. Различните хора може да бъдат убедени с различни аргументи. За да си помогнете при подготовката, предварително разиграйте варианти какво да кажете на срещата и как да отговорите на възможните коментари.

Осъществете лична връзка. Осведомете лидера за общите ви приятели, роднини и колеги. Освен това, ако се срещате с депутат и живеете в неговия изборителен район, споменете това пред него. Личната връзка може да промени резултата от посещението ви. По-вероятно е лидерите да си спомнят и да мислят благоприятно за едно посещение, в което е имало го известна степен някаква лична връзка.

Бъдете източник на информация. Някои влиятелни хора са натоварени с толкова много неща, че не могат да останат концентрирани върху един проблем за дълго време. Те не са информирани така, както биха искали, затова се опитайте да попълните тази информационна празнота. Насърчавайте ги да задават въпроси по проблема. Никога не правете и намек, че лидерът не е интелигентен или не знае. Вместо това му помагайте и го информирайте.

Говорете истината. Няма по-бърз начин за изгубване на доверието от това да подадете невярна или заблуждаваща информация на лидера.

Узнайте кой друг подкрепя важността на проблема. Влиятелните хора обичат да знаят кои други лидери и организации подкрепят позицията ви. Представянето на тази информация илюстрира подкрепата, с която вече разполагате, и може да даде на влиятелния човек допълнителни аргументи да подкрепи позицията ви. Когато е възможно, при посещенията си при лидери водете и членове на общността.

Узнайте кой не е съгласен с повдигането на проблема. Влиятелният човек може да е изправен пред трудно решение, ако друга влиятелна институция или лице се противопоставят на повдигането на проблема. Определете кой може да е опонент и каква е неговата позиция. Дискутирайте с влиятелния човек потенциалните аргументи на опонентите и защо той не трябва да подкрепя тяхната позиция. Когато има опозиция, способността ви да предвидите критиката и да защитите проблема си решават успеха.

ГЛАВА 6: ИЗКУСТВОТО ДА УБЕЖДАВАШ: СПЕЧЕЛВАНЕ НА ПОДКРЕПАТА НА ВЛИЯТЕЛНИ ХОРА И ПОЛИТИЦИ

Признайте необходимостта от допълнителна информация. Ако някое влиятелно лице иска информация, с която не разполагате, или попита за нещо, което не ви е известно, признайте си, че не знаете. Тогава предложете да потърсите информацията, която той или тя искат, и направете това колкото е възможно по-скоро след срещата.

Отправете конкретна молба. Идете на срещата с яснота точно какво ще искате лидерът да направи като подкрепа. Например застъпниците могат да поискат лидерът да се подпише под някакво писмо, да промени определена училищна политика, да отговори на въпрос, да направи публично одобрение или да гласува за увеличаване на средствата за младежките програми. Поискайте направо и се опитайте да получите директен отговор.

Следващите стъпки. Установете дали влиятелният човек е изпълнил обещаното. Изпратете благодарствено писмо след разговора и изразете повторно позицията си. Благодарете на лидера за действията му като подкрепа. Любезно поискайте обяснение, ако той или тя са пропуснали да изпълнят обещанието си.

Не си създавайте врагове. Лесно е да се увлечете в емоцията по проблеми, за които се вълнувате силно. За да може да работите повторно с лидера, постарайте се връзката ви с него да остане позитивна. Не спорете разгорещено и никога не заплашвайте един лидер. Дори ако той или тя се противопоставят в този случай, може да ви окажат силна подкрепа по друг проблем!

КОМУНИКАЦИЯ С ВЛИЯТЕЛНИ ЛИЦА

Указания за писане на писма

Посочете на влиятелното лице кой е авторът на писмото, организацията, конкретната задача и как сте се насочили към него. Ако е възможно, използвайте бланки на организацията. Когато пишете от името на застъпническа мрежа, споменете организационни членки в заглавието на бланката или в текста на писмото. В един ред напишете посланието си или заявлението на целта, което дава на лидера по-добро разбиране на вашата кампания и обяснява защо тя е важна. Ако пишете от името на мрежа, включете пълна информация за осъществяване на контакти с едно или две лица, на които влиятелното лице може да отговори.

Посочете конкретен проблем. Писмото ще има по-добър резултат, ако е насочено към конкретен проблем.

Бъдете кратък и ясен. Най-силно въздействие има писмо от една страница. Изложете главния си аргумент в първия параграф. Всяко писмо трябва да описва само един проблем. Като фонова информация включете изложение на фактите, изрезки от вестници или кратка публикация, която разглежда проблема в по-голяма дълбочина. Изразете уважение и ясно посочете какво действие е желано от страна на влиятелното лице.

Изразявайте личното си отношение. По-вероятно е влиятелните лица да обърнат внимание и да запомнят писма, които съдържат събития от реалния живот. Обяснете защо проблемът е важен и по какъв начин решението на лидера ще повлияе на хората. Опишете минало събитие, което илюстрира вашия аргумент.

Убедете се, че влиятелното лице е получило писмото. Проверете дали адресът е верен. Ако е наблизо, занесете писмото лично.

Следващи стъпки. Ако влиятелното лице има телефон, с кратко обаждане се уверете, че той или тя са получили писмото. Ако избраният лидер направи това, за което е помолен, пишете му отново, за да благодарите.

Указания за лични срещи

Уредете си среща. Обадете се на влиятелното лице или изпратете ваш представител, за да си уредите среща. Насрочвайте срещите по-отрано, подгответе се за тях, потвърдете срещата и поканете и други колеги. Запишете си кой е присъствал, каква информация е била споделена и какви действия са били обещани.

ГЛАВА 6: ИЗКУСТВОТО ДА УБЕЖДАВАШ: СПЕЧЕЛВАНЕ НА ПОДКРЕПАТА НА ВЛИЯТЕЛНИ ХОРА И ПОЛИТИЦИ

Бъдете гъвкав. Очаквайте отказ и отмяна на срещата. Бъдете готов да се съобразите с натоварения график на влиятелното лице. Ако той/тя иска да пренасрочи срещата, незабавно определете нова.

Бъдете точен. Не закъснявайте, тъй като това дава лош тон на срещата още преди да е започнала.

Бъдете подготвен. Извлечете максималното от срещата. Планирайте представянето предварително и разпределете ролите между членовете на групата, като включите протоколчик. Планирайте петминутно представяне (най-много до 10 минути) и се придържайте към въпроса. Представете членовете на групата, но оставете само един от тях да говори много. Повдигнете важните въпроси в стегнат стил и съобщете на влиятелното лице с уважение, но ясно, какво се очаква от него/нея да направи.

Оставете следа. Подгответе информационен пакет, който да оставите на влиятелното лице. Той трябва да включва кратко (една или две страници) резюме за групата, проблема, желаните действия, фонова информация и други материали или листовки, които може да са полезни на лидера. Избягвайте да претоварвате пакета с твърде много информация. Откажете се от дългите публикации, подробните доклади или изследвания и свързани с тях материали, освен ако влиятелното лице не прояви интерес да види и такава информация.

КАЗУС: ЛАТВИЙСКА АСОЦИАЦИЯ ЗА СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ

| | |
|--------------------------|--|
| ЗАДАЧИ | Да се подобри сексуалното и репродуктивното здраве на младежта чрез застъпничество за създаване на младежки здравни центрове |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Латвийска асоциация за семейно планиране |
| ПАРТНЬОРИ | „Застрашено здраве”, Световна здравна организация, обучители „Връстници от връстници” и няколко други партньори |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Образование и включване на заинтересовани лица; намиране на подкрепа на влиятелни лица чрез кръгли маси; намиране на важни съюзници и предоставяне на информация |

През август 2002 г. Латвийската асоциация по семейно планиране (ЛАСП) започна застъпническа кампания за създаването на услуги, които са съобразени с нуждите на младите хора и се приемат добре от тях. Целта на кампанията бе да се изгради политическа воля сред политиците и законодателите за създаване на центрове за услуги в цялата страна, съобразени с потребностите на младите хора. Неразделна и много важна част за успеха на кампанията бяха обучението и подкрепата от страна на влиятелни лица.

Кампанията започна с анкета сред младите хора с въпроси за вида на услугите, от които се нуждаят и използват. ЛАСП разработи анкетата въпросник, предназначена за младите хора, и обучи младите си членове, доброволци и учители в младежка възраст, как на практика да проведат социологическото проучване в реални условия. Резултатите от изследването ни дадоха ясна представа за видовете услуги, от които се нуждаят младите хора на територията на Латвия.

След като бе съставен план за видовете услуги, съобразени с потребностите на младите хора, ЛАСП организира поредица от кръгли маси с политически лидери, на които се обсъждаха начините за финансиране на централите за услуги за младите хора. Илзе Мелгаве от Латвийската асоциация за семейно планиране каза: „Най-напред се обърнахме към хората, отговорни за политическите решения, които работят в институциите, свързани със здравеопазването и образованието, като министерства, общински комисии [и] съветници на министрите.” След тези първоначално набелязани контакти кампанията продължи със срещи с политици и законодатели, с които първите ни събеседници или вече работеха, или ни ги препоръчаха като партньори по

КАЗУС: ЛАТВИЙСКА АСОЦИАЦИЯ ЗА СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ

проекта. Младите хора, които работеха като говорители на кампанията, присъстваха на тези срещи и обясняваха на политиците какво е значението на услугите в областта на сексуалното и репродуктивното здраве, които са специално предназначени за населението в млада възраст.

Целта на *провежданите кръгли маси* бе да се обясни на лидерите колко е важно да се изградят центрове за услуги, специално предназначени за младите хора и съобразени с техните нужди. При „обучението“ на политиците и законодателите представителите на кампанията използваха научноизследователски материали, в които се подчертаваше нуждата от такива центрове. Бяха включени и илюстративни материали за услуги, съобразени с нуждите на младите хора, които се предлагат в други страни от региона, както и материали със сравнения на състоянието на сексуалното здраве на младите хора в региона. Задачата ни бе да предизвикаме заинтересованост, ангажираност и обещание от страна на лидерите на страната за финансова подкрепа при изграждането на първия такъв център. ЛАСП изрично помоли Министерството на здравеопазването да окаже подкрепа, като поиска финансиране от други ведомства на латвийското правителство. Основното, което кампанията се стремеше да получи, е услугите да се включат в бюджета на здравеопазването и да се предлагат на младите хора безплатно.

След като получихме подкрепата на политиците, помолихме да ни определят подходящо място за изграждане на първия здравен център за млади хора.

В хода на кампанията Латвийската асоциация по семейно планиране работеше в тясно сътрудничество с няколко организации, между които „Застрашено здраве“ и Световната здравна организация. Неразделна част от това партньорско сътрудничество беше една коалиция от девет младежки образователни организации, които представляваха местните общности от цялата страна. Коалицията предостави не само сериозна подкрепа при първоначалната оценка на нуждите и при организирането на кръглите маси, но осигуряваше непрекъсната обратна връзка с младежките общности в страната, с младите хора и възрастните, които пряко бяха ангажирани с кампанията.

Накрая, след като беше създадена политическа воля, ЛАСП проведе образователна кампания за въвеждането на услуги, съобразени с потребностите на младите хора, чиято целева група бяха професионалистите, работещи в областта на общественото здравеопазване. И в тази кампания бяха ангажирани млади хора, които помагаша при изработването на проекти за образователни материали, като например брошурата, озаглавена „Какво представляват услугите, съобразени с потребностите на младите хора?“.

Въпреки че ЛАСП признава колко е трудно да се измери резултатността на тези материали и кампании, целта да се постигне политическа воля беше осъществена и асоциацията вече има нова цел: в края на 2003 г. да бъде изграден първият център за услуги, ориентиран към нуждите на младите хора. В крайна сметка неразделна и много съществена част от успеха на кампанията се оказа фактът, че получихме съпричастност и подкрепа от важни заинтересовани лица от цялата страна.

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Работата „отвътре навън” означава да се започне със заинтересованите лица и с влиятелни хора, които могат да станат съюзници на вашата кауза. За да получи подкрепата им, ЛАСП работи с политиците и правителствените служители, с които е работила в миналото. С подкрепата на тези ключови съюзници тя беше в състояние да включи в обхвата си други заинтересовани лица и в крайна сметка да постигне целта си за намиране на политическа воля и финансови средства за младежки здравен център.

КАЗУС: РУМЪНСКА НПО „КОАЛИЦИЯ ЗА РЕПРОДУКТИВНО ЗДРАВЕ”. ЧАСТ 3

| | |
|--------------------------|--|
| ЗАДАЧИ | Да информира млади хора, жени и мъже от селските райони за правото им на сексуално и репродуктивно здраве и да подобри достъпа на селското население до репродуктивното и сексуалното здравеопазване |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Румънска НПО „Коалиция за репродуктивно здраве” |
| ПАРТНЬОРИ | 71 организации застъпници за обществено здравеопазване, хора с медицинска професия, представители на правителството, хора от избирателните райони и др. |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Образование и включване на заинтересовани лица и получаване на подкрепа на влиятелни хора чрез включването им в дейности на общественото здравеопазване |

В края на 90-те години от 11 организации по сексуално и медицинско здравеопазване беше основана румънската неправителствена организация „Коалиция за репродуктивно здраве”. Нейната мисия е да информира обществото за правата му на сексуално здраве и за важноста медицинските услуги за сексуално здраве да са достъпни за младите хора, за жените и мъжете от селските райони.

Много от успехите на кампанията на коалицията са постигнати с помощта на правителствени служители. Още в началото стана ясно, че има нужда от подкрепата на служители, които не са запознати с проблемите на сексуалното здраве на селското население. За да образова това население, коалицията организира кампания с писане на писма с цел да изясни състоянието на сексуалното здравеопазване и семейното планиране в селските общини. В писмата беше включена покана за участие в караваните или здравните панаири, организирани за селските общини (виж Казус – Румънска НПО „Коалиция за репродуктивно здраве”. Част 2 – Образование за обществото).

„За първи път някои ги кани да пътуват из селските райони” – спомня си Даниела Драгичи от румънската коалиция. Обществените служители пътуваха като част от групата на експертите и по време на визитите си проучваха сексуалното здравеопазване и семейното планиране. При едно пътуване в каравана бяха служител на Министерството на здравеопазването, един лекар и първата дама на Румъния. Те говориха за важноста на семейното планиране. При всяко пътуване с каравана различните служители установяваха първо

тежкото състояние на сексуалното здравеопазване и семейното планиране в селските райони.

Често пъти присъствието на високопоставен служител караше местните власти да предприемат действия за подобряване на сексуалното здравеопазване. В един от районите, посетен от първата дама, беше отбелязано, че местният здравен център е закрит. Нейното пристигане обаче в здравна каравана принуди местните служители да присъстват и с нейната подкрепа коалицията се застъпи успешно центърът да бъде отново отворен.

Коалицията използва присъствието на високопоставени служители и като възможност да благодари на местните власти за работата им и да ги насърчи да положат повече усилия. По време на престоя на каравана в няколко района присъстваха местните кметове. В два случая представители на коалицията публично благодариха на кмета за неговата подкрепа, предадоха му торбичка с презервативи и го предизвикаха да организира мъжки сексуален здравен клуб. Тъй като в много от районите имаше силни местни коалиции (виж Казус – Румънска НПО „Коалиция за репродуктивно здраве“. Част 1 – Коалиции), те успяха да накарат кметовете да утържат на обещанието си.

Караваните също спечелиха вниманието на медиите поради присъствието на официалните лица и поради новостта на мероприятиято. Вниманието на медиите доведе до увеличена осведоменост за нуждата от подобряване на сексуалното здравеопазване в селските общини.

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Когато се опитвате да получите подкрепата на заинтересованите лица, изберете оригинален подход. Точно така румънската НПО „Коалиция за репродуктивно здраве“ получи подкрепата на важни обществени фигури. С участието си в каравани тези служебни лица могат да общуват с гражданите и да видят условията в части от страната, където никога не са ходили. Участието им привлече вниманието на медиите към коалицията и доведе до приемането на политики и програми, които са неразделна част от сексуалното здравеопазване на селското население.

7. ЧЕСТО ЗАДАВАНИ ВЪПРОСИ НА ЗАСТЪПНИЦИТЕ: ДА ГОВОРИМ ЗА РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ НА ПОДРАСТВАЩИТЕ

ГЛАВА 7: ЧЕСТО ЗАДАВАНИ ВЪПРОСИ КЪМ ЗАСТЪПНИЦИТЕ: ДА ГОВОРИМ ЗА РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ НА ПОДРАСТВАЩИТЕ

По-году са разгледани често задавани въпроси, които скептиците може да повдигнат по време на една кампания за сексуалното и репродуктивното здраве на подрастващите. Макар че въпросите могат да се разглеждат и като критика, в действителност те дават възможност да бъдат осведомявани лидерите и обществото. Като отговарят точно и честно на въпросите, застъпниците ще покажат, че са професионалисти и се отнасят сериозно към проблемите. Преди да започнат своята кампания, те трябва да предвидят въпросите и критиката и да планират отговорите си. Например някои от тях могат да се отнасят за вашия специален район или кампания, но други може да не ви засягат. След като прочетете това, опитайте се да измислите допълнителни въпроси за вашата кампания и как бихте отговорили на тях.

Дали членовете на семейството и по-възрастните носят отговорността за сексуалното образование на децата?

Често пъти младите хора искат да говорят с родителите си за репродуктивното си здраве, а комуникацията между родители и деца е много важна. За съжаление много възрастни не знаят какво да кажат или как или кога да го кажат и се чувстват неудобно да говорят на младите хора за половия живот. Тъй като обществата се променят, все по-малък брой семейства имат възможност да си комуникират за сексуално образование. Мълчанието в семейството може да остави у младия човек впечатлението, че половият живот е лошо нещо и не следва да се дискутира. Като нямат друг ясен източник на информация и ценности, често пъти младите хора очакват информация от популярните медии и връстниците си.

Сексуалното образование създава много възможности за диалог между млади и възрастни хора и помага да се отхвърлят митовете за сексуалността, които младите хора често пъти чуват от медиите или своите връстници. Допълването на даденото от семейството възпитание също така може да помогне на възрастните да превъзмогнат трудностите, пред които са изправени, когато единствено те информират и напътстват.

Дали образованието за репродуктивно здраве не насърчава секса и не води ли до безразборен полов живот?

Не. Предоставянето на информация за сексуалността не кара младите хора да експериментират със секса. Всъщност точната информация преди започването на полов живот помага на тийнейджърите да се въздържат от

него. Сексуалното образование на младите хора с активен полов живот е средство за защита от ХИВ/СПИН и други инфекциозни болести, предавани по полов път, тъй като ги насърчава да използват презервативи.

Резултатите от проведеното по целия свят от Световната здравна организация неотдавнашно изследване на програмите за образование за репродуктивно здраве показват, че участниците не проявявали повече склонност към ранна полова активност и нараснала сексуална активност в сравнение с връстниците си. Изследванията показват категорично, че тийнейджърите, които получават сексуално образование, проявяват повече склонност да съобщят, че използват презервативи при първото сношение, отколкото младите хора, които не са получили такова образование.

Защо да не се учат само на въздържание?

Образованието за репродуктивно здраве започва с темата за въздържанието – единственият напълно сигурен начин младите хора да се защитят от бременност, от болести, предавани по полов път, и от ХИВ/СПИН. За да практикуват въздържание успешно, младите хора се нуждаят от умения, включително от уменията да вземат решения, да влизат в комуникация, да преговарят и да отказват. Ако им се препоръчва като единствен избор въздържанието, те не получават информация и умения, които ще им помогнат да се предпазят, когато станат полови активни. Без пълната информация младите хора в по-малка степен могат да вземат отговорни решения.

Как ги учите едновременно на въздържание и контрацепция?

Воздържанието и контрацепцията са двата най-добри начина за младите хора да се предпазват и да останат здрави. Когато са информирани и за двата метода, с това се признават предизвикателствата на растежа им в днешния сложен свят и им се помага да реагират отговорно в настоящето и в бъдеще. Изследванията показват, че програмите, които насочват едновременно към въздържание и употреба на контрацептивни средства, имат по-добър ефект върху младите хора и по-успешно насърчават здравословното им поведение, отколкото програмите, които учат само на въздържание.

ГЛАВА 7: ЧЕСТО ЗАДАВАНИ ВЪПРОСИ КЪМ ЗАСТЪПНИЦИТЕ: ДА ГОВОРИМ ЗА РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ НА ПОДРАСТАВАЩИТЕ

Какви са ефектите от образованието за репродуктивно здраве?

Първо, програмите за репродуктивно здраве могат да помогнат на тийнейджърите да се въздържат, като им предоставят точна информация за собствените им тела, повишават осведомеността им за предаваните по полов път болести и им помагат да изградят умения за съпротивление на натиск от страна на връстници. Второ, при младите хора, които вече са имали полови сношения, информацията и достъпът до контрацептивни средства им помагат да се предпазят от ХИВ и други предавани по полов път болести, както и от нежелана бременност. Изследванията показват, че информацията за сексуалното им здраве и/или услугите за запазване на репродуктивното им здраве не увеличават вероятността младите хора да имат полови контакти.

Какво ще си помисли общността за мен, ако подкрепя предлагането на информация и услуги за репродуктивното здраве на младите хора?

Когато в общностите за първи път се разискват открито проблемите на младите хора, понякога се получава много по-силна подкрепа за програмите за репродуктивно здраве, отколкото бихме си представили. Навсякъде хората искат младите да растат здрави. Възрастните се чудят какво да направят, за да спрат разпространението на ХИВ/СПИН, и често пъти са готови да дискутират потенциалните решения, стига гласовете им да се чуят.

Противопоставянето на образованието за репродуктивно здраве до голяма степен се дължи на страха, че обсъждането на сексуалността ще насърчи безразборния секс сред младите хора. Изследванията показват, че това не е вярно; необходими са обаче време и усилие, за да се подтикне обществото да преразгледа своите дълбоко вкоренени вярвания и ценности. Образованието за обществото относно положителните ефекти от образование за репродуктивното здраве може да помогне да се успокоят страховете и да се изгради обществена подкрепа за програмите за репродуктивно здравно образование на юношите.

Каква е ползата от репродуктивно здравно образование за един безработен или бездомен младеж?

Образованието за репродуктивно здраве е много важно за безработните и бездомните млади хора. Има силна зависимост между икономическото благосъстояние на младежите и тяхното репродуктивно здраве. Младите хора извън училищата и тези от улицата са изложени на по-голям риск на нежелана бременност и предавани по полов път инфекции, защото често пъти нямат достъп до информация и услуги и са по-податливи на сексуална експлоатация.

Програмите по метода „Връстници обучават връстници“ в училищата не нарушават ли учебния ден?

Програмите по метода „Връстници обучават връстници“ не би трябвало да нарушават образователния процес. Като запазват учениците здрави, тези програми по-скоро предпазват от бременност и насърчават здравословно поведение, като помагат учениците да не напускат училище. Програмите за младите хора допринасят, а не пречат на образованието им.

Младежките програми не „налагат“ ли контрацептивни средства на младите хора?

Информацията и услугите за младите хора им помагат да останат здрави, но не ги насърчават да правят секс. Добрите образователни програми никога не напращат контрацептивни средства на младите хора; по-скоро ги възпитават как да се пазят от предаваните по полов път инфекции и от бременност. Подрастващите имат нужда от кураж и умения, за да реагират отговорно в ситуации, когато трябва да направят труден избор. А настояването младите хора да използват контрацептивни средства не ги подготвя за процеса на вземане на отговорни решения.

Защо трябва да въведем в училищата образование за репродуктивно здраве?

Целта на образованието за запазване на репродуктивното здраве е да се насърчават младите хора да останат здрави. Доброто сексуално образование се фокусира върху фактическата информация и развиването на умения за поставяне на цели, разговори за това дали да се влиза в полови отношения, разговори за въздържание или употреба на контрацептивни средства и

ГЛАВА 7: ЧЕСТО ЗАДАВАНИ ВЪПРОСИ КЪМ ЗАСТЪПНИЦИТЕ: ДА ГОВОРИМ ЗА РЕПРОДУКТИВНОТО ЗДРАВЕ НА ПОДРАСТВАЩИТЕ

съпротивление на натиск от връстници. В много училища репродуктивното здравно образование се фокусира само върху анатомията, физиологията или популацията и пренебрегва важната роля на семейния живот, връзките или комуникациите за сексуалното образование.

Училищните програми могат да изиграят важна роля при образованието на младите хора за полов живот и вземане на решения. Образованието за репродуктивно здраве помага на младите хора преди началото на половия им живот, като увеличава мотивацията им да забавят първите полови отношения и да използват контрацептивни средства системно.

Сигурни ли са презервативите? Като казваме на тийнейджърите да използват презервативи, няма ли да им създадем фалшива представа за сигурност?

Когато се използват системно и правилно, латексните презервативи са изключително ефективни. Повечето от случаите на неуспешна употреба на презервативи са не защото са се скъсали или прокапали, а защото са използвани неправилно. Допълнителната информация за презервативите и как да бъдат използвани увеличава шанса контрацептивните средства да се използват правилно и последователно. Точната информация ще помогне на тийнейджърите да вземат отговорни решения дали да влязат в полови отношения и за най-подходящия начин да избегнат предаваните по полов път инфекции и нежеланата бременност.

8. ОТГОВОРИ НА ОПОНЕНТИ И КРИТИЦИ: КАК ДА СЕ СПРАВИМ С НЕСЪГЛАСИЕТО

ГЛАВА 8: ОТГОВОРИ НА ОПОНЕНТИ И КРИТИЦИ: КАК ДА СЕ СПРАВИМ С НЕСЪГЛАСИЕТО

Всяка програма си има своите критици. Застъпниците на програмите за репродуктивно здраве на юношите трябва да са подготвени да се справят с възраженията на хората, които не споделят възгледите им. Това може да не е лесно, но то дава възможност да се възпитава обществото и да се комуникира с него. Някои критици не биха стигнали до конфронтация в схващанията си; важно е обаче да се предвиди какво могат да кажат те и да им се отговори точно. Отворената дискусия позволява да бъде чут всеки и да бъдат разгледани различни идеи. Отворената комуникация може да доведе до компромис, който да е приемлив за всички страни.

Тъй като почти цялото застъпничество зависи от убеждаването на хора да подкрепят една кауза, застъпниците трябва да могат да аргументират своята позиция добре. Много хора, които подкрепят програмите за насърчаване на младежите да вземат безопасни и отговорни решения за секса, няма да признаят това публично, освен ако не решат, че е важно да изразят своята подкрепа. Ако получат информация и отговори на въпросите си и ако бъдат поканени да участват в дискусия, някои опоненти на програмите за репродуктивно здраве могат да станат техни поддръжници. Най-добрите възможности за изграждане на подкрепа в една общност са предоставяне на информация, изслушване на другия, отговаряне на зададените въпроси и откликване на проблемите.

ИЗТОЧНИЦИ НА ОПОЗИЦИЯ

Важно е да се узнае кой се противопоставя на разглежданата програма или предложение и какви аргументи и стратегии ще използват тези критици. Възражения може да възникнат от много източници.

Някои хора възразяват, защото се чувстват изключени от процеса. Застъпниците трябва да положат всички усилия да включат представители от всички сфери на общността още от най-ранните дискусии за желаната политика. Особено важно е да не се пренебрегват общинарите, религиозните водачи или родителите. Усилията за спечелване на подкрепа от тези важни хора осигуряват участието на общността в кампанията.

Други може да се противопоставят на дадена политика, защото не знаят дали тя е необходима, какво се предлага или как ще се реализира планът. Обърнете внимание на техните грижи, дайте им повече информация и се постарайте да включите предложенията им в плана – това може да ги превърне от критици в поддръжници.

Някои хора се противопоставят на програмите за репродуктивно здраве, защото смятат, че тези програми подкопават културните им ценности. Те може би виждат в тези програми опит за външно влияние. Отделете време, за да изслушате въпросите и да им покажете как програмата отразява ценностите на тяхната общност и култура – с това може да ги убедите да подкрепят програмата. Спечелването на подкрепата на уважаван традиционен лидер показва и на други хора, че програмата е необходима и подходяща.

Някои пък смятат, че да се образоват младите хора в репродуктивно здраве е погрешно в религиозно и морално отношение. Както в горния пример, ако критиците бъдат изслушвани, те ще разберат как програмата отразява морала на общността – допирните точки и общият език могат да спечелят подкрепата им. Одобрението от страна на уважаван религиозен лидер може да помогне да се убедят тези хора, че програмата не противоречи на техните религиозни вярвания.

Според други критици програмите за репродуктивно здраве на юношите са излишни. Една фокусирана обществена образователна кампания е ефективен начин за изграждане на публична осведоменост по здравословните проблеми на тийнейджърите. Застъпниците могат да убедят много хора да подкрепят кампанията, като съобщават на обществото някои показатели за здравното състояние на местните юноши и опишат как ще се подобри здравето им чрез предлаганата програма. Оценката на нуждите е добър начин за събиране на такъв вид информация (*Вж. Глава 2 – Поставяне на основите*).

Някои хора може да откажат подкрепа по лични причини – те не желаят да подкрепят програма или политика, която се подкрепя от някое конкретно лице. Една от ползите от работата в мрежа е, че други могат да излязат напред, за да покажат, че идеята не е изключителна собственост на едно лице или на една група.

КАК ДА СЕ СПРАВИМ С ОПОЗИЦИЯТА И КРИТИКАТА

Първата стъпка при среща с нерешителни и неподкрепящи хора е да обърнем внимание на техните въпроси. Като изслушате другата страна и се опитате да разберете какво я подтиква към несъгласие, демонстрирате уважение към възгледите на човека, а и това ви позволява да дадете ефективен и подходящ отговор.

ГЛАВА 8: ОТГОВОРИ НА ОПОНЕНТИ И КРИТИЦИ: КАК ДА СЕ СПРАВИМ С НЕСЪГЛАСИЕТО

Най-важното средство за убеждаване на критиците е ясната и точна информация. Хората оформят мненията си въз основа на факти; ако им дадете повече информация, може да им помогнете да променят мнението си. Други хора може да искат да говорят за морал или доколко дейностите за репродуктивно здраве се подкрепят от културните ценности и религиозните вярвания. Един застъпник на репродуктивното здраве трябва да се научи да открива точните аргументи, лежащи в основата на критиката и да бъде готов да им отговори.

СТРАТЕГИИ

Образувайте мрежи с други организации, предлагащи услуги на младите хора. Работата в група прави всеки член по-силен (за повече информация вж. Глава 3 – *Изграждане на мрежи*).

Мислете стратегически. Някой влиятелен лидер може да помогне да бъдат убедени и други хора. Преди да се опитате да убедите хората, които не са съгласни, насочете се към някоя влиятелна личност, която вероятно ще ви подкрепя. Използвайте неговата или нейната подкрепа, за да убедите другите.

Бъдете подготвен. Гледайте напред в бъдещето и преценете кой може да възрази на застъпническата ви програма и какви аргументи би могъл да приведе. Помислете си дали направени в миналото изявления от опонента ви дават представа за информацията, която може да го убеди. Подгответе посланието си преди срещата с това лице.

Изберете убедително послание. Различни видове информация убеждават различни хора. Например един родител може да е загрижен, че новата образователна програма дава много информация за сексуалността, но да се съгласи, че младите хора имат нужда от повече помощ за разбиране и предпазване от СПИН. В този случай по-добре подчертайте, че програмата ще предпазва от СПИН, отколкото да давате обща информация. Фокусирането в областите, където хората са съгласни с целите ви, ще ви помогне да изградите обща основа.

Използвайте термини, които аудиторията разбира. Професионалистите по програмите за репродуктивно здраве понякога говорят пред публиката със специализирани термини. Не забравяйте да използвате разбираем за аудиторията език.

Преценявайте кога трябва (и кога НЕ трябва) да бъдете в отбранителна позиция. Понякога, ако пренебрегнете критичните забележки, те може да

прозвучат правдоподобно. Когато опонентите използват неточна информация, пригответе се да им отговорите със статистически данни, анекдоти или друга информация – така предоставяте на хората по-добра основа, за да решат за себе си кое е вярно и кое не. Точно толкова важно е обаче да знаете кога да отстъпите. Когато застъпник атакува една популярна личност или институция, това може сериозно да навреди на застъпническата програма. Ако започнете публична „словесна война“ с политик, религиозен или традиционен лидер, това може да привлече вниманието към каузата ви, но може да съсипе усилията ви. Преди да отговорите, помислете си внимателно за възможните реакции.

Насърчавайте открит и цивилизован дебат. Комуникацията е важна за разглеждане на въпросите на обществото и възраженията на опозицията. Участвайте в програми, в които училищата и други обществени организации повдигат и дискутират въпроси за програмата или политиката им. Направете така, че всички публични срещи да се придържат към правилата, които насърчават реда.

Потърсете други начини за постигане на целите си. Понякога въпреки всички възможни усилия застъпниците не могат да убедят политика, чиято подкрепа е изключително важна за успеха на застъпническата кампания. Един влиятелен опонент може да блокира плана ви за дълго време. Например ако училищният директор отказва да позволи провеждането на занимания по метода „Връстници обучават връстници“ на територията на училището, застъпниците на програмата могат да помолят друга институция, например местния младежки център, тази програма да се проведе в младежкия клуб или другаде.

КОМПРОМИС

Когато влиятелно лице или политик не е напълно убеден, застъпниците са изправени пред решението да правят или да не правят компромис. Често пъти компромисът е труден и може да доведе до несъгласие между членовете на организацията или мрежата. Дадените по-долу въпроси могат да помогнат на групите да достигнат съгласие за постигане на компромис.

Приемлив ли е компромисът?

Може би има някои точки, по които никой не би се съгласил на компромис, и те трябва да бъдат ясно разпознати и заявени. Понякога застъпниците трябва да поставят приоритетите и да решат от какво могат да се откажат, за да се постигне най-доброто решение.

ГЛАВА 8: ОТГОВОРИ НА ОПОНЕНТИ И КРИТИЦИ: КАК ДА СЕ СПРАВИМ С НЕСЪГЛАСИЕТО

Възможността за компромис може да доведе до трудни дискусии, особено ако някои членове чувстват, че техните приоритети са пренебрегнати. Компромисът може да доведе до несъгласие между съюзниците. Ключът към постигане на консенсус е силното ръководство.

Кои са ръководните принципи за постигане на компромис?

След като веднъж е договорена възможност за компромис, застъпниците трябва да определят формата и степента на приемливия компромис. Те трябва да разгледат най-добрия възможен резултат, както и всякакви други приемливи резултати. Например ако целта е да се осигури политика, която предоставя контрацептивните методи на разположение на погроставащите в даден град, застъпниците трябва да решат какво да направят, ако има съпротива от местните доставчици на услуги. Вероятните изходи могат да включват: да се предоставят на младите хора по-малък брой контрацептивни методи; да се предоставят на младите хора отделни услуги в една нова клиника; да се търси подкрепа за пълен набор от услуги за младите хора в някой съседен град; или някои други възможни комбинации за услугите за младите хора.

Когато е ясно, че избраната стратегия е възможно най-добрата за решаване на проблема, напредването с малки крачки не е компромис. Например ако целта е да се въведе здравно образование в училищата за всички ученици над десет години, една мрежа може да помогне, като насърчи образованието за репродуктивно здраве на учениците от 15 до 19 години. След няколко години родителите може да приемат по-охотно образованието за репродуктивно здраве и тогава мрежата може да обсъди въвеждането на такова образование и за по-малките ученици.

Какво да се прави при неуспех?

Застъпниците трябва да знаят как да постъпят, когато стане ясно, че усилията им може да пропаднат. Те трябва да разгледат варианти кога да се откажат, като се поучат от неуспеха, и какво да правят след това. Например политиката да се предоставят на младите хора всички контрацептивни методи може да се окаже непопулярна. Мрежата трябва да се опита да установи дали една различна стратегия би могла да постигне първоначалната цел.



9. МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА НА ЗАСТЪПНИЧЕСКИТЕ ДЕЙСТВИЯ: ДА СЕ УЧИМ ОТ УСПЕХИТЕ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА

ГЛАВА 9: МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА НА ЗАСТЪПНИЧЕСКИТЕ ДЕЙСТВИЯ: ДА СЕ УЧИМ ОТ УСПЕХИТЕ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТА

Има много начини за оценяване на ефективността на застъпническите действия, като се започне с простите системи за проследяване и се свърши със строгите изследвания, проведени от външни за организацията професионалисти. Видът на избраната оценка се определя от целите и задачите на застъпническата кампания и от наличните ресурси. Ако целта е скромна по мащаб, например местен здравен център да предостави достъп до информация и услуги за репродуктивното здраве на младите хора, тогава най-подходяща е оценката на процеса и резултата. Алтернативно, ако целта е по-амбициозна, например да се намалят на национално равнище бременността и ХИВ инфекциите сред подрастващите, тогава е необходимо да се оценяват процесът, резултатът и въздействието.

ОЦЕНКА НА ПРОЦЕСА

Оценката на процеса е най-икономичният и най-простият вид оценка. Тя изследва дали дейностите стигат до желаната аудитория както са планирани и дали са били подходящо финансирани. Количествените данни от оценката на процеса показват броя на проведените мероприятия, като например интервюта с влиятелни личности или срещи с медиите. Качествените данни могат да уловят настроението от една среща или степента на удовлетвореност на един политик от получената в резултат от кампанията информация.

- Оценката на процеса разглежда въпроси като:
- Колко влиятелни хора са получили информация?
- Какъв е броят на образователните материали, които са били разпространени сред обществото?
- Какъв е броят на осъществените представяния или срещи с влиятелни личности?
- Какъв е броят на публикуваните в медиите благоприятни статии или програми за репродуктивното здраве на юношите?
- Какъв е броят на членовете на мрежата?

Събирането на тази информация е важно, за да определите дали мрежата преследва целите си; важно е обаче и да не губите много време с процеса. Макар че застъпниците могат да посочат броя на проведените обучения и разпространените материали, помнете, че целта е да се подобри достъпът на юношите до информация и услуги чрез въздействие върху политиката.

ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТА

Оценката на резултата измерва междинните промени, постигнати при непосредственото въздействие от страна на мрежата. Например ако целта е да се осигури достъп до информация и услуги за репродуктивното здраве на всеки млад човек, който пожелае това, задачите може да са свързани с въздействието върху политиката относно работата на здравните клиници или училищата. Получените данни от оценката на резултата показват какъв напредък е постигнат при осъществяването на тези задачи.

Оценката на резултата разглежда въпроси като:

- Нараснала ли е осведомеността на влиятелните хора за проблемите на подрастващите във връзка с репродуктивното им здраве? С колко е нараснал броят на влиятелните хора, които публично подкрепят целта?
- Целевата организация променила ли е политиката си в резултат на действията?
- Има ли измеримо нарастване на обществената подкрепа за тази политика?

ОЦЕНКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО

Оценката на въздействието изследва постигнатия напредък по отношение на реализирането на дългосрочните цели. Често пъти тези цели са свързани с оказване на влияние върху здравните показатели или политиката на национално или регионално равнище. Оценката на въздействието е най-скъпият вид оценка и се използва само за оценяване на най-амбициозните застъпнически действия. Такава оценка може да се направи след три до пет години от началото на застъпническата кампания.

Оценката на въздействието разглежда въпроси като:

- Има ли промяна в процента на случаите на нежелана бременност при юношите?
- Понижена ли е честотата на предаваните по полов път инфекции и ХИВ/СПИН сред младите хора?
- Нараснала ли е употребата на контрацептивни методи от страна на юношите?
- Нараснал ли е броят на юношите, които получават информация и услуги за репродуктивното здраве?

ГЛАВА 9: МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА НА ЗАСТЪПНИЧЕСКИТЕ ДЕЙСТВИЯ: ДА СЕ УЧИМ ОТ УСПЕХИТЕ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТА

Всяка оценка трябва да е практична и съобразена с наличните средства и ограничените трудови ресурси. Ако се нуждаете от опита на други организации, можете да потърсите помощ от местния колеж или университет – за проекта могат да помогнат професори или студенти от катедрите по социални науки, психолози, отделите за образование и обществено здравеопазване. Често пъти студентите от горните курсове желаят да натрупат опит и са съгласни да работят и за много по-ниско възнаграждение от онова, което искат професионалните оценители. Или пък в замяна на работата им може да им се разреши да използват събраните данни за курсови работи или дисертации. Обратно, ако целта е да получите професионална и надеждна оценка, струва си да дадете повече средства, за да наемете известен и уважаван оценител.

ИЗПОЛЗВАНЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ОЦЕНЯВАНЕТО

Оценката на една застъпническа кампания изисква много време, но резултатите от добре проведено оценяване обикновено са много полезни. Резултати, които показват, че кампанията е била ефективна за постигане на целите, могат да мотивират членовете на мрежата и донорите на средства. Ако сте успели да убедите Министерството на образованието и науката (МОН) да изисква въвеждане на обучение в умения за водене на семеен живот във всички училища за средно образование, това може да доведе до подобряване на здравословното сексуално поведение на младите хора. Макар и да не е възможно такова изменение да се припише пряко и само на промяната в политиката, успехът на мрежата да влияе върху политиката на министерството може да се цитира като възможен допринасящ фактор.

Понякога е трудно да се припишат промените в политиката или програмите само и изключително на усилията на мрежата. Такива промени могат да настъпят благодарение на общо изменение в отношението или поради усилията на друга кампания или застъпничество. За да може да прецените точно въздействието на вашата кампания, важно е да се осведомите дали съществуват аналогични програми в целевата област, които влияят върху политиците или лицата, които разработват програми. Лесно е да се прецени резултатът, когато в политическите документи са включени конкретни използвани от мрежата фрази или когато ключови лидери използват тези фрази. Ако правителството или други организации цитират документи на мрежата в подкрепа на политиката и програмите, това е допълнителна индикация за ефективността на нейната работа.

Резултатите от оценката могат да се използват още и за идентифициране на най-силно и най-слабо ефективните компоненти на кампанията. Когато оценяваните данни сочат липса на напредък, застъпниците трябва да преформулират стратегиите. Аналогично, с напредването на една застъпническа кампания и постигането на нейните цели и задачи трябва да се набележат нови цели и задачи, насочени към промени на други показатели за сексуалното и репродуктивното здраве на позрастващите.

КАЗУС: БЪЛГАРСКА АСОЦИАЦИЯ ПО СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ (БАСП)

| | |
|--------------------------|--|
| ЗАДАЧИ | Да се подобри достъпът и наличността на сексуални и репродуктивни здравни услуги за изложени на риск младежи |
| ИЗПЪЛНИТЕЛ | Българска асоциация по семейно планиране и сексуално здраве |
| ПАРТНЬОРИ | Албанската асоциация по семейно планиране, НПО в Македония, Сърбия, Хърватия, Косово, Босна и Херцеговина |
| ИЗПОЛЗВАНИ МЕТОДИ | Мониторинг и оценка чрез проследяване на количествени показатели, провеждане на интервюта и съблюдаване на стандарти |

От месец юли 2001 г. до края на 2003 г. Българската асоциация по семейно планиране и сексуално здраве (БАСП) проведе кампания под наслов „Стимулиране на предлагането на услуги, свързани със сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора и спазването на техните права“. Кампанията си бе поставила няколко цели, като основните бяха насочени към стимулиране на предлагането на услуги, свързани със сексуалното и репродуктивното здраве на младите хора, както и към подобряването на достъпността и наличието на такива услуги.

Чрез кампанията бяха определени и подбрани партньорски неправителствени организации (НПО) от Македония, Сърбия, Босна и Херцеговина и от Косово. На четиридневен интерактивен семинар, чиято главна тема бе планирането на кампани по застъпничество и лобиране, всички партньори разработиха своя застъпническа кампания със сходни послания, но адаптирани към местната среда и целевото население във всяка страна. Всяка от представените страни предпочете да се съсредоточи върху различна целева група от населението на млада възраст; в Сърбия това бяха младежите с увреждания, в Македония кампанията бе фокусирана върху ХИВ-позитивни млади хора, а в Хърватия – върху хомосексуалисти/бисексуални/транссексуални младежи.

През цялото време на кампанията БАСП следеше напредъка на всички партньори и направи междинна оценка на хода на всяка от кампаниите. На всеки шест месеца се отчитаха количествените измерения, например брой на обхванатите и образовани хора, брой и вид на раздаваните материали, отразяване в медиите и т.н. По средата на кампанията изпълнителният директор, който е представител на IPPF (Международната федерация по планиране на майчинството и бащинството), и един независим оценител

КАЗУС: БЪЛГАРСКА АСОЦИАЦИЯ ПО СЕМЕЙНО ПЛАНИРАНЕ (БАСП)

посетиха всички включени в кампанията страни и проведеха срещи с различни заинтересовани лица, представители на целевите групи, журналисти от средствата за масово осведомяване, а в някои случаи и с представители на медицинската общност, за да измерят обхвата и резултатността на кампаниите.

Екипът, натоварен с извършването на междинната оценка, успя да определи кои елементи от всеки план работят добре и кои елементи трябва да се коригират. Например след междинната оценка се стигна до заключението, че материалите за младите хора инвалиди, особено за слепите, са много популярни и много резултатни при обхвата на тази целева група. Постъпилата обратна връзка от основните групи и доставчиците на услуги беше определено позитивна. В резултат на това кампанията разглежда възможността да дублира материалите в други райони. Освен това екипът успя да извърши няколко промени в проекта, който се осъществява в Косово – например промяна в ръководството на проекта с цел по-успешна работа. Екипът от оценители установи, че първоначалните изпълнители не работят съобразно със стандартите и не завършват работата си навреме. Този проект в момента се управлява от група организации, между които и Албанската асоциация по семейно планиране и още няколко местни общински организации. Екипът планира да извърши и окончателната оценка след приключването на кампаниите.

Без междинната оценка и мониторинга Българската асоциация по семейно планиране нямаше да може да укрепи и дублира успешните стратегии преди края на проекта. Освен това мониторингът позволи в хода на кампанията да се извършат успешно промени за подобряване на ефективността на една от кампаниите.

ИЗВЛЕЧЕНИ ПОУКИ

Проследяването на ефективността на вашата програма – както в хода, така и след края на кампанията – може да я подсили преди да е станало късно. Чрез наблюдения върху напредъка на кампанията в междинна фаза БАСП и нейният екип от оценители извършиха критична промяна в ръководството на една неефективна кампания. Освен това БАСП бе в състояние да повтори един от по-ефективните аспекти на друга кампания, без да изчаква завършването ѝ.

10. РЕЧНИК НА ТЕРМИНИТЕ

БЕЗРАЗБОРЕН ПОЛОВ ЖИВОТ (ПРОМИСКУИТЕТ) – случайни полови връзки с много партньори.

ВЛИЯТЕЛЕН ЧОВЕК – личност или група с влияние върху общността. Това лице може да е религиозен водач, бизнесмен, член на парламента, училищен директор или някой друг от общността, който има авторитет.

ВЪЗДЪРЖАНИЕ – пълно въздържание от всякакъв полов живот.

ЗАСТЪПНИК – застъпниците са хора, които работят, за да предизвикат промени в правила или закони, в една конкретна програма или за специфична група.

ЗАСТЪПНИЧЕСТВО – застъпничеството означава да насърчавате или подкрепяте дадена кауза, която може да включва програма, закон, правило или предложение.

ЗДРАВНИ ИНДИКАТОРИ – събрана информация, която като цяло дава картина за здравето на група хора или общност.

ИЗМЕРИМОСТ – дейност за оценка на една кампания с използването на критерии. Примери за видовете критерии, които се измерват, са: брой на раздадените материали, брой на влиятелните хора, които подкрепят вашия проблем, брой на младите хора, които получават медицински услуги в резултат на вашата кампания, или закони, разпоредби или правила, които са били променени. Преди да започнете кампанията си или оценката за нея, проверете дали вашите индикатори за успеха могат да бъдат измерени.

КАРАВАНА – група от хора, които пътуват заедно. В това ръководство *каравана* е име, дадено на пътуваща група от експерти, събрани от румънската неправителствена организация „Коалиция за репродуктивно здраве“ за образование на селските общини относно правата им за сексуално здраве (вж. Казус – Румънска НПО „Коалиция за репродуктивно здраве“. Част 2).

КОАЛИЦИЯ – съюз на организации, хора или правителствени асоциации, които работят заедно за постигането на една и съща цел. Терминът *коалиция* се използва често пъти взаимозаменяемо с термина *мрежа*.

КОНТРАЦЕПЦИЯ – средство за преднамерено предпазване от бременност. Един от методите на контрацепцията – използване на презервативи – се използва също така и за предпазване от предавани по полов път инфекции по време на полова активност.

РЕЧНИК НА ТЕРМИНИТЕ

МРЕЖА – група от хора и организации, които си комуникират и сътрудничат за постигането на една и съща цел. Терминът *мрежа* често пъти се използва взаимозаменяемо с термина *коалиция*.

ОБЩИНСКА ПОЛИТИКА – правила, разпоредби или процедури, които са възпрети в дадена община.

ОЦЕНКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО – начин за определяне на ефекта на една застъпническа кампания върху група, район или закон.

ПОЛИТИКА – набор от правила, разпоредби или начини за извършване на някаква дейност. Обикновено е в писмена форма.

ПОЛИТИКИ – средство за спечелване или използване на власт и водачество в правителство или друга институция.

СТРАТЕГИЯ – план или метод за постигането на вашите цели. Една застъпническа кампания може да използва различни стратегии за постигането на целта си.



Фонд на Обединените нации
за население

Този наръчник се издава с финансовата подкрепа на UNFPA

гр. София 1040,
ул. "Хан Крум" 25,
тел.: (02) 96 96 154, 96 96 153
факс: (02) 96 96 220