

MARVOW 2.0

Coordinated Multi-Agency Response
to Violence against Older Women

Застъпничество-

Насоки и инструменти за планиране на
застъпничество



Funded by the
European Union





Funded by the
European Union



Резултат 5.2: MARVOW 2.0 Шаблон за стратегия за застъпничество

Разработено с приноса на: Европейска платформа AGE; Асоциация на общините в Италия, регион Лацио; Асоциация на автономните австрийски приюти за жени; Асоциация CONEXUS Психосоциални грижи, обучение и изследвания; Асоциация НАЯ; Гражданско сдружение Psytel; Средиземноморски институт за джен дър изследвания; Съюз на асоциациите на жените в Ираклион; WAVE – Жени срещу насилието, европейска мрежа; WWP EN – Европейска мрежа за работа с извършители

Дата на публикуване: януари 2026 г.



Co-funded by
the European Union

Съфинансиран от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче са само на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или финансиращия орган. Европейският съюз и финансиращият орган не могат да носят отговорност за тях.

Съдържание

1. Създаване на дърво на проблемите	3
2. Разработване на дърво на решенията	4
3. Списък на заинтересованите страни	5
3.1. Събиране на информация	5
3.2. Национални специфики	6
3.3. Категоризиране на заинтересованите страни	7
4. Картографиране на заинтересованите страни	8
4.1. Създайте карта на заинтересованите страни	8
4.2. Оценявайте и коригирайте	9
5. Инструменти	10
5.1. Дърво на проблемите	10
5.2. Дърво на решенията	11
5.3. Картографиране на заинтересованите страни	12
6. Източници	13

1. Създаване на дърво на проблема

Резултат от анализа на дървото на проблемите

Идентифициране на основния проблем, който стои в основата на предизвикателството:

1. Започнете с мозъчна атака, включете се в дискусия и постигнете консенсус по въпроса или проблема, който изисква анализ. Този проблем или въпрос се поставя в центъра на флипчарта и не е необходимо да бъдете прекалено прецизни, тъй като това е начална фаза. Въпреки това е необходимо да посочите истински проблем, който резонира с всички заинтересовани страни.
2. **Дървото на проблема** (фигура 1) ще улесни по-цялостното проучване. За да определи проблема, всяка организация трябва да отговори на определени въпроси. Това ще доведе до цялостна картина на промяната, която искате да постигнете. След това трябва да запишете това в едно изречение и да формулирате **ПРОБЛЕМА във вашата страна** като въпрос, ориентиран към промяна. ПРОБЛЕМЪТ ще бъде „стъблото“ на дървото.

Въпросите са:

- i. Какъв е проблемът, който искате да решите?
 - ii. Защо е проблем?
 - iii. Този проблем е ли действителният проблем или е симптом на друг по-дълбок проблем?
3. След това екипът разкрива произхода на основния проблем, който се обозначава като „корени“, представляващи причините за ПРОБЛЕМА, и „клони“, представляващи последиците от ПРОБЛЕМА.

Някои полезни въпроси за определяне на останалата част от дървото са:

- i. Какво причинява проблема? Какви са основните структури и системи от вярвания, които поддържат това дисфункционално състояние?
- ii. Кои са лицата или групите, засегнати от проблема?
- iii. Как би изглеждала идеалната ситуация за тези лица или групи?

4. Естествено, ще има продължителен разговор, докато факторите се сортират и пренареждат, което често води до оформянето на подразделения на корените и клоните.
5. След като завършите първия вариант на дървото на проблема, е необходимо да си зададете следните въпроси:
 - Това отразява ли настоящата ситуация?
 - Кои причини и последствия се подобряват, влошават или остават непроменени?
 - Кои са най-тежките последици? Кои са най-тревожните? Кои критерии са от решаващо значение при обмислянето на курс на действие?
 - Кои причини могат да бъдат лекувани по-лесно? Има ли потенциални решения или алтернативи, които да бъдат проучени? Може ли промяна в политиката да смекчи причина или последица, или да насърчи решение?
 - Какви решения сме взели и за какви действия сме се споразумели?
6. Дървото на проблемите може да бъде превърнато в дърво на целите, като всеки проблем бъде преформулиран като положителен, желателен резултат. Вследствие на това основните причини и последствия се преосмислят като основни решения, което ефективно идентифицира значими отправни точки за проекта. Тези цели често се формулират като трансформация. Впоследствие те могат да бъдат включени в анализ на обкръжаващата среда, което служи като ценна следваща стъпка.

2. Разработване на дърво на решенията

Създайте визуализация на дървото на решенията (Фигура 2 - Дърво на решенията) на решенията и техните взаимоотношения в структура на дърво. Стволът на дървото представлява целите на вашата кампания, а клоните представляват решенията или стратегиите.

След финализиране на дървото на проблемите се разработва дърво на решенията (наричано още дърво на целите). В тази стъпка:

- i. Причините за проблема се превръщат в положително твърдение и се поставят някои цели, за да бъдат постигнати.
- ii. Всяка причина от дървото на проблемите трябва да води до цел, а всяка цел ще включва конкретни мерки/решения. Как всяка цел може да бъде постигната чрез различни стратегии или решения?
- iii. Основната цел е общата картина, комбинация от всички подцели, определени по-рано. Например, в рамките на **MARVOW 2.0** основната цел може да бъде „Сътрудничество между различни институции за справяне с насилието срещу възрастни жени“.

Препоръчително е да прегледате дървото на решенията и да проверите дали всички твърдения са ясни и дали има пропуснати стъпки между средствата и целта. Ако е така, може да се наложи да преразгледате както дървото на проблемите, така и дървото на решенията, като добавите още твърдения.

3. Списък на заинтересованите страни

3.1. Събиране на информация

Съберете информация за всеки заинтересован, включително име, организация, роля, данни за контакт и позиция по темата на кампанията ви. Прочетете историята, интересите и участието им в подобни кампании в миналото.

Изследването е необходимо. Всяка организация трябва да събере данни и факти, за да разбере кои са заинтересованите страни в плана ѝ за застъпничество. За да се направи карта на заобиколящата среда, трябва да се отговори на някои първоначални въпроси:

- i. Кои са лицата и групите, които работят по този въпрос?

- ii. Как формулират проблема? Какъв тип наратив вече се използва?
- iii. Какви са ключовите статистически данни, свързани с този проблем?
- iv. Кои инициативи, подобни на това, което предлагате, са били осъществявани преди?
- v. Какви са аргументите за промяната, която желаете да видите?
- vi. Какви са аргументите против такава промяна? Или какво е забавяло настъпването на промяна?

Отговорите на тези въпроси ще ви помогнат да подготвите информационни листове с данни, истории и аргументи от двете страни, за да съставите списък с релевантните заинтересовани страни.

За да започнете да изброявате всички заинтересовани страни, трябва да включите техните имена, организации, роли и всички необходими подробности.

3.2. Национални специфики

Списъкът на заинтересованите страни се изготвя на база на националния контекст и специфики. Изброените по-долу са примерни

ОФИЦИАЛНИ ЛИЦА, ВЗЕМАЩИ РЕШЕНИЯ

А) Правителствени служби:

Министерство на труда и социалната политика

Министерство на здравеопазването

Министерство на правосъдието

Б) Общностни лидери:

Областна администрация

Кметове на общини

НЕФОРМАЛНИ ЛИЦА, ВЗЕМАЩИ РЕШЕНИЯ

Полицейски управления

Прокурори, адвокати и съдии

Социални служби

Болници и здравни центрове

Социални услуги

ГРУПИ ЗА ОКАЗВАНЕ НА НАТИСК

Лекари

Психолози

Здравни специалисти

Възрастни хора, които са преживели насилие

Семействата на възрастни хора

Други НПО

Медии

3.3. Категоризиране на заинтересованите страни

Категоризирайте заинтересованите страни в различни групи въз основа на тяхното ниво на влияние и интерес към вашата кампания.

За да категоризирате заинтересованите страни, трябва да ги анализирате по-подробно:

- i. Засегнати ли са пряко от проблема или не?
- ii. Заинтересовани ли са от вашия проблем или не? Защо?
- iii. Разполагат ли с ресурси, които могат да посветят, за да ви помогнат да решите проблема?
- iv. Кой може да ги повлияе пряко или косвено и защо? На какъв вид аргументи е вероятно да реагират?
- v. Имат ли голяма или малка власт да повлияят на промяната?
- vi. Подкрепят ли вашата кауза? Можете ли да ги считате за съюзници или противници?

Общите категории включват:

- Високо влияние, висок интерес: Това е основната целева група за ангажиране.

- Високо влияние, нисък интерес: Може да предприемете действия към тях според нуждите, но не ангажирайте прекалено много ресурси.
- Ниско влияние, висок интерес: Предоставяйте им информация, но може да не се налага да се ангажирате сериозно с тази група.
- Ниско влияние, нисък интерес: Следете ги, но може да не се налага активно участие.

4. Картографиране на заинтересованите страни

4.1. Създайте карта на заинтересованите страни

Създайте визуално представяне на заинтересованите страни, като използвате матрица или диаграма **Картографиране на заинтересованите страни** (Фигура 3 Картографиране на заинтересованите страни (матрица). Можете да използвате софтуерни инструменти или просто да го нарисувате на хартия. Поставете заинтересованите страни в съответните им категории (високо влияние/интерес, ниско влияние/интерес).

Трябва да категоризирате заинтересованите страни, изброени по-горе, въз основа на техните интереси и влияние/власт. Таблицата по-долу ви помага да поставите заинтересованите страни на правилната страна на картата, за да определите следващите стъпки, които трябва да предприемете.

Отговорете на техните нужди:	<p>Ангажирайте ги</p> <p>Увеличете/поддържайте нивото им на интерес</p> <p>Целта е да ги преместите вдясно</p> <p>Може да представляват риск за вашата идея</p>
Ключов играч:	<p>Управлявайте внимателно контактите</p> <p>Включете ги в проекти и решения</p> <p>Ангажирайте се редовно и работете за поддържане на връзката</p>

Нисък приоритет:	Наблюдавайте ги Комуникирайте с тях редовно, за да сте информирани Стремете се да ги придвижите напред
Бъдете информирани:	Използвайте интереса им чрез ангажираност Консултирайте се по областите, които ги интересуват Може да бъдат поддръжник/посланик

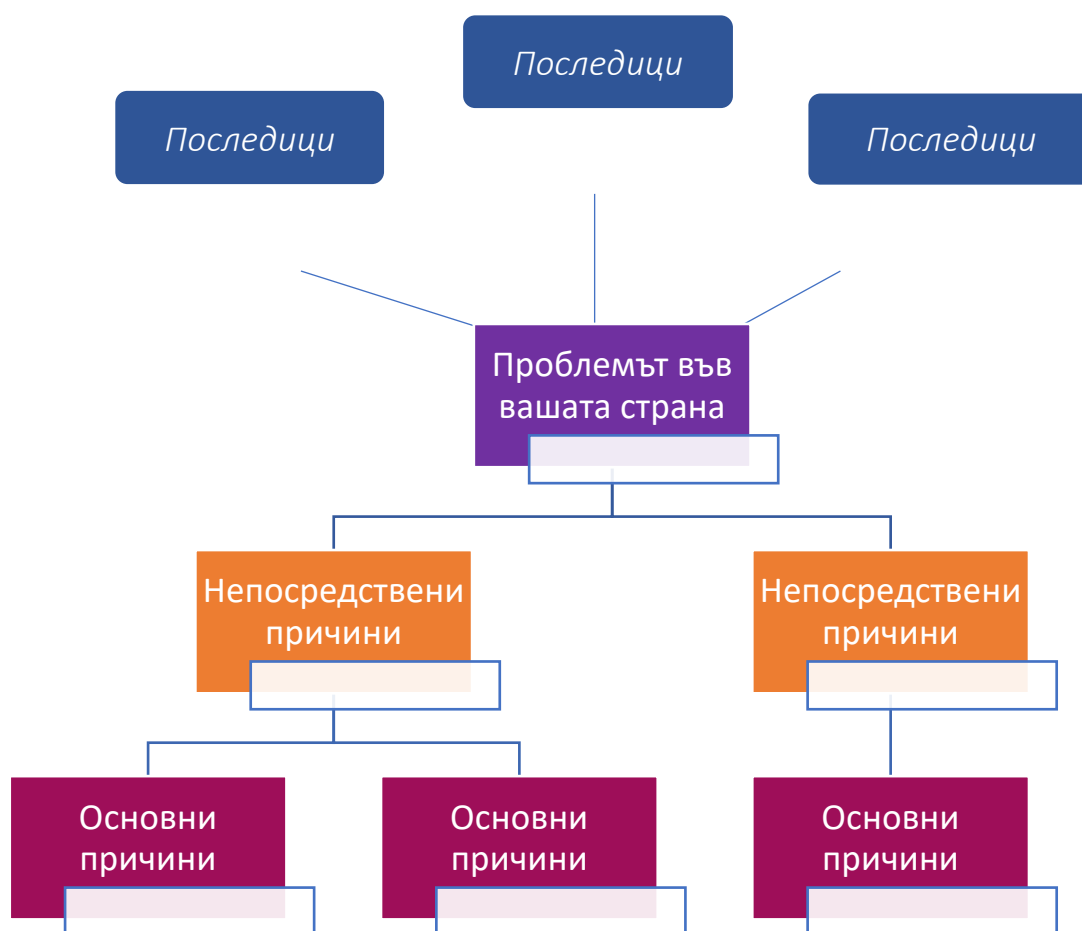
Таблица 1 Таблица за категоризация (свързана с фигура 3 Картографиране на заинтересованите страни (матрица)

4.2. Оценявайте и коригирайте

Непрекъснато оценявайте ефективността на вашите усилия за ангажиране. Постигате ли напредък към целите на кампанията си? Адаптирайте стратегиите си въз основа на обратната връзка и резултатите.

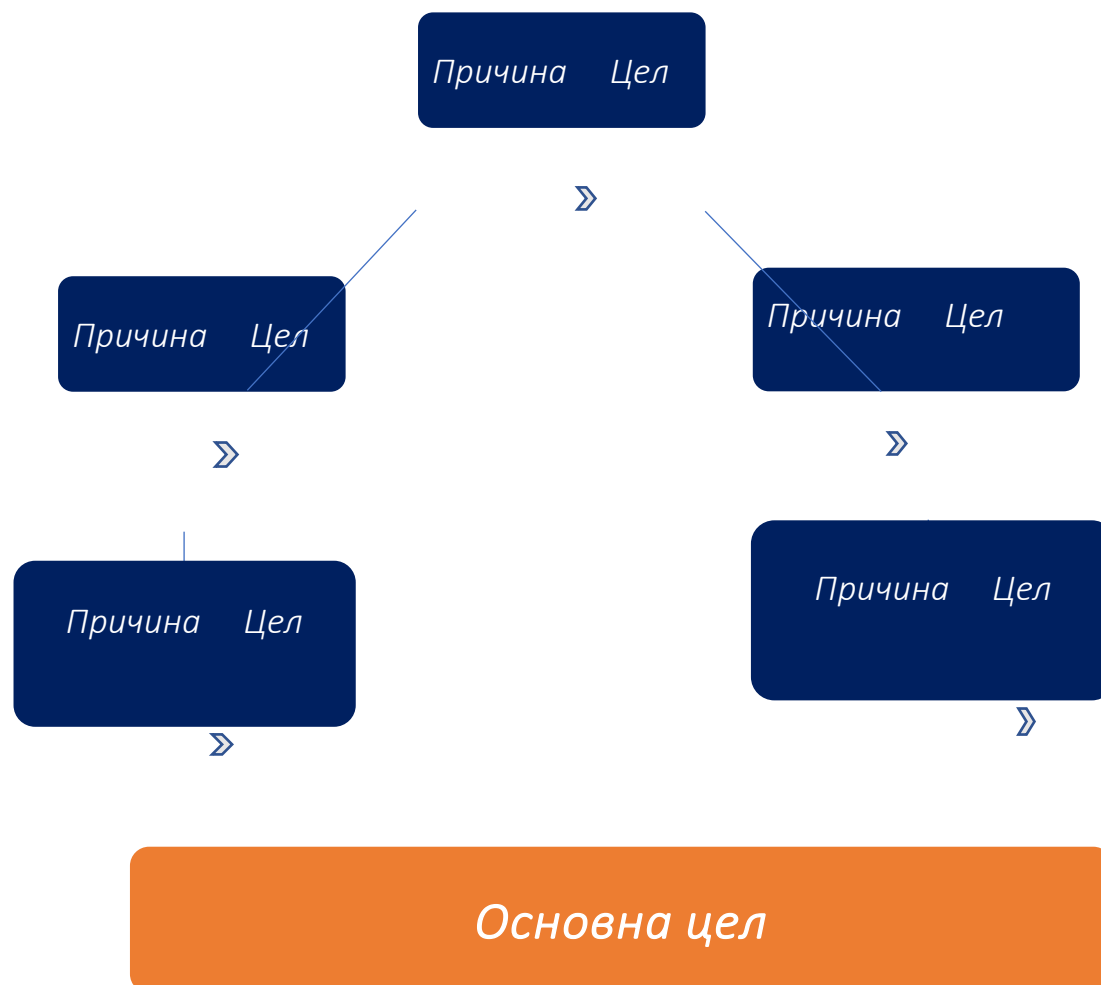
5. Инструменти

5.1. Дърво на проблемите



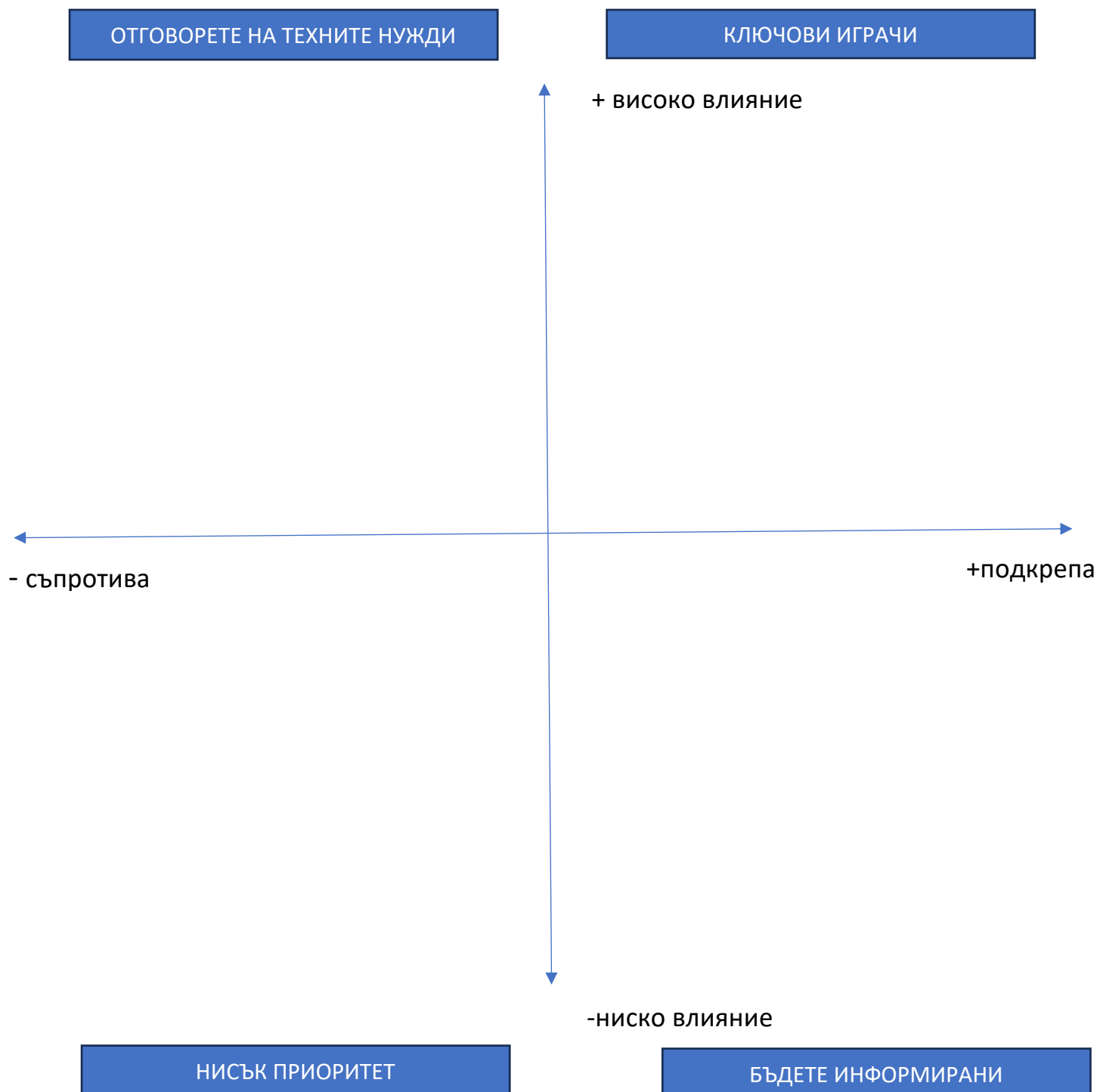
Фигура 1 Дърво на проблемите

5.2. Дърво на решенията



Фигура 2 Дърво на решенията

5.3. Картографиране на заинтересованите страни



Фигура 3 Картографиране на заинтересованите страни (матрица)

6. ИЗТОЧНИЦИ

- http://www.pointk.org/resources/files/Alliance_Advocacy_in_Action.pdf
- <file:///C:/Users/NewUser/Documents/ADVOCACY/Advocacy-Strategy-Framework-TOC.pdf>
- Dirooney, V., Експертна група на Европейския младежки форум. (2022). *Европейски младежки форум; Наръчник за застъпничество*. Европейски младежки форум.
- GARDNER, Annette; BRINDIS, Claire. (2017). *Оценка на застъпничеството и промяната в политиките: теория и практика*. Stanford University Press.