



ПРОГРАМА ЗА ПОДКРЕПА НА НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ В БЪЛГАРИЯ ПО ФИНАНСОВИЯ МЕХАНИЗЪМ НА ЕИП 2009 – 2014 г.

Проект: НОВИ ПЕРСПЕКТИВИ ПРЕД НПО В ОБЛАСТ ЯМБОЛ

Бенефициент:

Център за образователни програми и социални инициативи

II СЕМИНАР ЗА НПО:

ИЗГРАЖДАНЕ НА УМЕНИЯ ЗА ЗАСТЪПНИЧЕСТВО НА НПО

Място: гр. Ямбол

Дата: 30 октомври 2015



ЧАСТ I - ЗАСТЪПНИЧЕСТВО





ЦЕЛИ

- Участниците да се запознаят с основните понятия, стъпки и методи за организиране на кампании за застъпничество;
 - Участниците да изследват и развиват собствените си стилове на поведение при застъпничество и организиране на кампании;
 - Участниците да придобият знания и практически умения за разработване и изпълнение на планове за застъпнически кампании в своите населени места.
- 



Що е застъпничество и на кого е необходимо?

- “Всичко, което е нужно, за да триумфира злото, е добрите хора да не правят нищо” - Едмънд Бърк.
 - Действия, които организациите и отделните лица предприемат, за да оказат натиск за промени на дадена политика или поведение на институция или правителство
- 



ЗАСТЪПНИЧЕСТВО

- Застъпничеството е набор от легитимно организирани граждански действия за постигане на промяна в съответствие с правата и интересите на гражданите по обществено значим проблем.
 - Застъпничеството си поставя за цел постигането на социална справедливост чрез спечелването на подкрепа, достъп и право на глас в процеса на вземане на решения в институциите на национално и местно равнище.
 - Застъпничеството се прави от хора, работещи за и създаващи обществена промяна....промяна на микро и макро ниво – промяна, засягаща индивида или осъществяваща реформа на системата на общественото устройство или сферата на услугите чрез творческо мислене и стратегическо планиране. Тази дейност може да бъде насочена към правителството, местното самоуправление, други институции или общественото мнение.
- 



Хората, избрани да представляват избирателите - политиците, не могат да представляват всичките им интереси, особено като се има предвид динамичният и конкретен характер на тези интереси. Политическите партии са готови да подкрепят и защитават интересите, застъпени в техните устава и предизборните им платформи, но само като дългосрочни цели и принципи.





ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО КАТО ПРОЦЕС

Процес за предизвикване на промени в институционална или правителствена политика и поведение.

Процес, при който е възможно да се ангажират различни организации и лица.

Процес, който е открит и публичен.

Процес, който изисква предложения за промяна, а не само критикува.

Процес, при който група граждани реализират правото се да променят своето общество като променят институциите, които контролират обществото.

Фундаментален процес в истински демократичните общества.





Заинтересована група

● Заинтересована група:
организация от хора, които се опитват да постигнат споделения си интерес чрез серия от съгласувани действия.

● Заинтересованите групи запълват празнината между гражданите и партиите, като представляват интересите си в процеса на вземане на решения. Те са организации, съгласуваните действия на които са насочени към въздействие върху системата за вземане на политически и управленски решения.





Видове застъпничество

- А. Самозастъпничество или самозащита

Действия, при които пледираме за нас самите или за нашите семейства. При него хората самостоятелно организират кампании за защита на своите интереси.

- Б. Застъпничество при конкретни случаи, казуси

Серия от действия насочени към подпомагане на хора в неизгодно положение без да се излиза от рамките на бюрократичната и законодателната система. В много случай това може да се направи и от опитни професионалисти, които улесняват разрешаването на проблема.



Видове застъпничество

В. Широк формат на застъпничество

Това е вид застъпничество, което засяга цели групи от населението и често се предизвиква от повторемостта на сходни казуси. В него се въвличат повече хора и се цели промяна на законодателството или други нормативни разпоредби.





Всеки от изброените видове застъпничество може да въздейства на обществената политика, общественото устройство и норми.

НАЙ -ЕФИКАСНИЯ НАЧИН ДА СЕ ПОВЛИЯЕ НА ОБЩЕСТВЕНАТА ПОЛИТИКА Е ЧРЕЗ ВЪВЛИЧАНЕ НА МНОГО ХОРА.





Застъпничеството на широка основа е насочено

КЪМ:

- А. Обществено образование –
информиране на групи от
населението и мотивиране на хората
за действие.
 - Б. Обществена политика – оказване
на въздействие върху
административната, законодателна и
съдебна власт и техните институции.
- 



ВЪПРОСИ

Защо се занимаваме със
застъпничество?

Какво постигаме с него?

Готови ли сме ние като личности и
нашата организация да поеме този
път?





Ефективното застъпничество

може:

- Да повдигне конкретни проблеми и да създаде усещане за необходимост;
 - Да документира нуждите от промяна и отговорите/разрешенията, водещи до тази промяна;
 - Да окуражи засегнатите от проблема, да ги запознае с евентуалното му разрешение и да ги мотивира за действие;
 - Да пропагандира успешни и устойчиви разрешения;
 - Да демонстрира съпричастност и да утвърждава мисията на организацията;
- 



Ефективното застъпничество

може:

- Да развива сътрудничество с други групи под формата на формални и неформални структури;
 - Да информира и образова хората и да ги подтикне към необходимите промени;
 - Да въздейства на отговорните за осъществяване на желаните промени;
 - Да осигури гласност на каузата и прозрачност за поддръжниците;
- Да осигури финанси и привлече доброволци.
- 



ЦЕЛ НА ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

Основната цел на застъпничеството е да промени ценностната система и вярванията на хората, които имат властта и правомощията да постигнат промени. По този начин ефективното застъпничество помага за:

- подобряване на социалните условия;
- промяна на политическата и социална структура;
- подобряване на социалните взаимоотношения;
- осигуряване на по-голям капацитет и по-добра възможност отделни групи да се насочат към съответен социален проблем.

Застъпничеството подsigурява широко и пълно представяне на хората, работещи заедно за постигане на целите си.





ЧЕТИРИТЕ ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТА НА ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

- 1. Човешките ресурси – хората
въвлечени в процеса като
действащи и като потребители.
 - 2. Проблем, който трябва да се
разрешава.
 - 3. Участие и степен на участие
 - 4. Процес, ход на действие.
- 



ИЗБОР НА ПРОБЛЕМ

Глобален проблем:

Нещо за което сме загрижени и което драстично засяга живота на много хора. Хората обичат да разискват глобалните проблеми, но рядко и трудно се мобилизират при решаването им.

Конкретен проблем:

Нещо по-специфично и конкретно, което засяга качеството на живот на хората. То може да бъде част от глобален проблем. Конкретния проблем е нещо, с което хората могат да се преборят.





Кауза: активна гражданска позиция по проблем или част от проблем, който може да бъде ясно дефиниран или атакуван от засегнатите.

Хората обичат да говорят за проблемите, защото много често те са толкова големи, че да може да се направи нещо. Веднъж започнала организацията да мисли върху конкретни проблеми, глобалните и неразрешимите се раздробяват на по-малки части и ние можем да предприемем точно определени действия.





ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОБЛЕМА /КАУЗАТА/

- Полезни съвети:
 - - Използвайте думи и асоциации, които предизвикват емоции.
 - - Използвайте фрази, които будят чувството за лично достойнство.
 - Използвайте изрази, които директно се отнасят към джоба на хората.
- 



ИЗБОР НА ПЕЧЕЛИВША СТРАТЕГИЯ

Що е стратегия?

Стратегията е план, чрез който постигате целите на организацията. Тя се състои от поредица дейности, които често се обмислени като различни тактики за постигане на целите. Стратегията е това, което свързва дейностите заедно в едно общо усилие.





Стратегията трябва да:

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



Типове стратегии, които могат да бъдат прилагани:

- законодателни стратегии;
 - административни стратегии;
 - стратегия за лобиране;
 - изборни стратегии;
 - стратегии за конкретни действия;
стратегии за бойкот.
- 



Подходи

Подходи към личността или
институцията, от която зависи
решението и промяната:

- сътрудничество;
 - преговори;
 - конфликт;
 - независими действия.
- 



Избор на печеливш стратегически подход

Зависи основно от три условия:

- 1. Доколко сте силни, можещи и известни като организация в сравнение с и в очите на личността/институцията, която взема решение и е в състояние да осъществи промените, към които се стремите?
 - 2. До каква степен има съгласие между организацията Ви и личността/институцията, вземаща решение относно целта, която искате да постигнете?
 - 3. Доколко сте в съгласие с личността/институцията, вземаща решение относно методите и поддръжниците, които смятате да използвате, за да постигнете
- 



ВИДОВЕ ДЕЙНОСТИ

- Политически
- Икономически
- Разпространение
- Организационни
- Административни

Дейностите, това са предприетите стъпки и тактиката, която ще бъде приложена за реализацията на стратегията и постигането на желаните цели на застъпническата кампания.



ИНСТРУМЕНТИ НА ЗАСТЪПНИЧЕСТВОТО

- Писма
- Среци с ключовите партньори
- Демонстрации
- Преговори





ИЗПОЛЗВАНЕ НА РАЗЛИЧНИ ТАКТИКИ

- Протест и убеждение
 - Обществено не-сътрудничество
 - Икономическо не-сътрудничество:
икономически бойкоти
 - Икономическо не-сътрудничество:
стачки
 - Политическо не-сътрудничество
 - Не-насилствена интервенция
- 



ЧАСТ 2 - ЛОБИРАНЕ





Цели на занятието:

В края на занятието участниците трябва да могат да:

- ✓ Дефинират съдържанието на понятието лобиране;
 - ✓ Разпознават особеностите и основните принципи на лобирането;
 - ✓ Определят основните действащи лица в процеса на лобирането и тяхната мотивация;
 - ✓ Да очертаят различията в законодателното решаване на процеса на лобиране в отделните страни.
- 



СЪЩНОСТ НА ЛОБИРАНЕТО

- Лобирание: пряка комуникация или молба към някого да комуникира от наше име с официални лица от законодателен или изпълнителен орган на държавната власт, с цел влияние на някакво законодателство или административно действие.
 - Лобирането е такъв вид застъпничество, при което се търсят начини за влияние върху нормотворческия процес.
 - Лобирането е древно колкото самото законодателство, а групите за натиск са също толкова стари, колкото политиците.
- 



ПРИНЦИПИ НА ЛОБИРАНЕТО

- Лобиране в името на всички хора, при честна конкуренция при избора, печалбата и собствеността (притежаването) е етично.
 - Лобиране в поддръжка на установения конституционен ред е добро.
 - Лобиране в полза на доброволната система на конкуренция между пазарно ориентирани ценности като база на системата за определяне на цените е добро.
 - Лобиране за свободата на вероизповеданията е добро.
- 



ЛОБИСТИ

Определение: **лобистът** е агент на частен или корпоративен интерес, целящ да повлияе на законодателния процес

Лобистите трябва да работят по програми на три нива:

- програми, включващи дългосрочни цели и политики;
 - планове за приложение на различни стратегии;
 - специфични действия (тактики) за изпълнение на стратегиите.
- 



Основни категории законодатели

- **Шампионите**
 - **Сътрудниците**
 - **Неутралните**
 - **Добродушните опоненти**
 - **Консервативните опоненти**
- 



Практически съвети

- Установете вашия дневен ред и цели.
 - Слушайте внимателно.
 - Бъдете подготвени, но не се чувствайте така все едно, че трябва да сте експерти.
 - Не оставайте прекалено дълго.
 - Запомнете, че сте там, за да създадете връзка.
 - Внимателното следване е важно.
- 



Стратегия “Гледайки навън”

- Цели: Какво искате?
 - Аудитории: Кой може да ви ги предостави?
 - Послание: Какво искат те да чуят?
 - Пратеници: От кого те трябва да го чуят?
 - Краен резултат: Как можем да ги накараме да го чуят?
- 



Стратегия “Гледайки навътре”

- Ресурси: С какво разполагаме?
 - Пропуски: Какво трябва да развием?
 - Първи усилия: Как да започнем?
 - Оценка: Как да разберем дали стратегията работи?
- 



Лобиране и медии

- Публичната комуникация
 - Връзките с обществеността
 - Медиите и общественото мнение
 - Публичният образ на организацията
 - Публичната комуникация и лобирането чрез медиите
- 



ИЗРАБОТВАНЕ НА ПЛАН ЗА КАМПАНИЯ

1. Ръководство на кампанията
 2. Проблем, по който ще се работи:
представяне на проблема и дефиниране
на целите.
 3. Стратегия: анализ на средата; план за
действие; привличане на медиите.
 4. Осигуряване на обществена подкрепа:
електорат и поддръжници
 5. Конкретни действия
- 



ИЗРАБОТВАНЕ НА ПЛАН ЗА КАМПАНИЯ

6.Разходи: финансови средства;
 материални средства; човешки
 ресурс.

7. Набиране на средства

8.Обучение на привлечените нови
 човешки ресурси

9.Времева рамка и отговорници

10.Оценка и контрол



ИЗРАБОТВАНЕ НА КОНКРЕТЕН ПЛАН ЗА КАМПАНИЯ

/упражнение/