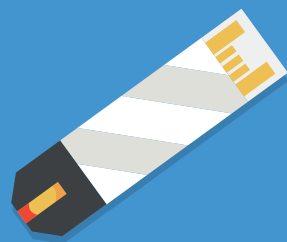




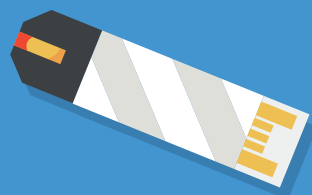
НПО

TII INTERNATIONAL



РУКОВОДСТВО ПО АДВОКАЦИИ ПРАВА БОЛЬНЫХ ДИАБЕТОМ НА ПОМОЩЬ

Жизнь с диабетом сложна. Доступ к жизненно необходимому инсулину, диабетическим средствам и медицинской помощи сложности вызывать не должен.



СОДЕРЖАНИЕ

1	Суть проблемы	3
2	План действий	15
3	Выполнение плана	29
4	Оценка достигнутого и как отмечать успех	35
5	Полезные ресурсы	43



Концепция НПО* T1International

Мы считаем, что у каждого человека с сахарным диабетом первого типа, вне зависимости от места проживания, должно быть все необходимое, чтобы жить и осуществлять свои мечты.

Цели T1International

Цель нашей работы состоит в том, чтобы у каждого больного диабетом первого типа был доступ к инсулину, диабетическим средствам, медицинской помощи и диабетическому образованию. Наша работа состоит в информационно-просветительской деятельности, проведении кампаний и сотрудничестве в рамках существующих инициатив. Мы также оказываем поддержку отдельным лицам и организациям на местах, деятельность которых направлена на улучшение качества жизни людей, страдающих диабетом первого типа.

*НПО - неправительственная организация

Для кого предназначено это руководство?

Это руководство адресовано тем, чья жизнь так или иначе связана с диабетом, а также тем, кто хочет изменить к лучшему качество жизни людей с диабетом. Оно может быть полезным для пациентов, медицинских работников и просто обычных людей во всем мире. Это то, с чего следует начинать адвокационную работу в защиту прав больных диабетом и проведение кампаний.

Мы надеемся, что это руководство поможет вам проанализировать, как можно изменить жизнь людей с диабетом там, где вы проживаете, или в целом в вашей стране. Изучив разделы, изложенные в этом документе, вы сможете постепенно прийти к пониманию сути проблемы, которой вы намереваетесь заняться, и того, какие цели необходимо ставить, как разрабатывать стратегию и план действий, в каком направлении работать, как отмечать достигнутый успех, а также как анализировать и оценивать свою работу. В руководстве также содержатся ссылки на вспомогательные ресурсы и дополнительную информацию, которая может оказаться вам полезной в вашей адвокационной работе.



НЕ СЕРЕБРО И НЕ ЗОЛОТО, А
ЗДОРОВЬЕ - ВОТ ИСТИННАЯ
ЦЕННОСТЬ



МАХАТМА ГАНДИ

1. СУТЬ ПРОБЛЕМЫ





1.1 Контекст

1.1.1 Общая картина

В недавнем отчёте ВОЗ¹ (Всемирной Организации Здравоохранения) сказано, что по состоянию на 2014 год приблизительно 422 миллиона взрослых людей в мире страдает диабетом. В том же отчёте отмечается, что данных о заболевании диабетом первого и второго типа по отдельности нет. Недостаток информации о диабете первого типа создаёт немалые трудности, так как ограничивает наше понимание масштабов и глубины проблем, с которыми сталкиваются больные диабетом.

Если применить на мировой масштаб коэффициент распространённости диабета первого типа в Великобритании, где приблизительно у 10% больных диабетом - диабет первого типа, то можно предположить, что сегодня в мире более 40 миллионов человек страдает диабетом первого типа.

По подсчётам Международной федерации диабета, 542 тысячи детей в мире страдают диабетом первого типа.¹¹ Эта цифра гораздо ниже, чем число детей, которые, как мы предполагаем, должны иметь подобный диагноз, а их, в нашем представлении, должны быть миллионы. Возможно, это объясняется тем, что многие дети с диабетом первого типа умирают до постановки диагноза и/или до достижения взрослого возраста.



ЧАЩЕ ВСЕГО ГРАЖДАНСКУЮ
АКТИВНОСТЬ ПРОЯВЛЯЕМ МЫ,
ОБЫЧНЫЕ ЛЮДИ.



ПАТРИЦИЯ ХИЛЛ КОЛЛИНС

Значительная часть людей с диабетом проживает в местах с неудовлетворительным уровнем здравоохранения, поэтому вполне вероятно, что миллионы людей с диабетом первого и второго типа находятся в зоне риска смерти в связи с нехваткой инсулина, диабетических средств, а также отсутствием соответствующей медицинской помощи или специальных знаний для лиц с диабетом.

Даже если людям с диабетом первого типа удаётся выжить, они непременно сталкиваются с множеством проблем, к которым, например, относится невозможность хранить инсулин на холоде, нехватка тест-полосок для определения уровня кетоновых тел, невозможность получения инъекций глюкагона и отсутствие других диабетических средств, а также отсутствие поддержки и специальных знаний.

Таким образом, в вашей стране или, там где вы проживаете, вероятно, есть как минимум одна, а то и несколько связанных с диабетом проблем, которые вы хотели бы решить.

Ключевые факты и немного статистики:

- 50% людей во всем мире, которым нужен инсулин, не имеют постоянной возможности получить его из-за отсутствия препарата, его дороговизны или по причине и того, и другого.ⁱⁱⁱ
- В США люди платят из собственного кармана от 0 до 1700 долларов США в месяц на диабетические средства.
- В Сирии на диабетические средства может уходить до 77% дохода больного, если их вообще удаётся приобрести.
- В Бразилии ежемесячные траты на диабетические средства могут достигать до 700 долларов США, что составляет 82% среднего дохода жителя Бразилии.^{iv}
- Полный комплекс мер по лечению диабета в Кении обходится ее жителям приблизительно в 120 долларов США в месяц, при этом средняя зарплата в этой стране составляет 216 долларов США.^{iv}
- Прекращение приёма инсулина было главной причиной диабетического кетоацидоза у 68% жителей неблагополучных районов в одном из городов США.^v

Подобные проблемы не могут не оказывать влияния на всех нас, вне зависимости от того, есть ли у нас диабет, знаем ли мы кого-либо, кто им страдает, или волнуют ли нас вопросы прав человека.

Положительный момент состоит в том, что в наших силах что-нибудь сделать в этой несправедливой ситуации. Любой из нас может встать на защиту нарушенных прав, поэтому, даже если бы никогда раньше этим не занимались, вы можете начать с небольших шагов и постепенно приобрести необходимый опыт.



1.1.2 Что такое адвокация?

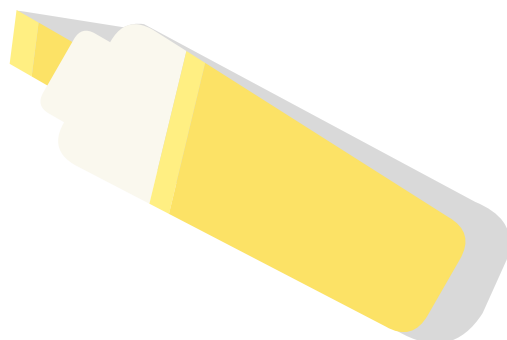
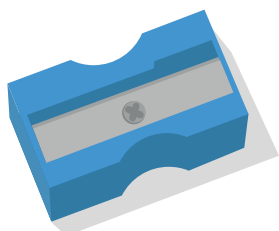
Оксфордский словарь английского языка даёт следующее краткое общее определение:

«Адвокация – публичная поддержка или рекомендация определённой идеи или принципа».

Термин «адвокация» часто используется в качестве обобщающего для разных видов деятельности, например, выступлений с целью повысить осведомлённость общества о какой-либо проблеме, встреч и переписки с политиками по определённому вопросу или в защиту какой-либо идеи, а также лоббирования (о чем в нашем руководстве пойдёт речь позже) в сотрудничестве с другими людьми и организациями с целью изменить к лучшему определённую ситуацию.

Все ещё есть неясности, не так ли? Адвокация может означать разное для разных людей, но опасаться этого не следует.

В понимании T1International, адвокация означает осуществление действий с целью достижения конкретных изменений в политике или практике, которые принесут пользу людям с диабетом первого типа.



Адвокация и гражданская активность – это одно и то же?

Адвокация тесно связана с понятием **«гражданская активность»**. Гражданская активность определяется как линия поведения или целенаправленные действия, связанные с проведением кампаний с целью достижения политических или социальных изменений.

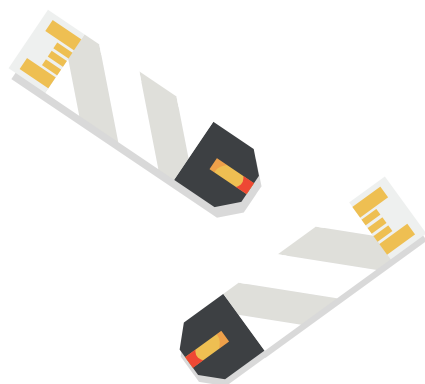
Иными словами, правозащитник – «адвокат» – сидит за столом и ведёт диалог с политиками и другими людьми для продвижения изменений, в то время как активист участвует в протестах, выходит на митинги и более физически активен в продвижении идеи о необходимости изменений.

Гражданская активность может быть частью адвокационной деятельности. Они обе важны для реализации плана по осуществлению социальных или политических изменений.

Хорошая и эффективная адвокационная деятельность обычно осуществляется стратегически в рамках определённого периода времени.

Помните, что вам не нужны огромные денежные средства или ресурсы, чтобы успешно заниматься адвокационной деятельностью; для этого необходимы лишь увлечённость делом и целеустремлённость!

Что ж, давайте приступим к адвокационной деятельности.

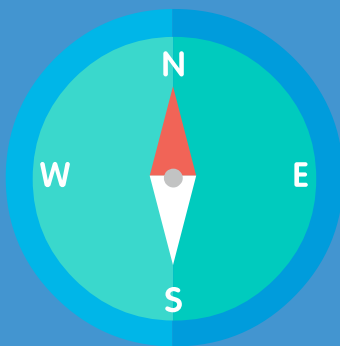


НИКОГДА НЕ БОЙТЕСЬ ВЫСТУПИТЬ В ЗАЩИТУ ЧЕСТНОСТИ, ПРАВДЫ И СОСРАДАНИЯ, ПРОТИВ НЕСПРАВЕДЛИВОСТИ, ЛЖИ И АЛЧНОСТИ. ЕСЛИ БЫ ВСЕ ЭТО ДЕЛАЛИ, МИР СТАЛ БЫ ДРУГИМ.



Уильям Фолкнер





1.2 Определение цели

1.2.1 В чем состоит проблема?

Пришло время задать себе вопрос «Какую проблему я стараюсь решить?» Вероятно, там, где вы живете, люди сталкиваются с множеством трудностей, связанных с диабетом. Возможно, цены на инсулин слишком высоки, может быть, невозможно получить тест-полоски, а возможно, недостаёт специальных знаний о диабете или определённые технические средства стоят слишком дорого.

Для того, чтобы ваша правозащитная деятельность привела к успеху, важно выбрать один проблемный вопрос и сосредоточиться именно на нем. Для кого-то это лёгкая задача, а для кого-то сложная. Не забывайте, что это только ваша первая проблема, за которую вы возьметесь, и только первый план действий. Когда у вас все получится, вы сможете заняться следующей проблемой, а затем следующей и далее следующей ...

Точно сформулируйте проблему, которой вы хотите заниматься.

Вот несколько примеров:

- Инсулин не всегда доступен в сельских аптеках для тех, кому он необходим.
- Стоимость шприцов для инсулиновых инъекций недоступна для больных диабетом.
- Тест-полоски стоят слишком дорого, поэтому единственная возможность для больных диабетом контролировать уровень сахара в крови – поход в поликлинику или больницу.
- Психологическая помощь для больного диабетом стоит слишком дорого.
- Отделения экстренной медицинской помощи в больницах не оказывают надлежащей помощи больным диабетом первого типа.

Для наглядной иллюстрации того, в чем состоит процесс адвокации, в этом руководстве мы воспользуемся следующим примером:

Местная клиника больше не может обеспечивать своих пациентов бесплатным инсулином, а его стоимость слишком высока, чтобы они могли расплачиваться за препарат из своего кармана.



1.2.2 Ваша цель

Вы определились с проблемным вопросом, и теперь пришло время чётко определить, что именно вы хотите в нем изменить. В этом и будет состоять ваша цель.

Простой метод, который поможет сформулировать суть вашей задачи, называется **«Пять вопросов «Почему?»»**. Его используют, чтобы разобраться в причинно-следственных связях, лежащих в основе определённой проблемы. Метод **«Пяти вопросов «Почему?»»** поможет вам добраться до первопричины проблемы, когда вы зададите себе вопрос «Почему?» пять раз (или столько раз, сколько вам это потребуется).

Причин существования проблемы бывает несколько, поэтому, возможно, вам придётся применить метод «Пяти вопросов «Почему?»» несколько раз и каждый раз для отдельной причины. Возможно, иногда вы не будете знать ответа на какой-либо из вопросов «Почему?», но сам процесс постановки вопроса поможет вам обозначить суть проблемы. Этот приём поможет вам понять, какая дальнейшая информация вам понадобится перед тем, как вы поставите себе цель и составите план действий.

Вот пример:

1. Почему клиника больше не может обеспечить больных бесплатным инсулином? Потому что в бюджете на это больше нет средств.
2. Почему в бюджете больше нет на это средств? Потому что правительство сократило финансирование клиники.
3. Почему правительство сократило финансирование клиники? Потому что оно не понимает последствий подобных сокращений.
4. Почему правительство не понимает последствий подобных сокращений? Потому что у правительства нет понимания того, во что ему обойдётся проблема диабета в долгосрочной перспективе.
5. Почему у правительства нет понимания того, во что обходится проблема диабета? Потому что представители власти не всегда учитывают тот факт, что вложение средств в ближайшее время помогло бы сэкономить на дорогостоящем пребывании пациента в больнице и лечении осложнений в будущем.

Это помогло нам определить нашу потенциальную конкретную цель:

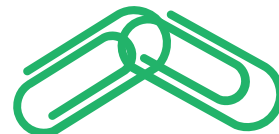
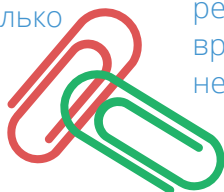
Заставить правительство восстановить финансирование поставок инсулина в клинику, показав, что если это не произойдёт, то в долгосрочной перспективе это обойдётся дороже.

1.2.3 Задачи

Теперь настало время приняться за постановку задач. Задачи – это важные ориентиры или шаги, которые вы предпримете для достижения вашей цели. Старайтесь трезво оценивать свои возможности, но и не бойтесь трудных задач. Например, какую-то задачу вы, возможно, не решите, но зато, может быть, вам удастся наладить диалог с правительством об этих проблемах, что может привести к успеху в долгосрочной перспективе.

Задачи должны быть такими, чтобы их можно было описать аббревиатурой SMART:

- **S - specific** - конкретными: точно ли вы определили, в какой сфере необходимы улучшения?
- **M - measurable** - измеримыми: как вы узнаете, что добились успеха?
- **A - achievable** – достижимыми: как вы можете достичь цели? Насколько реалистична ваша цель?
- **R - relevant** – релевантными: стоит ли браться за эту задачу? Подходящее ли сейчас время? Соответствует ли она тому, что нам нужно и тому, к чему мы стремимся?
- **T - Time-bound** – ограниченными во времени: когда будет достигнут результат? (можно наметить себе любые временные рамки, от пары недель до нескольких лет).



Задачи, необходимые для достижения нашей цели по восстановлению бюджета, выделяемого на инсулин, могут состоять в следующем:

1. Собрать данные в течение следующих трёх месяцев о том, во сколько обойдётся в долгосрочной перспективе отсутствие соответствующего бюджета, выделяемого на инсулин, и заручиться поддержкой персонала клиники, чтобы достичь цели вместе с ними.
2. В течение полугода организовать встречи по крайней мере с тремя сотрудниками правительственного аппарата, которые могут повлиять на выделение бюджета на здравоохранение.
3. В течение полугода провести как минимум четыре встречи с пациентами и пациентскими группами, которые могут помочь нам в осуществлении этого плана.
4. Добиться того, чтобы в следующие восемь месяцев проблема, связанная с нашей задачей, по крайней мере 5 раз освещалась в прессе, оказывая давление на правительство публикациями о потерпевших в результате этой ситуации.

Каждая из ваших задач впоследствии будет дополнена более конкретными действиями, о которых говорится ниже, но пока это только начало вашего плана.



1.3 Как донести ваш посыл до аудитории

1.3.1 Целевая аудитория

Подумайте о людях, на которых вы хотите оказать влияние, и о том, как это сделать.

В адвокационной деятельности мы обычно имеем дело с двумя главными группами людей (аудиториями): теми, кто принимают решения и теми, кто оказывают влияние на их принятие.

1. **Те, кто принимают решения** (ваша основная аудитория): какие конкретные люди или группы людей принимают решения, на которые вы хотите повлиять?

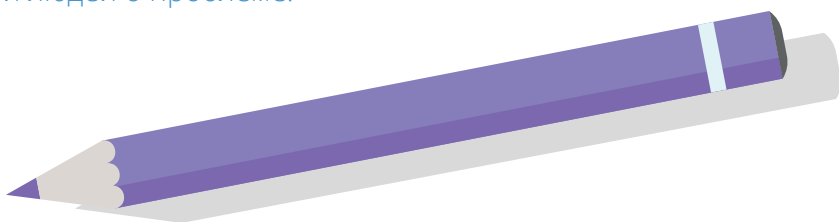
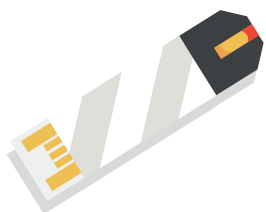
В нашем примере это - избранные политики, бизнес-лидеры, сотрудники правительственного аппарата.

2. **Те, кто оказывают влияние** (неосновная аудитория): кто из них оказывает больше всего влияния на тех, кто принимает решения?

В нашем примере - это СМИ, специалисты в области здравоохранения, знаменитости, пациенты и наши единомышленники - коллеги по адвокационной работе.

Вам нужно начать думать над тем, как повлиять и на тех, кто принимает решения, и на тех, кто на этих людей оказывает влияние. Как вам привлечь их на свою сторону?

Не забывайте, что уровень осведомлённости о поднимаемой проблеме у всех разный. Кто-то будет сразу же готов активно работать над представленной вами проблемой, а кому-то потребуется больше информации, прежде чем согласиться принять участие. Очень важно подготовить ключевые тезисы для повышения уровня осведомлённости людей о проблеме.



1.3.2 Ключевые тезисы.

Ваш ключевой тезис – это самый важный элемент, на котором ваша аудитория будет основываться, чтобы решить, оказать ли содействие вам и поддержать ли вашу позицию. Тезис должен быть:

- Веским, убедительным, понятным и кратким. В идеале, вы должны быть в состоянии изложить его менее, чем за минуту.
- Последовательным – вероятность того, что вам поверят, будет выше, если ваша информация будет подкреплена разными источниками.

Можно использовать в ваших выступлениях некоторые утверждения из пункта 1.1.1. изложенные в начале этого раздела, или же привести конкретные данные по вашей стране и теме, которой вы занимаетесь, в зависимости от ваших целей и задач.

Пример вашего общего главного тезиса

В [вставьте название города] люди с диабетом первого типа умирают преждевременно и страдают от осложнений, которые обходятся дорого, поскольку они больше не могут получать инсулин бесплатно в своей клинике в связи с сокращением бюджета. В [название страны] больные с диабетом первого типа не могут позволить себе купить инсулин из-за его дороговизны, потому что стоимость его может составлять около [число]% от месячной зарплаты больного.

Нам нужно, чтобы правительство пересмотрело свои взгляды на данный вопрос, потому что сокращение финансирования приведёт к множеству осложнений у больных диабетом. Системе здравоохранения [название страны] это обойдётся гораздо дороже в долгосрочной перспективе из-за госпитализаций пациентов с диабетом первого типа и роста числа осложнений у них. Мы обращаемся к правительству с настоятельной просьбой восстановить бюджет на инсулин, чтобы в итоге спасти жизни и сохранить государственные средства.

Возможно, вам понадобится внести изменения в ваши основные тезисы в процессе вашей адвокационной работы. Например, после того, как вы повысили уровень осведомлённости людей о проблеме, вам, скорее всего, захочется сформулировать тезис, который будет более адресным и ориентированным на конкретные действия.

Вы поставили перед собой цель и определили задачи, подумали о том, из кого будет состоять ваша целевая аудитория, и сформулировали несколько ключевых тезисов. Теперь пришло время для составления плана адвокационных действий!

ⁱ <http://www.who.int/diabetes/global-report/en/>

ⁱⁱ <http://diabetesatlas.org/key-messages/7.html>

ⁱⁱⁱ <http://haiweb.org/wp-content/uploads/2015/11/ACCISS-Fact-Sheet-1-Inequalities-in-Insulin-Market.pdf>

^{iv} <https://www.t1international.com/insulin-and-supply-survey/>

^v <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21775761>



ЗАКОН КЕВИНА, США

Конкретный пример: повторное использование рецепта на инсулин в срочном порядке

Дэн, отец ребёнка с диабетом первого типа, США

Проблема: во всех штатах США есть закон об повторном использовании рецепта в срочном порядке. Этот закон требует пересмотра, поскольку его недостаточно для спасения жизней больных с диабетом первого типа. Инсулин и некоторые другие препараты продаются в упаковках, которые не предусматривают возможности срочного пополнения запаса инсулина на три дня. Многие аптеки не разрешают раскрывать упаковки с инсулином для розничной реализации, а если они это сделают, это может стать нарушением закона. Если упаковка нарушена, то либо пациент должен оплатить препарат из своих средств, либо расходы несёт аптека, если страховая компания откажется их покрывать.

В январе 2014 года подобная проблема стоила нашему сыну Кевину жизни. Многие больные с диабетом первого типа пострадали, уйдя из аптеки без инсулина и оказавшись без него до момента контакта с врачом, потому что в определённых ситуациях закон запрещает повторное использование рецепта в срочном порядке.

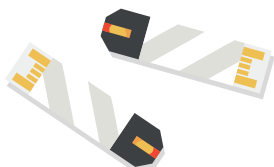
Наши действия: мы связались с сенатором штата Огайо и рассказали ей о Кевине и о том, что закон необходимо изменить. Мы беседовали с сенатором нашего штата более часа о постигшей нас личной трагедии и нашей просьбе. Сенатор поняла всю важность данного вопроса и немедленно приступила к работе. Она заручилась поддержкой ещё одного сенатора, который по совместительству работает фармацевтом и владеет собственной аптекой, а также ей помогли другие сенаторы и члены Палаты представителей.

Нам удалось добиться освещения данной проблемы на протяжении последних двух лет на телевидении на местном и национальном уровне, а также на уровне штата и добиться освещения проблемы в других СМИ. Мы два раза ездили в Капитолий штата и представили данные перед специальными комитетами. Этот подход оказался невероятно действенным, ведь подобные комитеты зачастую выслушивают свидетельства, основанные на фактах, или узко специальные заявления, а наша личная история глубоко тронула и сам комитет, и аудиторию. Мы также заручились полной поддержкой Ассоциации фармацевтов, и они помогли нам создать черновой вариант текста законопроекта.

По мере разработки законопроекта мы связались с лидерами большинства в Палате представителей и Сенате и встретились с ними лично, хотя сам проект закона возражений не вызывал. Я постоянно поддерживал контакт с моим сенатором и членом Палаты представителей. Мне также удалось познакомиться с их ассистентами. Нам удалось соблюсти золотую середину, дав им возможность с одной стороны, делать свою работу, но при этом направлять их к нужным действиям и самим в ней участвовать.

Результат: это привело к изменению в законе, что позволило фармацевтам помогать больным, которым нужен инсулин немедленно, до того, как они свяжутся со своим врачом или получают новый рецепт. Это была простая поправка к закону и была принята единогласно при поддержке обеих партий на всех этапах чтения. Закон был подписан губернатором Огайо Кейсиком в 2015 году. Этот закон касается всех, кому нужны жизненно необходимые препараты, которые продаются в упаковках, из которых невозможно выделить трёхдневную дозу.

Год и два месяца прошло с того момента, как мы связались с нашим Сенатором, и до подписания закона губернатором. По меркам США, это довольно быстро. Мы хотим добиться, чтобы в каждом штате США был закон, регулирующий экстренные пополнения лекарств по просроченным рецептам или по рецептам без права повторного использования. Постепенно все штаты начинают внедрять подобные изменения. Благодаря нашим адвокационным действиям по вовлечению общественности и политиков во всех штатах закон был принят также в нескольких других штатах с тех пор, как был подписан в Огайо. В штате Огайо закон Кевина был даже включен в юридическую часть экзамена по фармации и теперь фармацевтов в учебных заведениях учат тому, что приоритетная роль должна принадлежать пациентам.



2. ПЛАН ДЕЙСТВИЙ





2.1 Изучение проблемы и анализ

2.1.1 Понимание сути политических и социальных контекстов

Вы определили свои задачи, подумали о своей целевой аудитории и сформулировали ключевые тезисы. Пришло время взглянуть на ситуацию со стороны и увидеть проблему в контексте, чтобы спланировать дальнейшие шаги.

Ключевые вопросы для анализа :

- Есть ли какие-либо потенциальные политические препятствия на пути к решению ваших задач?

В нашем примере: это - потенциальная коррупция, неправильные политические установки, приоритетность других задач правительства, на которые отведены ресурсы.

- Существуют ли какие-либо практические или процессуальные препятствия для достижения ваших целей? **В нашем примере это:** ограниченность выделяемых средств, транспортные ограничения, недостаток времени.
- Что было ранее сделано другими с целью достичь тех же или подобных целей? Есть ли какая-либо группа людей, которой удалось убедить правительство пересмотреть вопрос финансирования сферы здравоохранения?

В нашем примере ещё одна клиника, столкнувшаяся с подобной проблемой, успешно ее решила, активисты по борьбе за права больных СПИДом и ВИЧ - инфицированных добились увеличения объёма финансирования.

- Какой урок можно извлечь из чужого опыта?

Не нужно изобретать того, что уже давно известно. Узнайте как можно больше о том, что уже было сделано до вас и какие идеи были успешными, а какие нет. Таким образом вы с большей вероятностью добьётесь успеха.

С помощью поисковых систем интернета, общения с единомышленниками по адвокатской работе, организациями и сотрудниками правительственного аппарата вы также сможете прийти к чёткому пониманию того, почему определённые проблемы остаются нерешёнными и что еще нужно сделать, чтобы поставить их решение на повестку дня.

2.1.2 Взаимодействие с участниками процесса

При составлении плана адвокационной работы вам также понадобится посвятить определённое время анализу взаимоотношений между всеми, кого эта проблема затрагивает.

Ключевые вопросы:

- На кого из вашей основной аудитории ваши задачи окажут непосредственное влияние?
Например: на представителей власти/законодателей, персонал клиники и пациентов.
- Кто внутри этой основной группы может играть руководящую роль?
Например: заведующий диабетическим отделением в клинике, сотрудники правительственного аппарата или влиятельный пациент.
- Какие люди могли бы стать влиятельными партнёрами и какого рода поддержку они могли бы оказать?
Например: ваш ключевой контакт в СМИ мог бы помочь с широким освещением проблемы в прессе и в оказании давления на правительство с целью добиться от него ответа.

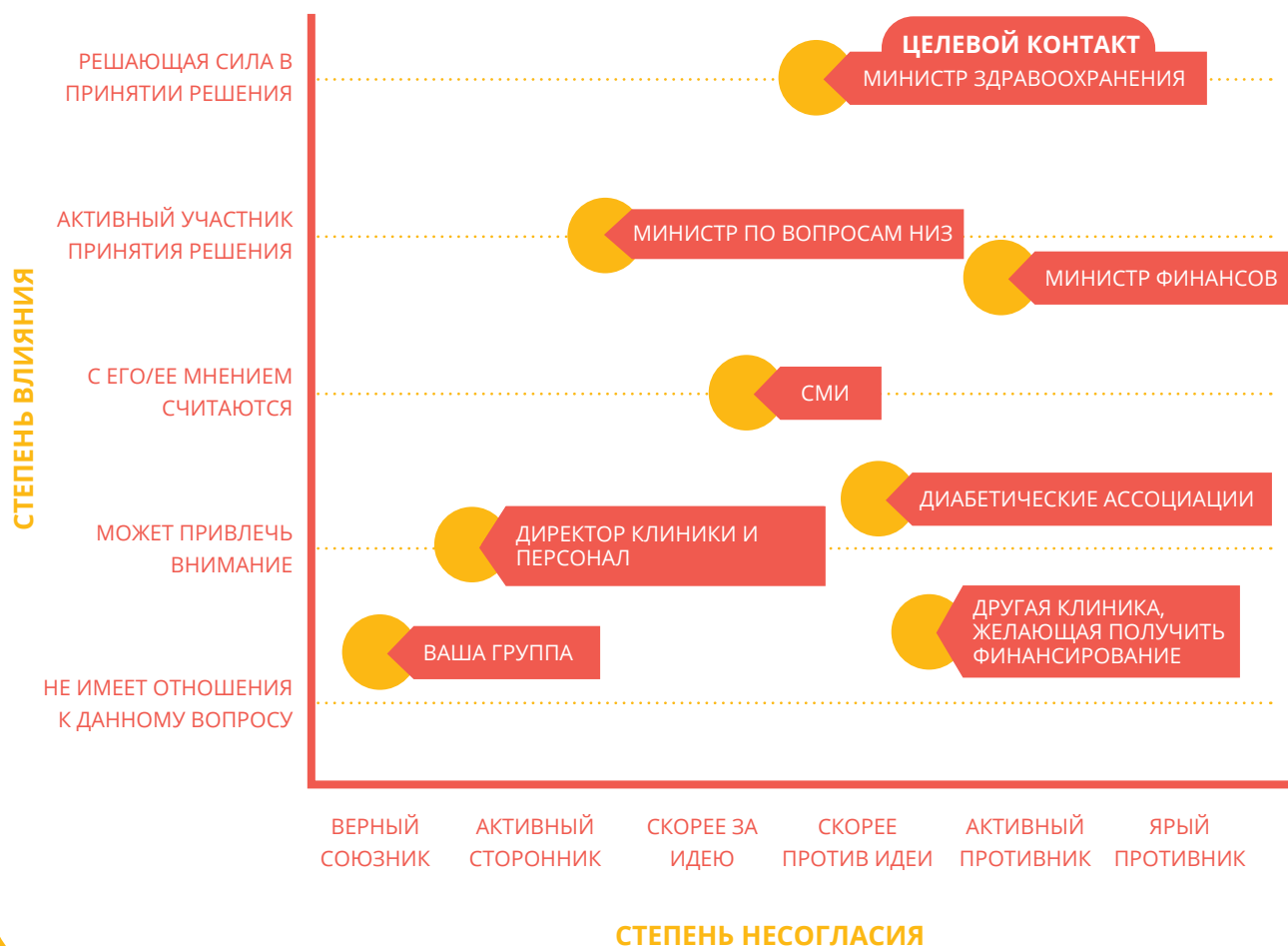
Может оказаться полезным использовать программу **Power Map**, где вы подробно представите ваш результат в ответах на вышеизложенные вопросы. Увидев всех влиятельных участников процесса на одной странице, возможно, вы сможете определить, как они могут взаимодействовать между собой для оказания максимального давления и влияния на тех, кто принимает решения по каждой из ваших задач. Иллюстрация справа основана на программе адвокационной работы молодёжи организации *Advocates for Youth*.¹

Следует не забывать о том, что в любой адвокационной деятельности есть несколько уровней участия: лидеры, участники и сторонники.

Участники - это люди, которые уделяют большое внимание самой деятельности и являются частью вашей команды. Сторонники поддерживают вашу позицию в своих высказываниях, но пока не предпринимают активных действий. Вам необходимо постоянно привлекать новых сторонников в вашу команду, параллельно углубляя уровень понимания участниками стоящих перед ними задач и их приверженности избранной деятельности. В свою очередь, это поможет определить потенциальных лидеров в вашей команде правозащитников и, поработав некоторое время с ними, вы укрепите свою и их уверенность в том, что они понимают стоящую перед ними цель.

Лидеры могут привлечь новых сторонников и станут важной частью вашей команды, тем самым напоминая вам о том, что в своей деятельности вы не одиноки!

КАРТА ВЛИЯНИЯ



Источник: *Advocates for Youth*

КАК ЧУДЕСНО, ЧТО НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ
ЖДАТЬ НИ СЕКУНДЫ, ЧТОБЫ НАЧАТЬ
ДЕЛАТЬ МИР ЛУЧШЕ.

АННА ФРАНК

2.1.3 Подкрепите ваши цели фактами

Глубокая приверженность своему делу невероятно важна при ведении адвокатской работы, она придаёт нам сил идти дальше. Не менее важно донести свои идеи таким образом, чтобы оказать максимальное воздействие. Это может показаться трудной задачей, но в процессе поиска материала, подтверждающего обоснованность ваших основных тезисов, вы почувствуете себя более уверенно.

Собирайте и записывайте факты и цифры, беседуйте с разными людьми об их личном опыте, чтобы собрать веские и убедительные аргументы. Высказывания заслуживающих доверия людей, например, преподавателей вузов и лиц, принимающих ключевые решения, также укрепят ваш авторитет.

Вот пример тезиса, подкреплённого доказательствами:

Обеспечение [название клиники] запасом инсулина обойдётся дешевле в долгосрочной перспективе, так как подобная мера позволит сэкономить приблизительно [укажите сумму]. По данным клиники, вследствие этого число госпитализаций пациентов с осложнениями будет уменьшаться на [число] ежегодно. В сравнении со стоимостью лечения каждого такого пациента, которая составляет более [количество], стоимость инсулина очень незначительна.

Вы можете составить аналогичные тезисы, используя данные ВОЗ, либо данные министерства здравоохранения вашей страны.



Источники данных

Международная федерация диабета регулярно публикует наиболее актуальные данные в своём Атласе распространённости диабета, поэтому мы советуем оттуда начать поиски информации о его распространённости. Несмотря на это, данных по многим странам все ещё недостаточно. Таким образом, сбор более обширной и качественной информации может стать той областью, в которой вы, возможно, захотите вести свою адвокатскую работу.

Для T1International сбор данных в странах, где вопрос остаётся неизученным полностью, – одна из самых приоритетных задач, и мы делаем все, что в наших силах, чтобы реестров с данными по диабету и необходимых для этого исследований стало больше. Мы будем оказывать вам всяческую поддержку в поиске данных, необходимых для достижения ваших целей в вашей адвокатской работе.

В дополнение к поискам онлайн, вы также можете обратиться к своей местной диабетической ассоциации, к врачам и учёным, а также задействовать другие свои связи, чтобы собрать все доступные данные для достижения вашей цели.

2.1.4 Здоровье как право человека

Право на здоровье является одним из основных прав человека, и это может помочь вам в вашей адвокационной работе.

Узнайте подробнее, как именно законы о правах человека уже применялись в решении подобных проблем в области здравоохранения, и выберите ключевые аргументы, которые вы сможете использовать для достижения своей цели.

Всеобщая декларация прав человека 1948 года гласит:

«Каждый человек имеет право на такой уровень жизни, который необходим для поддержания здоровья и благосостояния его самого и его семьи, включая еду, одежду, жилище, медицинский уход и необходимое социальное обслуживание, и право на обеспечение на случай безработицы, болезни, инвалидности, вдовства, наступления старости или иного случая утраты средств к существованию по не зависящим от него обстоятельствам.»

T1International разработала специальные ресурсы по вопросам здоровья как о праве больных диабетом.ⁱⁱⁱ Они представлены на нашем сайте, и они бесплатны.

2.1.5 Полезные методы и ресурсы для проведения анализа

В свободном доступе существует целое множество полезных ресурсов, которые помогут вам на стадии планирования. Вы можете использовать один или несколько из тех, что упомянуты ниже, для анализа ваших целей и задач. Здесь о них подробно не говорится, но вы сможете найти больше информации и примеров в нашей группе на Facebook, которая называется **Diabetes Access Advocacy (T1International)**^{iv}.

- **SWOT-анализ** с его помощью оценивают сильные и слабые стороны определенного проекта или стратегии, возможности и угрозы, связанные с их осуществлением.
- **PEST-анализ** при его проведении особое внимание уделяется политическим, экономическим, социальным и технологическим препятствиям и способам их преодоления
- Метод **«Дерево Проблем» (Problem Tree)** построен на использовании диаграммы для наглядного представления решений, где выделены причины и следствия для каждой проблемы
- **Метод Анализа силовых полей (Force Field Analysis)** определяет движущие и сдерживающие силы в процессе решения каждой из ваших задач.



2.2 Навыки ведения адвокационной деятельности

После тщательного изучения и анализа у вас будет более ясное представление о потенциальных сложностях, с которыми вы столкнётесь при достижении ваших целей, а также возможных решений этих проблем и того, кого вам необходимо привлечь в этой связи. Почти настало время планировать наши конкретные действия.

2.2.1 Развивайте и используйте навыки адвокационной деятельности

Для построения стратегии адвокационной деятельности ключевыми являются три навыка:

1. Способность к сотрудничеству с большим числом участников.
2. Способность эффективно формулировать проблему.
3. Способность проводить постоянный стратегический анализ.

Доктор Кибачио Джозеф Муанги (Kibachio Joseph Mwangi), Заведующий отделом по вопросам неинфекционных заболеваний (НИЗ) в Министерстве здравоохранения Кении, помогает лучше разобраться в этих навыках. Он акцентирует внимание на том, что иногда, чтобы добиться цели, необходимо, чтобы политик думал, что идея исходит от него самого.

Особое внимание он обращает на необходимость сотрудничества с политиками, потому что, по его словам, **“мы всецело от них зависим”**.



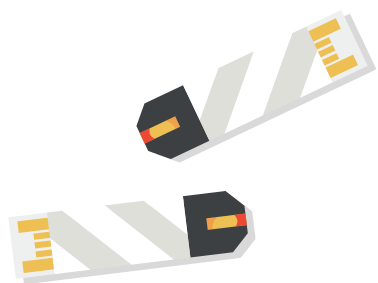
Я ГОВОРЮ ГРОМКО, ВО ВЕСЬ ГОЛОС — НЕ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ КРИЧАТЬ, НО ЧТОБЫ БЫЛ СЛЫШЕН ГОЛОС ТЕХ, У КОГО ЕГО НЕТ.



МАЛАЛА ЮСУФЗАЙ

Следующие полезные советы от доктора Кибачио помогут глубже понять то, как ситуацию видят сотрудники правительственного аппарата:

1. **Работайте над своими навыками общения.** – Купите себе зеркало и практикуйтесь в изложении ваших доводов перед ним.
2. **Следует быть хорошо осведомлённым, но при этом не снисходительным, искренне увлечённым, но также эмоционально уравновешенным,** – иначе политик просто потеряет к вам интерес.
3. **Время – деньги, а политики очень занятые люди** – вы должны быть подготовлены и организованы (подготовьте ваше ключевые тезисы, чтобы ясно и увлекательно изложить в беседе с политиком, чего вы хотите добиться).
4. **Приоритеты у вас и у него разные;** добейтесь того, чтобы политик понял, почему ваша проблема должна стать его приоритетной задачей.
5. **Вы должны знать, как устроена система:** у политика нет времени, чтобы рассказывать вам об этом, поэтому найдите всю необходимую информацию самостоятельно, чтобы понимать, в чем состоит процесс принятия решений и знать, с какими конкретно людьми вам необходимо побеседовать.
6. **Приходите с решениями, а не только с проблемами.**
7. **Будьте настойчивы, но терпеливы:** вы можете быть очень рассержены или расстроены, но если вы не произведёте впечатление уравновешенного человека, у политика это вызовет чувство настороженности.
8. **Проявляйте гибкость и способность адаптироваться к ситуации:** возможно, вам не удастся достичь своей цели с первого раза, но необходимо проявить упорство и показать, что в нужный момент вы готовы пойти на уступки.
9. **Будьте частью большой группы людей:** ваше влияние будет более значительным в большей группе людей, так как политик вряд ли заинтересуется проблемой одного человека.
10. **Проявляйте уважение к тем, кто принимает решения,** даже если вам не нравится политик, с которым вам пришлось иметь дело, вы должны суметь увлечь его или ее своими идеями, чтобы добиться цели.

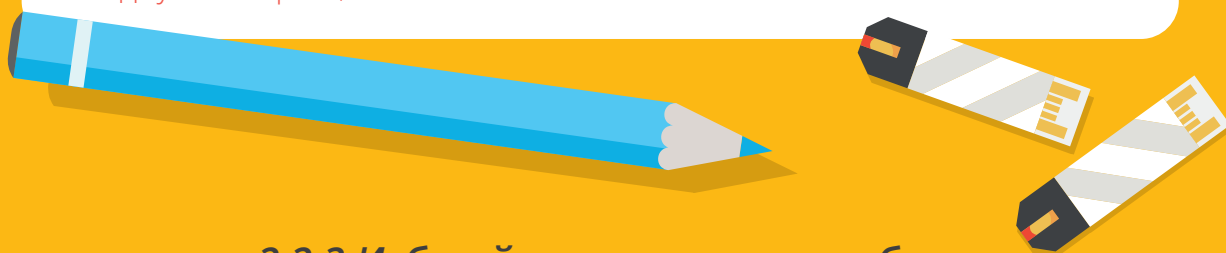


2.2.2 Будьте готовы к потенциальным трудностям и рискам

Изучив вопросы, связанные с выполнением вашей задачи, вы определите потенциальные трудности и риски. Составление плана адвокатской работы даст вам возможность их документировать и подготовить возможные пути их преодоления. Это динамичный процесс и в своей работе вам нужно будет продолжать их документировать и информировать о них соответствующих участников процесса. Такой список окажется полезным и для ваших других будущих начинаний.

Полезно будет оценить риски, чтобы выяснить, будет ли целесообразно заниматься решением той или иной задачи в сравнении с пользой, которую ее решение может принести. Есть практичный метод управления рисками, при котором рискам присваивается определённый цветовой код: жёлтый для низкого риска, оранжевый для среднего и красный — для высокого. «Красных» рисков следует скорее всего избегать в любых ситуациях, а при «оранжевой» ситуации риск может оказаться целесообразным, если предварительно обсудить самый худший возможный результат и как избежать возможных негативных последствий.

Возможно, вам также захочется разделить риски на различные категории. Например, могут возникнуть значительные риски в связи с недостатком финансирования или ресурсов, их можно объединить в одну категорию, так как они все взаимосвязаны.



2.2.3 Избегайте типичных ошибок

Вот несколько советов, как избежать распространённых ошибок при ведении адвокатской работы.

1. Не ставьте перед собой слишком больших или слишком сложных целей

При ведении адвокатской работы нам хочется достичь как можно больше изменений и как можно скорее. Реальные и долговременные изменения обычно происходят постепенно, а не сиюминутно. Если вы ставите перед собой недостижимую цель или недостаточно ее конкретизируете, вы можете разочароваться или утратить мотивацию. Сосредоточьте усилия на обозначенных целях и стремитесь к постепенным изменениям.

2. Не включайте всех в вашу целевую аудиторию

Публика в широком смысле этого слова - это не ваша целевая аудитория. Если вы захотите донести один и тот же тезис до всех и сразу, вы не донесёте его ни до кого. Это очень важно для тех, кто ведёт адвокационную работу в области диабета, потому что мы ограничены в ресурсах на реализацию программ и организацию кампаний. Для успешной адвокации вам необходима поддержка, поэтому следует сотрудничать только с теми людьми, которые одобряют то, чего вы стремитесь добиться.

3. Стремитесь к простоте ваших тезисов.

Если вы действительно хотите, чтобы вас услышала ваша целевая аудитория, то все ваши материалы — листовки, сайты, пресс-релизы и так далее— должны быть чёткими и понятными. Ваша информация может попасть в руки неграмотного человека, и поэтому вы, возможно, захотите использовать изображения для иллюстрации ключевых моментов там, где это возможно, в дополнение к объяснениям. Исключая случаи, когда ваши материалы предназначены для учёных или экспертов в области права/политиков, вам следует ориентироваться на невысокий уровень образования читателя (обычно не выше восьмого класса).

4. Не перегружайте информацией вашу аудиторию

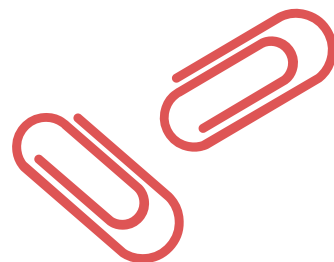
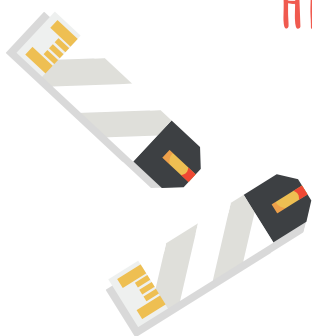
Бизнесмены знают: если предоставить покупателю слишком большой выбор, он купит меньше, чем в случае, если бы выбора было меньше. В адвокационной работе, если изложить людям слишком много причин, почему нужно действовать, они могут проигнорировать их все. Например, существует много причин, почему инсулин должен продаваться по сниженной цене или предоставляться бесплатно в клинике, но максимального эффекта вы добьётесь при условии, если исходящая от вас мотивация будет доходить до нужной аудитории. Например, сотрудников правительственного аппарата вряд ли заинтересует качество жизни больного как повод для обеспечения больных инсулином, а вот экономия бюджетных средств впоследствии будет им интересна и выгодна.



МОГУТ БЫТЬ СИТУАЦИИ, КОГДА МЫ БУДЕМ НЕ
В СИЛАХ ПРЕДОТВРАТИТЬ НЕСПРАВЕДЛИВОСТЬ,
НО ЧАС, КОГДА МЫ ОТКАЖЕМСЯ ОТ ПРОТЕСТА
НЕ ДОЛЖЕН НАСТУПИТЬ НИКОГДА.



Эли Визель



2.3 Образец плана адвокационной работы

ЦЕЛЬ	ЗАДАЧА 1
<i>Заставить правительство восстановить финансирование инсулина в клинике, показав, что если этого не произойдёт, то в долгосрочной перспективе это обойдётся дороже.</i>	<ul style="list-style-type: none"> Собрать данные в течение следующих трёх месяцев о том, во сколько обойдётся в долгосрочной перспективе отсутствие соответствующего бюджета, выделяемого на инсулин, и заручиться поддержкой клиники, чтобы вместе с ее персоналом идти к достижению цели.
ВОПРОСЫ, КОТОРЫЕ НУЖНО ПРИНЯТЬ ВО ВНИМАНИЕ	1
На кого нам нужно оказать влияние?	<ul style="list-style-type: none"> • Преподаватели вузов • Директор клиники • Специалисты в области диабета
Какие установки они должны получить и от кого?	«Нам нужна ваша поддержка, ваше финансовое обоснование, ваши свидетельства и ваши знания.»
Как мы собираемся влиять на аудиторию и как добиться того, чтобы наш посыл услышали?	<ul style="list-style-type: none"> • Дать им знать, что вы хотите помочь • Встречайтесь с ними и прислушивайтесь к тому, что они говорят, чтобы убедиться, что ваши взгляды совпадают. • Дайте им возможность проявить инициативу там, где необходимо • Будьте готовы, к тому, что их время ограничено
Что нам требуется, чтобы это произошло? (ресурсы, время, способность добиваться изменений давлением на структуры власти т.д.)	<ul style="list-style-type: none"> • Информация, ресурсы и эксперты в данной области для сбора необходимых данных • Доступ к залам заседаний, чтобы беседовать с сотрудниками клиники • Лидер или лидеры, которые представят нашу группу персоналу клиники
Что ещё необходимо сделать, чтобы добиться этих перемен ?	Длительный открытый диалог и сотрудничество с персоналом клиники и ее руководством.
Когда мы узнаем, что мы добились успеха?	Когда медицинские работники клиники подтвердят, что бюджет восстановлен.

ⁱ <http://www.advocatesforyouth.org/publications/publications-a-z/2229-youth-activists-toolkit>

ⁱⁱ <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/en/>

Теперь, когда вы изучили все, что имеет отношение к вашей идее, и нанесли соответствующие данные на карту, все уже почти готово. Вот простой пример стратегического плана, в котором систематизированы все данные; он чётко отвечает конкретным задачам.

ЗАДАЧА 2	ЗАДАЧА 3	ЗАДАЧА 4
<p>В течение полугода организовать встречи по меньшей мере с тремя сотрудниками правительственного аппарата, которые могут оказать влияние на выделение бюджета на здравоохранение.</p>	<p>В течение полугода провести как минимум четыре встречи с пациентами и пациентскими группами, которые могут помочь в осуществлении нашего плана действий.</p>	<p>Добиться того, чтобы в следующие восемь месяцев проблема, связанная с нашей задачей, по крайней мере 5 раз освещалась в прессе, что окажет давление на правительство сообщениями о жизни потерпевших в данной ситуации больше всего.</p>
<p>2</p>	<p>3</p>	<p>4</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Лидер определённой политической партии • Региональный или местный лидер (например, мэр города) 	<ul style="list-style-type: none"> • Люди с диабетом первого типа • Местные диабетические ассоциации • Пациентские группы 	<ul style="list-style-type: none"> • Ключевые контакты в прессе и СМИ
<ul style="list-style-type: none"> • Свидетельства конкретных людей • Сколько средств сэкономит правительство в долгосрочной перспективе 	<ul style="list-style-type: none"> • «Нам нужны факты, касающиеся вашей ситуации – присоединяйтесь к нам и помогите увеличить наше численное преимущество.» • Чётко объяснить, как именно эти люди могут поддержать наш план достижения поставленных целей 	<ul style="list-style-type: none"> • Простые утверждения, которые затронут у людей их душевные струны • Свидетельства конкретных людей • Экономическая выгода, например, экономия средств для правительства
<ul style="list-style-type: none"> • Использовать свои связи для организации личных встреч • Написать письмо, подписанное пациентами, с просьбой встретиться и обсудить проблему • Позвонить представителям правительства • Создать онлайн-петицию и набрать 5000 подписей 	<ul style="list-style-type: none"> • Дать им знать, что мы хотим работать сообща • Выслушать и убедиться, что у нас общие взгляды на проблему и вы выслушали их точку зрения • Показать, как именно можно действовать и как это положительно скажется на их жизни 	<ul style="list-style-type: none"> • Люди с диабетом будут напрямую связываться с представителями СМИ, чтобы рассказать о своей конкретной ситуации • Использовать и находить любые связи для организации личных встреч • Провести митинг или публичное мероприятие перед зданием правительства
<ul style="list-style-type: none"> • Средства на транспортные расходы, связанные с встречами с представителями правительственного аппарата • Средства на листовки и другие материалы для передачи лицам, которые пользуются влиянием • Сторонники и время на звонки и составление писем 	<ul style="list-style-type: none"> • Три сильных лидера, которые будут руководить правозащитниками и привлекать новых сторонников • Зал заседаний, где можно будет общаться с пациентскими группами • Средства на листовки и другие ресурсы, в которых будет изложен наш план 	<ul style="list-style-type: none"> • Несколько человек с диабетом, которые готовы связаться со СМИ и рассказать о своей ситуации • Большое число сторонников, которые готовы принять участие в публичном мероприятии
<p>Давление со стороны аптек и других влиятельных участников адвокационной деятельности в стране или регионе.</p>	<p>Сотрудничество со специалистами в области здравоохранения, которые ежедневно сталкиваются с осложнениями диабета.</p>	<p>Освещение проблемы представителями СМИ в газетах, по радио и в онлайн-новостных ресурсах на всех уровнях (местных, национальных и т. д.)</p>
<p>Когда правительство перераспределит бюджет и направит средства в клинику.</p>	<p>Когда пациенты смогут подтвердить, что получают инсулин.</p>	<p>Когда СМИ расскажут о нас и помогут привлечь всеобщее внимание к нашему обращению</p>

ⁱⁱⁱ <https://www.t1international.com/resources>

^{iv} <https://www.facebook.com/groups/T1InternationalAdvocacy/>



ОСТРОВ ФИДЖИ

Конкретный пример: Таможенный сбор на тест-полоски

Шиванджани, человек с диабетом первого типа, остров Фиджи

Проблема: На Фиджи нет обязательного медицинского страхования для гражданского населения. Большинство людей полагается на государственные больницы в случае, если им понадобятся медицинские услуги или вспомогательные средства. Все медицинские страховые программы на Фиджи включают обеспечение инсулином, однако глюкометры и полоски туда не входят.

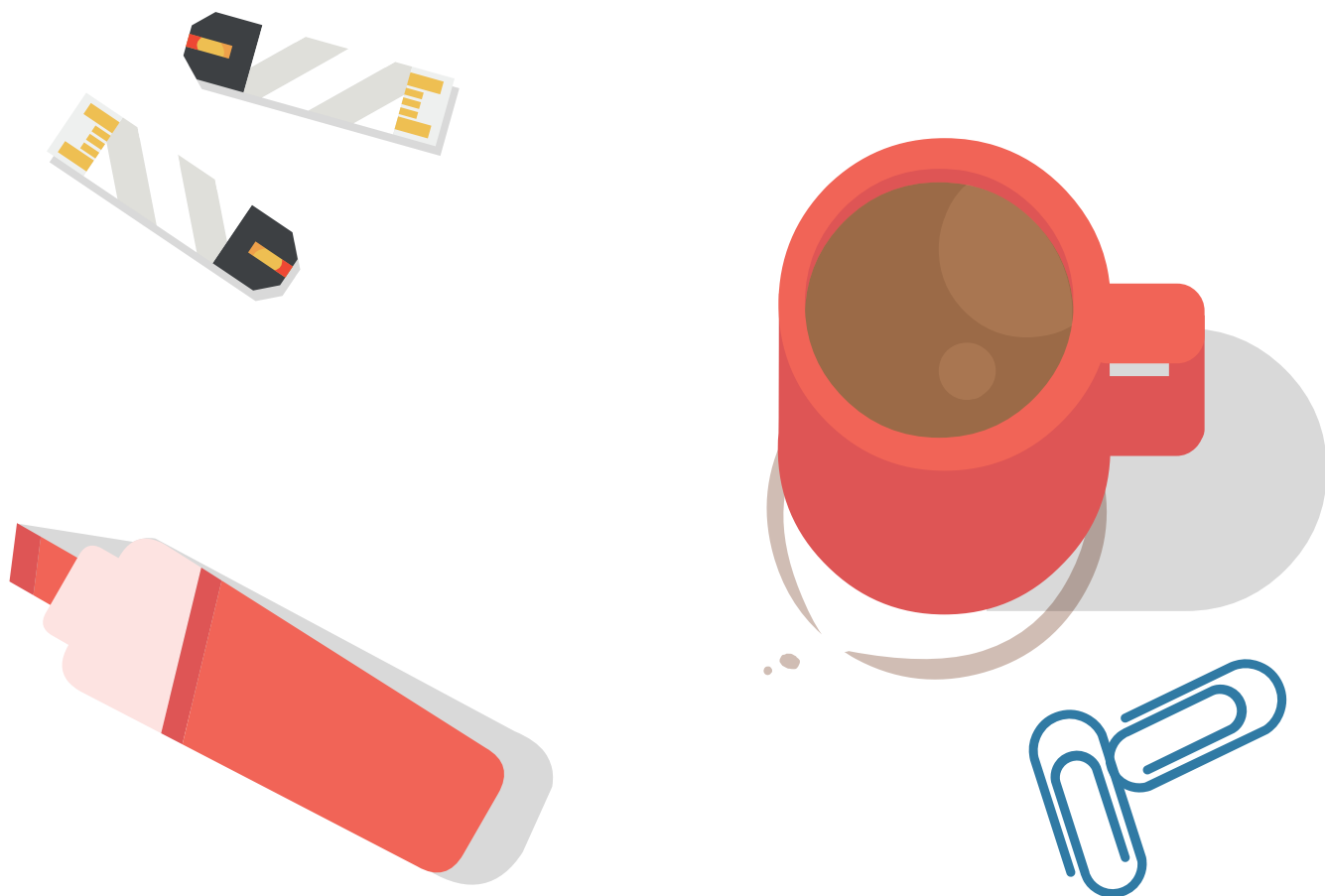
Менее 20% населения страхуют своё здоровье, поэтому большинству людей приходится платить за тест-полоски из собственных средств. Упаковка из 50 полосок стоит приблизительно 30 долларов США. Это неподъёмная стоимость для обычных людей, еженедельный доход которых составляет порядка 100 долларов США. Покупка тест-полосок для детей с диабетом первого типа отходит на второй план, когда в семье трудно собрать денег на питание. Родители стоят перед выбором: отказаться от контроля за диабетом или же пытаться найти иные способы оплатить необходимые диабетические средства.

Кроме того, в прошлом была проблема, состоявшая в том, что другие страны часто распродавали в Фиджи по сниженным ценам остатки запасов тест-полосок, которые уже на тот момент были сняты с производства. Пациенты покупали глюкометры и полоски по низким ценам, но через пару месяцев, когда запас полосок заканчивался, глюкометр становился совершенно бесполезным, поскольку полосок к нему в продаже уже не было.

Действия: В 2015 году, обеспокоенные слишком высокими ценами на глюкометры и полоски, участники организации «Young Diabetes Fiji» обратились с просьбой о специальной субсидии. Мы собрали огромное количество материала и фактов, которые мы представили вместе со своим предложением правительству.

Мы также сотрудничали с Советом потребителей, чтобы заручиться его поддержкой в решении этих проблем. Мы провели исследование и собрали доказательства необходимости организации непрерывных поставок соответствующих тест-полосок и того, какие это даст преимущества. Мы рассматривали ситуацию с каждым конкретным пациентом, собирая информацию при личном общении, так как менее 50% населения Фиджи имеет доступ к интернету. Мы проанализировали данные, направили обращения в министерства и добились освещения проблемы в СМИ с помощью Совета потребителей.

Результат: Вместе с нашими партнёрами по адвокационной работе мы добились от правительства понижения таможенного сбора с 5% до 0% на глюкометры и тест-полоски на 2016 год. Благодаря нашим усилиям проблема по большей части решена. Помимо нулевого таможенного сбора, теперь аптеки имеют право продавать только те глюкометры, для которых гарантирован запас полосок на ближайшие пять лет. Это соглашение между правительством и аптеками имеет обязательную юридическую силу.

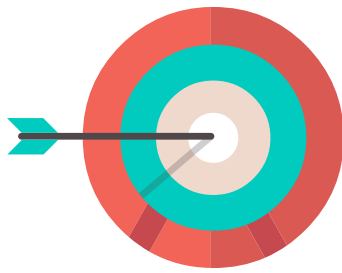


3. ДАЛЬНЕЙШИЕ ДЕЙСТВИЯ



НИКОГДА НЕ СОМНЕВАЙТЕСЬ В ТОМ, ЧТО НЕБОЛЬШАЯ ГРУППА САМООТВЕРЖЕННЫХ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫМ НЕ ВСЕ РАВНО, СМОЖЕТ ИЗМЕНИТЬ МИР. В ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ ЛИШЬ ОНИ И ПРИВНОСЯТ ТАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ.

МАРГАРЕТ МИД



3.1 Осуществление вашего плана

3.1.1 Понимание сути адвокационной работы

Понятие адвокации включает в себя такие виды деятельности как организация, лоббирование, мобилизация и проведение кампании.

Организация — это метод объединения в одну группу с целью усиления своего влияния и использования этого влияния с целью изменить жизнь людей в лучшую сторону. Это способ добиться того, чтобы взгляды, представленные в этой деятельности, исходили от людей, которых определённая проблема непосредственно затрагивает.

Например, возможно, лично вы и не сталкиваетесь с проблемой получения инсулина, но вы знаете, что у определённой части населения в вашей стране есть с этим затруднения. Постарайтесь получить как можно больше свидетельств от людей, лично столкнувшихся с подобной проблемой. Будет очень хорошо, если вам удастся вовлечь их в вашу адвокационную работу и помочь им стать лидерами в этой области.

Мобилизация - это практика выстраивания нужных отношений и обеспечения партнёрских связей в поддержку вашей цели или деятельности. Пример мобилизации: тренер объединяет и мотивирует свою спортивную команду перед началом ответственного матча. Для успешной адвокационной деятельности важно уметь объединить людей, имеющиеся данные и ключевые тезисы в обоснование вашей позиции, чтобы заложить основу для успешных социальных изменений.

Важно помнить, что у вас получится мобилизовать людей только если вы попросите их что-то сделать. Когда люди узнают о проблемах, многим необходимо будет сразу же узнать, как можно их решить. Мобилизовать людей можно только попросив их принять участие в решении проблемы посредством определённых действий. Так возникает чувство приверженности делу и единства.

В основе лоббирования лежит целенаправленный подход. Он имеет место, когда люди, проводящие какую-либо кампанию, взаимодействуют с небольшой конкретной группой людей. Они напрямую встречаются с сотрудниками правительственного аппарата, чтобы попытаться изменить какие-либо положения государственной политики. В разделе 1.3 речь шла о тех, кто может оказать влияние, а в разделе 2.1 говорилось о структурах власти. Для лоббирования необходимо сосредоточиться на тех, кого вы могли бы характеризовать как влиятельных людей. Полезно будет также освежить в памяти информацию из раздела о навыках ведения адвокационной работы и десяти рекомендациях о том, как выйти на контакт с политиками.

Проведение кампаний подразумевает более масштабную платформу публичного продвижения программы. Обычно в кампании участвует много людей, которые обращаются к широкой аудитории и доносят до неё свои идеи.

Вот несколько идей о том, как организовать кампании:

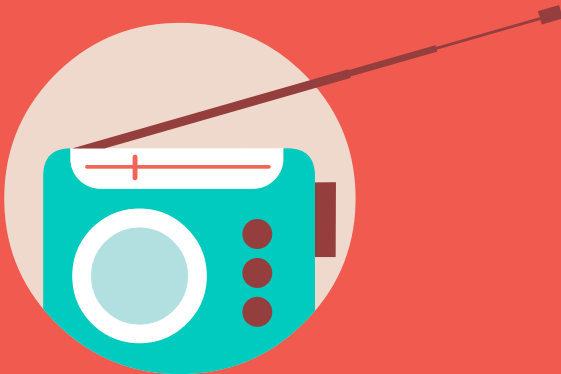
- Попросите тех, кто вас поддерживает, написать коллективные письма, адресованные определённым лицам (сотруднику правительственного аппарата, фармацевтической компании и так далее.) Письма, в том числе и электронные, могут оказать более сильное воздействие, если они написаны от первого лица, а не по шаблону, однако все ключевые тезисы всегда должны в них содержаться. На нашем сайте в разделе Type 1 Access Charter вы сможете найти образец такого письма.
- Проведите публичное мероприятие, например, марш, акцию протеста или демонстрацию, чтобы привлечь внимание общественности и СМИ. Найдите необходимую информацию, чтобы избежать противоправных действий, а также помните о необходимости предварительной оценки рисков. Раздавайте листовки для информации населения о проблемах и о том, что можно сделать.

Тактика усиления давления

Эта идея организации Advocates for Youth основана на том, чтобы постепенно усиливать давление на людей, на которых вы хотите оказать воздействие. Это одна из стратегий выполнения задачи, при которой следует ориентироваться на привлечение конкретных людей.



Источник: *Advocates for Youth*



3.1.2 СМИ и адвокация в интернете

Стремитесь к установлению партнёрских отношений с газетами, радиостанциями, журналистами или создателями документальных фильмов. Это поможет донести ваши идеи до более обширной аудитории.

Конкретные примеры

Используйте факты из жизни людей с диабетом, которые соответствуют ключевым идеям вашей позиции. Эмоциональные обращения тоже хороши, но только при условии, что приведённая информация в точности соответствует действительности, а человек, поделившийся своим опытом, согласился на публикацию. Следует также обрисовать возможное решение проблемы вместе с практическими шагами, которые должны предпринять люди, за которыми будет последнее слово.

Привлечение СМИ

Чтобы заинтересовать СМИ, в вашей презентации должна быть «изюминка», какой-то новый необычный аспект, который вызвал бы интерес не только журналиста, но и у широкого круга людей. Подумайте, как можно подать вашу тему или как связать ее с какой-либо резонансной текущей проблемой. Есть ещё один способ привлечь внимание - это внести эмоциональную ноту. Можно, например, взять интервью у кого-то из местных жителей, кто пострадал от невозможности получить инсулин. С другой стороны, целесообразно будет сделать акцент на больших государственных расходах, которые можно было бы сократить, снизив число случаев осложнений при диабете. Как вариант, можно связать проблему с экономической ситуацией, если вы используете публикацию в каком-нибудь издании, посвящённом вопросам экономики. Рассмотрите различные варианты из имеющихся СМИ и продумайте, какой материал им был бы интересен.



БУДУЩЕЕ ЗАВИСИТ ОТ НАШИХ ДЕЙСТВИЙ В НАСТОЯЩЕМ.

МАХАТМА ГАНДИ



Чудовище под названием СМИ

Имейте в виду и будьте готовы к тому, что вам не всегда удастся проконтролировать, как ваш материал будет представлен. СМИ могут допустить неточности при публикации материала или внести изменения в информацию, которую вы им предоставили. Иногда издания вносят поправки в свою работу при наличии неточностей в фактах, но чаще всего заниматься этим никто не будет. Вы можете это предотвратить, предоставив как можно больше информации о вашей проблеме в интернете и проявив готовность отвечать на любые вопросы прессы, предоставляя максимально точную информацию.



Как добиться освещения вашей темы в прессе

В интернете есть множество ресурсов с рекомендациями о том, как написать качественный пресс-релиз, однако печатные и онлайн-издания получают сотни тысяч пресс-релизов ежедневно. Не отчаивайтесь, если вы отправили пресс-релиз и из этого ничего не вышло. Если в вашем материале идёт речь о конкретном человеке, попытайтесь связаться со СМИ напрямую и изложить свою точку зрения; возможно, у вас это получится. Не забудьте включить призыв к действию в поддержку вашей темы.

Используйте свои связи. Может быть, кто-то из знакомых матери вашего знакомого/вашей знакомой работает с кем-то в издательстве газеты или на радиостанции. Делайте все, что в ваших силах, чтобы найти человека, который поможет привлечь всеобщее внимание к вашей проблеме.

ⁱ <http://www.advocatesforyouth.org/publications/publications-a-z/2229-youth-activists-toolkit>

ⁱⁱ http://www.unicef.org/evaluation/files/Advocacy_Toolkit.pdf

ⁱⁱⁱ <https://www.t1international.com/charter>

^{iv} http://www.advocatesforyouth.org/images/stories/Activist_Toolkit_jpgs/EscalationofTactics.jpg



АРГЕНТИНА

Конкретный пример: Закон для людей с диабетом

Эстефи, больной диабетом первого типа, Аргентина

Проблема: В Аргентине людям с диабетом часто приходится платить частным медицинским учреждениям и поскольку это дорого, далеко не каждый может себе это позволить. В Аргентине существует закон № 26.914, который должен защищать людей с диабетом. В законе говорится о том, что в соответствии с правительственной программой следует бесплатно обеспечивать больного диабетом всем необходимым для контроля его состояния (инсулином, тест-полосками и другими диабетическими средствами). В действительности так происходит не всегда.

Диабетические ассоциации предлагают рекомендации и руководство по сфере действия этого закона и по тому, какие права на медицинскую помощь есть у больных с диабетом, чтобы они могли предъявлять соответствующие требования. Нам, представителям молодёжи, захотелось сделать больше для того, чтобы этот закон соблюдался.

Действия: мы начали диалог с несколькими политиками из разных частей Буэнос-Айреса. Назначили встречу с каждым из них, взяли с собой письмо о намерениях с изложением наших целей, чтобы они его подписали. Мы поняли, что иногда к молодёжи прислушиваются с большим интересом, когда речь идёт о какой-либо просьбе; нам хотелось постоять за свои права и за права тех, кому это сделать непросто.

Побеседовав с пятью или шестью политиками, мы решили пойти дальше. Мы организовали встречи с министрами и депутатами на местном и национальном уровне. Мы хорошо понимали свою задачу и чётко знали, о чем просим. Мы заранее сделали все, чтобы знать, в чем состоят наши права, и поставили перед собой соответствующие цели. Это позволило нам продолжить движение вперёд, стучаться в нужные двери и заявлять о своей позиции.

Результат: К счастью, мы достигли компромисса с Национальным министерством здравоохранения в вопросе о том, что оно добьётся соблюдения национального закона через механизмы контроля на уровне всех должностных лиц в области здравоохранения, государственных структур, социальных служб и так далее. На практике это означает, что все расходы, связанные с контролем состояния больных диабетом, будут оплачиваться в рамках государственной программы. Таким образом, закон стал активно применяться в реальной жизни, а не только на словах.

С одной стороны, по сравнению с прошлым, ситуация стала лучше. С другой стороны, мы продолжим нашу работу и будем настаивать на том, чтобы доступ к диабетическим средствам был гарантирован для каждого больного!

4. ОЦЕНКА ДОСТИГНУТОГО И КАК ОТМЕЧАТЬ УСПЕХ





4.1 Непрерывный процесс оценки

Теперь, когда вы предприняли определённые меры, время немного подумать. У вас может возникнуть соблазн сразу же приступить к осуществлению вашего плана. Возможно, это хорошо, однако было бы ещё лучше, если бы вы как можно скорее приступили к анализу того, насколько эффективными были ваши действия в стремлении достичь цели. В плане вашей адвокационной работы есть раздел, посвящённый тому, как узнать, что цель была достигнута. Подобные меры нужно предусматривать для оценки каждой осуществляемой вами инициативы.

Очень важно включить регулярный контроль за ходом работы и ее целесообразностью. Это позволит вам сделать паузу и добиться того, чтобы ваши действия соответствовали вашим целям и чтобы вы двигались в правильном направлении. Ведите учёт того, что получилось, и того, что вам не удалось осуществить так, как вы надеялись и спустя некоторое время у вас будет целый список наиболее эффективных действий, на котором вы сможете основываться, обращаясь к новым целям и задачам.

Оценку можно проводить очень просто: она может сводиться к тому, чтобы взять паузу и составить заметки после каждого события или мероприятия, оценив, было ли оно эффективным и взяв за основу ваши заранее установленные критерии успеха. Здесь обязательно спросить себя: «А помогло ли это нам приблизиться к нашей цели?»

Пример: Вы попытались собрать 5000 подписей под обращением о восстановлении бюджета клиники, чтобы представить их сотрудникам правительственного аппарата, но собрали только 3000. Время подумать, почему подписей оказалось меньше и что нужно сделать, чтобы достичь своей цели в будущем.



КОГДА КАЖЕТСЯ, ЧТО ЖИЗНЬ — ЭТО ТРУДНЫЙ
ПОДЪЕМ В ГОРУ, ПРОСТО ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЕ, КАКОЙ
ВИД ОТКРОЕТСЯ С ВЕРШИНЫ.



НЕИЗВЕСТНЫЙ АВТОР

4.2 Процесс изучения и совершенствование

Для того, чтобы процесс оценки был значимым и приводил к осязаемым изменениям и улучшениям, необходимо честно признать свою ответственность за осуществление изменений.

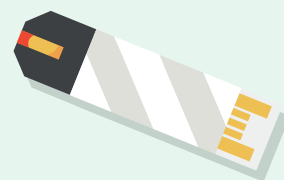
4.2.1 Оценка вашей адвокационной работы

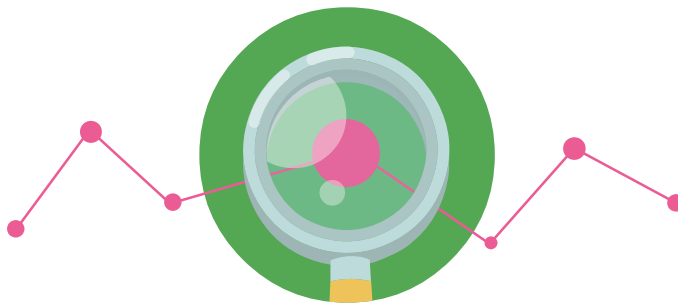
Пришло время оценить вашу адвокационную работу, чтобы достичь улучшения в тех сферах, которые вы и ваша команда можете контролировать и в которых вы можете оказывать влияние. Есть факторы, на которые повлиять невозможно, поэтому уделите максимум внимания тому, что вы в состоянии изменить.

Задайте себе следующие вопросы, необходимые для проведения практической оценки:

1. Принесла ли желаемые результаты ваша адвокационная работа или же чего-то осуществить не удалось? Если так, почему это произошло и как этого можно было избежать?
2. Эффективны ли ваши приёмы? Насколько они действенны?
3. Максимально ли эффективно вы применили свои адвокационные навыки и ресурсы?
4. Слышит ли вас ваша целевая аудитория?
5. Вы все ещё уверены, что именно эти тезисы, целевые аудитории и каналы коммуникации максимально подходят для достижения вашей цели?

Иногда результат работы ощутим не сразу и понадобится время, чтобы объективно оценить свой план и процесс работы. Тем не менее, очень важно постоянно находить возможности для улучшения, даже если использовать их сразу невозможно.



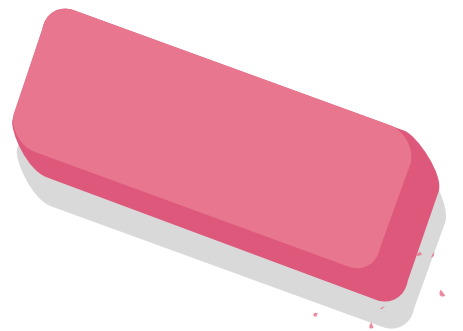
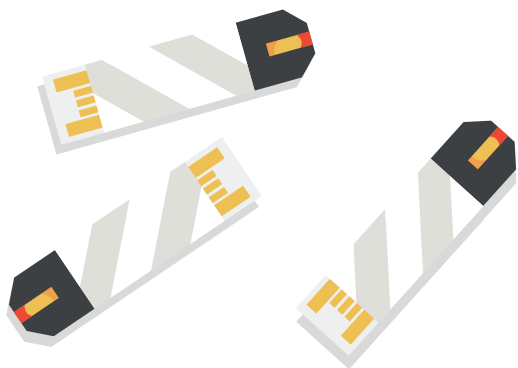


Также, как и при оценке ваших действий, для истинного понимания степени воздействия вашей адвокационной работы может понадобиться некоторое время, так как его результаты могут стать очевидными не сразу. В адвокационной работе бывает трудно определить показатели успеха, поскольку социальные изменения часто зависят от многих факторов и ситуаций. Тем не менее, измерить и оценить достигнутое можно. Когда вы ставили перед собой цели, вы должны были продумать, как вы будете оценивать, достигнуты ли они, поэтому сейчас пришло время освежить это в памяти. Постановка конкретных, измеримых и ограниченных временными рамками целей сделает процесс оценки более простым и надёжным.

Оценка - это получение и рассмотрение как положительных, так и отрицательных комментариев. С ее помощью вы сможете доказать, что изменения происходят, и провести работу в тех направлениях, в которых изменений ещё нет.

Для каждой цели вам потребуется подумать над тем, что именно будет лучшим показателем изменений в отношении или поведении вашей целевой аудитории: достоверные данные или же неподтверждённые свидетельства. Методы и комментарии, которые вы будете использовать и оценивать, могут быть качественными (слова и мнения затронутых проблемой лиц), количественными (цифры), а лучше всего использовать сочетание того и другого.

Время от времени пользуйтесь возможностью обратиться к участникам процесса с просьбой заполнить анкеты и предоставить комментарии. Это даст вам очень ценную информацию, которую можно будет использовать в дальнейшем в вашей адвокационной работе.



4.3 Обмен опытом и сотрудничество

Используйте и создавайте возможности для того, чтобы поделиться тем, что вы узнали, и передовым опытом с другими людьми и организациями, которые также ведут адвокационную работу. Вполне возможно, что у них есть информация, которая может оказаться очень полезной. Возможно, что ключ к вашему успеху будет в объединении с другим правозащитным движением. Поддерживайте регулярные контакты и, если необходимо, заключите соглашения о сотрудничестве, чтобы взаимные ожидания между вами и вашими партнёрами были чётко определены.

Подумайте над тем, какие дополнительные навыки могут потребоваться, чтобы помочь вам в достижении намеченных целей. Это станет особенно важным после того, как вы приступите к выполнению плана действий, потому что недостаток знаний и ресурсов станет очевидным. Опять же, сотрудничество с партнёрами может помочь вам восполнить некоторые из этих пробелов. Например, в партнёрской организации может оказаться эксперт по правовым вопросам, который может помочь вам в определении вашей правовой позиции при осуществлении вашего плана адвокационной работы. Вас может выручить даже такая простая вещь, как ксерокс, которым партнерская организация готова поделиться.

4.4 Препятствия и помехи

Не отчаивайтесь, если вы столкнулись с очень большими трудностями, и нет, как вам кажется, даже «света в конце тоннеля». Даже если вы и не сможете преодолеть все препятствия, вы обязательно чему-то научитесь в процессе их преодоления.

Подумайте, какие навыки вам нужны для достижения намеченной цели. Свяжитесь с нами и сообществом больных диабетом, чтобы обсудить возникшие препятствия. Присоединяйтесь к нашей группе в Facebook: Diabetes Access Advocacy (T1International) и поделитесь проблемой с нами. Вместе мы сможем провести работу по преодолению препятствий.



ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПОЛАГАЕТ ИСКРЕННЮЮ ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПОСТАВЛЕННЫМ ЦЕЛЯМ. НИ ВАШЕ НЕГОДОВАНИЕ, НИ ВАШИ СЛЕЗЫ НЕ ЗАСТАВЯТ ВАС СДАТЬСЯ, ПОТОМУ ЧТО ИМЕННО ВАШ ГНЕВ ТОЛКАЕТ ВАС НА ДАЛЬНЕЙШИЕ ДЕЙСТВИЯ.



ЛЕЙМА ГБОВИ

4.5 Празднуем победу!

Ведение записей о том, что вам удалось, позволит вам рассказать другим об изменениях, которые произошли благодаря вам. Когда будет казаться, что препятствия непреодолимы и берут над вами верх, это станет для вас необходимым напоминанием о необходимости проявлять упорство и придаст вам уверенность в собственных силах.

Уделите время подведению итогов и отпразднуйте достигнутую веху даже если это займет совсем немного времени в процессе реализации вашего плана действий. Это поможет мотивировать всех участников и вдохновит их на продолжение нелёгкой работы.

Подобное признание заслуг воодушевит любого и придаст сил для того, чтобы максимально сосредоточиться на поставленной задаче. В результате достигнутого успеха вы получите информацию и опыт, которые пригодятся вам в осуществлении следующей задачи в вашей адвокационной работе и достижении дальнейших целей.

И никогда не забывайте о том, что битва никогда не прекращается, поэтому ставьте перед собой все новые цели!



ⁱ <https://www.facebook.com/groups/T1InternationalAdvocacy/>



КЕНИЯ

Случай из практики: Доступ к глюкометрам и тест-полоскам

Мблонзи, больной диабетом первого типа, Кения

Проблема: В Кении цены на диабетические средства неподъёмны для многих, особенно цены на глюкометры и тест-полоски. Их стоимость значительно варьируется от региона к региону и от одной аптеки к другой. Глюкометры стоят от 35 до 60 долларов США, а стоимость полосок варьируется от 25 до 35 долларов США за упаковку. Для большинства жителей Кении, 40% которых живут за чертой бедности, это непосильные суммы. У некоторых есть свои глюкометры, но они не могут позволить себе регулярно покупать тест-полоски, поэтому пользы от глюкометров для них нет ровно никакой. Из-за этого многие не измеряют уровень сахара в крови с необходимой периодичностью. Последствия этого ужасны, и осложнения от диабета становятся неизбежными.

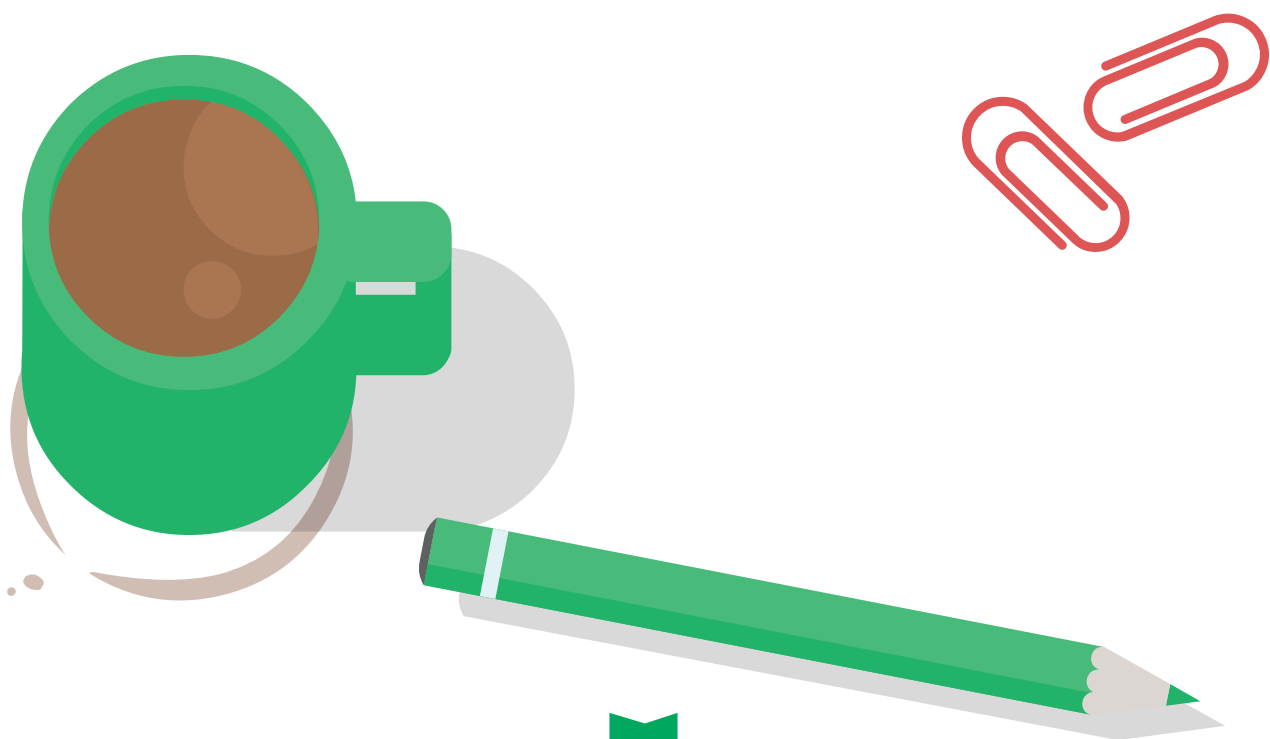
Действия: Я основал неправительственную организацию под названием Diabetes Awareness Prevention Management Kenya (Осведомлённость, профилактика и контроль за состоянием больных диабетом в Кении) - DAPMK. Как ее председатель, я начал искать пути достижения соглашения с компанией «Акку-Чек» (Accu-Check), одним из главных брендов глюкометров и тест-полосок. Сначала я направил сотрудникам Акку-Чек электронное письмо с предложением назначить встречу. Я также много раз настойчиво требовал встречи с главой отдела маркетинга в Африке. Я выражал такую готовность встретиться, что им было сложно мне отказать и, наконец, меня представили региональному менеджеру компании по Восточной Африке. Она, в свою очередь, перенаправила меня к главному исполнительному менеджеру по распространению продукции в Найроби, чтобы я с ней встретился и обсудил ситуацию.

Для того, чтобы больше облегчить жизнь больных диабетом в Кении, мы в DAPMK добиваемся от правительства освобождения поставщиков диабетических средств от уплаты налога, что ещё больше уменьшит их стоимость. Я привлёк к решению вопроса Налоговую службу и Казначейство Кении, чтобы рассмотреть вариант включения в государственный бюджет освобождение от этого налога. DAPMK также планирует вскоре направить открытое письмо Президенту от имени больных диабетом, которые проживают в Кении. Мы также планируем заручиться поддержкой прессы в отношении этого письма, чтобы оказать как можно большее влияние на лиц, принимающих решения.

Результат: Моя встреча с исполнительным менеджером прошла очень успешно. Она в итоге согласилась создать для нас особый счёт, напрямую связанный с дистрибьютором, чтобы нам не приходилось покупать необходимые диабетические средства в аптеках с наценкой более, чем 30%. Мне удалось рассказать ей, что найдётся минимум 50 человек, желающих приобрести глюкометры и полоски, если цена будет снижена. Принимая во внимание, что объем продаж таких предметов может возрасти, управляющие компанией позволили нам закупать их товары по гораздо более низкой цене.

При наличии членства в DAPMK больной с диабетом теперь может приобрести глюкометр за 15 долларов и упаковку из 50 тест-полосок за 14.5 долларов США. В компании Акку-Чек также пообещали непрерывные поставки тест-полосок по сниженной цене для членов нашей организации. Это хороший результат, поскольку теперь необходимые нам товары продаются по более доступной цене, а у Акку-Чек больше клиентов. Нам удалось найти взаимовыгодное решение.

Мы уже сейчас видим, как члены нашей организации покупают глюкометры и тест-полоски через Accu-Check Active, потому что цены стали более доступными. Это значит, что люди смогут более эффективно контролировать состояние своего здоровья и проверять свой уровень глюкозы в крови в домашних условиях.



5. ПОЛЕЗНЫЕ РЕСУРСЫ





5.1 Принципы надлежащей практики

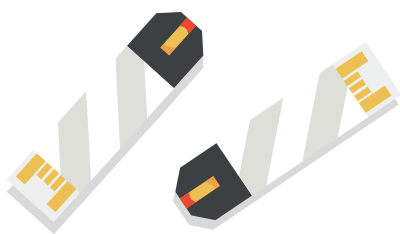
Этот список, основанный на одном из списков ресурса Tearfund, содержит важные положения, о которых необходимо подумать на начальном этапе адвокационной работы и при ее планировании.

Подотчётность

- Осознают и берут ли на себя ответственность активисты за свои адвокационные заявления и действия?
- Принадлежит ли активистам и сообществам, затронутым этой проблемой (если это не одни и те же лица), инициатива адвокационной деятельности?
- Подотчётны ли активисты сообществам, которых данная проблема затрагивает, в своих адвокационных заявлениях и действиях?
- Добились ли активисты того, чтобы ничьи интересы не ущемлялись при принятии решений в процессе их адвокационной деятельности?

Легитимность

- Есть ли у активистов полномочия на ведение адвокационной деятельности?
- Активисты вовлечены в существующую проблему, заинтересованы в ней, она их затрагивает? Или у них есть действительные основания вести адвокационную деятельность от имени кого-либо?
- Чётко ли представляют себе активисты основания, на которых они имеют право вести адвокационную деятельность?
- Привержены ли активисты этой проблеме и людям, которых она затрагивает, на длительное время?



Участие

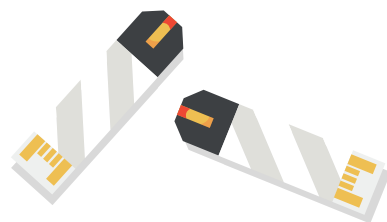
- У всех ли заинтересованных или затронутых этой проблемой лиц была возможность высказать своё мнение, быть вовлечёнными в процесс и были ли их взгляды приняты во внимание в ходе адвокационной работы?
- Понимают ли лица, затронутые этой проблемой, в достаточной степени возможные риски?
- Приемлемы ли предлагаемые адвокационные заявления и действия для тех, кого эта проблема затрагивает?
- Информируют ли тех, кого проблема затрагивает, о состоянии дел?
- Создаётся ли возможность для заинтересованных и затронутых проблемой людей вести собственную адвокационную работу?



5.2 Другие руководства по адвокации

При составлении этого руководства мы изучили другие полезные ресурсы и руководства по адвокации. Существует много информации по этому вопросу, включая адвокацию в какой-либо конкретной стране; адвокацию, связанную с другими заболеваниями; есть также руководства по адвокации для молодёжи, и это лишь только часть имеющихся ресурсов. Мы сделали все от нас зависящее, чтобы не изобретать то, что уже давно известно. Мы нашли полезные элементы в различных источниках и постарались использовать материал в соответствии с нашей темой доступа больных диабетом к помощи, чтобы сделать наше руководство как можно более полезным и применимым на практике.

Мы составили электронную таблицу с другими ресурсами, которые могут оказаться вам полезными; ее можно найти в нашей группе на Facebook: **Diabetes Access Advocacy (T1International)**ⁱⁱ.





5.3 Ресурсы в области права и нормативно-правовые акты

Иногда бывает сложно понять, с чего лучше начать при обращении к правовым аспектам адвокационной работы. Если ваша деятельность затрагивает правовые вопросы, которые представляют сложность или связаны с риском, то всегда лучше заручиться поддержкой специалиста по вопросам права. Однако вы всегда можете включить правовые вопросы в ключевые тезисы вашего плана адвокационной работы. Наши ресурсы должны как минимум помочь вам начать разбираться в подобных вопросах, чтобы в дальнейшем вы смогли их изучить в процессе своей адвокационной работы.

Полезно подходить к этому на трёх различных уровнях, основываясь на вопросах права для каждой категории: международное, региональное или национальное, и местное законодательство / законодательство, существующее внутри какого-либо сообщества.

5.3.1 Международное законодательство

Если ваша страна поддерживает международное законодательство, используйте такие нормативно - правовые акты как Всеобщая декларация о правах человека, Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах и Конституцию Всемирной организации здравоохранения в обоснование вашей защиты прав людей на здоровье и доступ к медицинской помощи.

5.3.2 Региональные законодательство

Следите за работой и соглашениями, принятыми региональными органами, например, Африканским союзом (www.au.int), Европейским союзом (www.europa.eu) или Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии (www.asean.org). Вы можете использовать заявления и скоординированные региональные мероприятия для продвижения ваших идей.

Вы также можете найти региональные организации и группы (например, www.tuafrikanunion.org), которые призывают правительства выполнять принятые обещания. Такие группы могут стать полезными партнёрами и, вполне возможно, уже хорошо осведомлены в вопросах законодательства и правовых систем, на которые можно будет ссылаться или которые можно будет использовать в процессе вашей адвокационной работы.

5.3.3 Национальное законодательство/ законодательство штата

В первую очередь вам следует изучить конституцию своей страны и узнать, есть ли там какие-либо упоминания о сфере здравоохранения. Прочитайте все, что возможно о каких-либо соглашениях или обещаниях вашего министерства здравоохранения (или соответствующего правительственного органа), чтобы использовать содержание соответствующих соглашений с целью призвать к ответу соответствующие инстанции.

В такой стране, как США, где у каждого штата есть свои собственные законы о доступе к медицинской помощи и здравоохранению, ситуация может быть немного сложнее. Вам потребуется досконально разобраться в законах своего штата и во всех предложениях по улучшению доступа к медикаментам.

Но где бы вы ни жили, постарайтесь начать диалог с местным политиком или представителем властных структур (членом Парламента, конгрессменом, депутатом и так далее) таким образом, чтобы ваши идеи до него доходили, и ему было выгодно продвигать вашу тему в правительстве.



5.4 Ресурсы T1international

У T1international есть информация и документы, которые могут быть полезными для выполнения задач и достижения цели вашей адвокационной деятельности.

Вот некоторые из наших ресурсов:

- Данные исследования об инсулине и поставках сопутствующих товаров
- Декларация о праве на доступ к лечению диабета первого типа (переведена на 10 языков)
- Документ о правах ребёнка с диабетом первого типа
- Документ о правах человека с диабетом первого типа
- Кейптаунские декларации
- Видео ролики на нашем YouTube-канале
- Различная инфографика

Посетите наш сайт, чтобы ознакомиться с представленными там материалами: www.t1international.com/resources

Мы будем регулярно обновлять данное руководство и добавлять все больше полезных ресурсов и информации по мере его применения на практике.

5.5 Постоянная поддержка

Присоединяйтесь к нашей группе в Facebook под названием **Diabetes Access Advocacy (T1International)**ⁱⁱ. Здесь можно поделиться успехами, задать вопросы, поддержать друг друга в ваших начинаниях, оставить отзывы об этом руководстве, поделиться полезными советами и стратегиями.

Мы также будем добавлять туда дополнительную информацию, которая не вошла в настоящее руководство, например План проекта, План взаимодействия и Реестр рисков.

Если у вас есть какие-либо дополнительные вопросы по поводу данного руководства или же вы готовы поделиться своим отзывом, пожалуйста, напишите нашим сотрудникам на почту **contact@t1international.com**.

ⁱ http://tilz.tearfund.org/en/resources/publications/roots/advocacy_toolkit/

ⁱⁱ <https://www.facebook.com/groups/T1InternationalAdvocacy/>



“МИР СТАНЕТ ЛУЧШЕ, ТОЛЬКО ЕСЛИ
ТАКИМ КАК ТЫ БУДЕТ НЕ ВСЕ РАВНО.”

ДОКТОР СЬЮЗ, «ЛОРАКС»

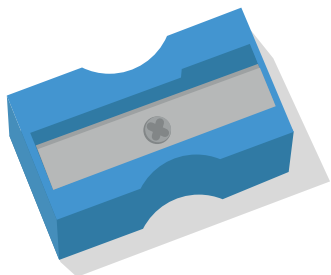


ГЕРМАНИЯ

Случай из практики: доступ к системам непрерывного мониторинга уровня глюкозы в крови

Ян, больной с диабетом первого типа, Германия

Проблема: В Германии у каждого есть право на доступ к медицинскому оборудованию, предназначенному для того, чтобы помочь тем, кому это требуется, реализовать свои особые потребности. Когда система непрерывного мониторинга уровня глюкозы в крови появилась в Германии, она была воспринята как «новый метод оценки и лечения». Это означало, что страховка на случай болезни покрывала расход на такую систему только в случае прямой угрозы жизни или опасной ситуации для больного, когда медицинский прибор - это было единственное, что могло в таком случае помочь. Иногда такие системы покупали беременные женщины, чтобы сохранить жизнь своему неродившемуся ребёнку, иногда их покупали люди, у которых часто случались серьёзные приступы гипогликемии. Нам хотелось, чтобы у каждого человека с диабетом был доступ к такой технологии.



Действия: Наша ассоциация по вопросам диабета в Германии, вместе с организацией больных диабетом, врачей и медсестёр, основали платформу под названием «Остановим диабет сегодня!» Платформа давала людям диабетом возможность лоббировать своих депутатов, направлять им наши требования и просьбы о личной встрече. Мы также обращались к людям с просьбой отправить открытку канцлеру Германии Ангеле Меркель.

Многим удалось встретиться со своими депутатами, а также привлечь внимание Ангелы Меркель. Чтобы привлечь внимание СМИ, мы также постарались опубликовать информацию о числе людей в нашем Парламенте, страдающих диабетом. В результате в процессе формирования коалиции правительство вынесло на рассмотрение вопрос о государственном плане действий по вопросам диабета. Мы добились тесного сотрудничества с депутатом коалиции, который поддерживал национальную стратегию борьбы с диабетом. Мы лоббировали его с тем, чтобы показать, что системы непрерывного мониторинга уровня глюкозы - это ключевой фактор в обеспечении качества жизни любого больного диабетом и в обеспечении хороших и стабильных показателей уровня глюкозы крови. Мы объясняли ему, что такой шаг позволит уменьшить количество осложнений и сократит расходы правительства.

Результат: В правительстве был принят закон о том, что больные диабетом (и первого и второго типа) могут получить систему непрерывного мониторинга уровня глюкозы, если без неё у них не получается достичь или удерживать целевой уровень глюкозы в крови. Ваш целевой показатель уровня глюкозы в крови вы можете установить вместе с вашим эндокринологом. Например, если ваш целевой уровень HbA1c составляет 6.5 и у вас не получается достичь такого результата без подобной системы, вы можете получить ее за счёт государственных средств. Нужно будет лишь доказать, что вы сделали все возможное, чтобы улучшить свой показатель обычными методами. В результате теперь гораздо больше людей в Германии имеют доступ к системам непрерывного мониторинга уровня глюкозы.



КАЖДЫЙ МОЖЕТ УЧАСТВОВАТЬ В АДВОКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ...

НЕОБХОДИМА ЛИШЬ ПРАКТИКА.



Считаете ли вы себя уже опытным активистом или вы только недавно начали адвокационную деятельность, связанную с диабетом первого типа? И в том, и в другом случае это руководство адресовано вам. Мы надеемся, что оно положит начало вашей постоянной адвокационной работе по улучшению возможностей получения помощи больными диабетом первого типа. На страницах руководства вы найдёте информацию об этапах плана адвокационной работы, таких как постановка целей и разработка стратегии. В руководстве также идёт речь о том, как действовать, как отмечать успех, а также как анализировать и оценивать свою адвокационную работу. Итак, активист, давайте начнём! Действуя вместе, мы сможем изменить жизнь больных с диабетом в лучшую сторону!



Составлено

www.t1international.com