

РАЗДЕЛ 2:

ВВЕДЕНИЕ В ADA КАМПАНИЮ

Учебное пособие ADA кампании

РАЗДЕЛ 2: ВВЕДЕНИЕ В ADA КАМПАНИЮ



Этот раздел дает понятие участникам о том, что такое проведение кампаний, и то, каким образом оно является частью адвокации.

ЧТО ТАКОЕ ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ?

Оценка опыта по проведению кампаний у участников



Заметка: Для этого занятия и всех других, используйте оценку потребностей, что поможет вам скорректировать содержание и методологию на основе опыта и потребностей участников.

Упражнение 1 – Показ рук



Для оценки уровня опыта проведения кампаний среди участников в группе, попросите их пройтись по комнате и встретиться с двумя людьми, по одному каждый раз. Дайте им около четырех минут для разговора с каждым человеком.

Участники должны задать друг другу эти вопросы: Есть ли у вас опыт проведения кампаний? Это что-то новое для вас, или вы участвовали в проведении большого количества кампаний? Назовите любую кампанию, в которой вы принимали участие, или ту, где вы хотели бы принять участие.

Хлопните в ладоши или сделайте звонок через 12 минут, чтобы собрать участников и вернуть их в круг, по местам.

На всеобщем обсуждении, попросите участников поднять руки, если их ответ на следующие вопросы - «да»:

- Были ли вы вовлечены в проведение кампаний?
- Были ли вы вовлечены в проведении кампаний больше, чем год? Два года? Три? Пять? Десять?
- У вас есть тема /проблема, по которой вы хотите провести кампанию?
- Знаете ли вы о каких-то кампаниях, проводимых в любом месте, которые достигли своей цели?

На несколько минут подумайте над ответами, над разнообразием опыта в зале, и что это означает для совместного обучения.

«ПОЖИЛЫЕ ЛЮДИ – ЭТО СИЛЬНЫЕ И СТРАСТНЫЕ УЧАСТНИКИ КАМПАНИЙ ПО ВОПРОСАМ, ГЛУБОКО ВЛИЯЮЩИМ НА ИХ ЖИЗНЬ, ТАК КАК ТОЛЬКО ОНИ ОТЛИЧНО ЗНАЮТ СИТУАЦИЮ».

**Коалиция услуг для пожилых (COSE),
аффилированный член сети на Филипинах**



RENPERMAE (Ecuador)



HelpAge International (Tajikistan)

Проведение кампаний: определения

На всеобщем обсуждении подчеркните, что проведение кампаний можно охарактеризовать множеством определений. Попросите участников поразмыслить в течение двух минут о том, что для них означает проведение кампаний. Попросите их написать свои определения, или же просто держать их в голове. Скажите участникам, что они послушают четыре определения проведения кампаний, прочтите вслух. Попросите участников послушать, и по мере того, как они услышат каждый из них, связать это с их определениями и пониманием о проведении кампаний. С помощью раздаточных материалов Раздела 2.1, прочитайте следующие определения вслух, ясным голосом, или раздайте распечатанные бумажки каждому участнику, и на каждой бумажке - по одному определению. Попросите прочитать каждое из них по очереди и медленно. Затем попросите их повторить.

2.1



Некоторые определения проведения кампаний

1. Проведение кампаний – это действия, направленные на изменение политики, позиции или программы государства, институтов или организаций.
2. Проведение кампаний – это организованный и систематичный процесс воздействия на вопросы общественного интереса.
3. Проведение кампаний – это процесс социального изменения, который влияет на мироощущения, общественные и властные отношения, который укрепляет гражданское общество и открывает демократическое пространство.
4. Проведение кампаний – это включение вопроса в повестку дня, предложение решения к проблеме, и построение поддержки для действий как по проблеме, так и по ее решению.

Предложите участникам поразмыслить над этими определениями. Подчеркните, что они являются более официальными, и поэтому менее личными определениями. Другие определения – более прямолинейные и непосредственные:

5. Проведение кампаний – это беседа с обществом; это – двусторонний процесс.

На всеобщем обсуждении поощряйте участников делиться своими взглядами о том, какие определения наиболее подходят для кампаний, в которых они участвуют. Подчеркните, что здесь нет однозначного определения; все, что более точно подходит вашему вопросу и контексту - считается.

Поделитесь с участниками со следующими определениями из словаря:

6. Проведение кампаний – запланированный набор действий людей в определенный отрезок времени, направленный на достижение социальной, политической или коммерческой цели. (Английский словарь Collins)

7. Проведение кампаний - это когда люди работают организованным и активным образом для достижения определённой цели (например, кампания против применения детского труда) (Словари Oxford)

Подчеркните, что последнее определение, номер 7, дает пример очень знаменитой всемирной кампании.



HelpAge International (Bangladesh)



50
минут



Упражнение 2 – Дискуссионные группы делятся примерами кампаний

Предложите участникам разбиться на группы по три. Пусть они подумают об известной кампании, либо в прошлом, либо в настоящем. Можно примеры из местных кампаний. Пусть они поразмыслят, были ли эти кампании успешны - добились ли они своих целей?

На всеобщем обсуждении послушайте примеры, обсуждённые в группах.

Проверочный список



- Сравните примеры между краткосрочными и долгосрочными кампаниями – напр., Кампания за ядерное разоружение (CND) и кампания против рабства - долгосрочные, в то время как кампании против бурения в Арктике - более недавняя и новая кампания. Тысячи местных кампаний являются краткосрочными.
- Расскажите участникам о происхождении слова «кампания»: Оно произошло от латинского слова "campania", от "campus", означающий «устроиться в земле». Это связано с армейской практикой на поле, когда армия движется от крепости или города на открытое поле в начале лета.
- Поощряйте участников запомнить этот активный образ «на поле», когда они разворачивают кампанию.



Упражнение 3 – Главные элементы проведения кампаний



Разделите участников на маленькие группы. Используя раздаточные материалы раздела 2.1, дайте каждой группе по одной или две карточки, на которых ясно написано по одному элементу проведения кампаний (Раздаточные материалы Раздела 2.2). Пусть каждая группа обсудит элементы на своих карточках и скажет, согласна ли она с ними или нет. Поощряйте, чтобы они задавали вопросы или делились мнениями. Запишите ключевые слова и найдите интересный способ презентовать их элементы.

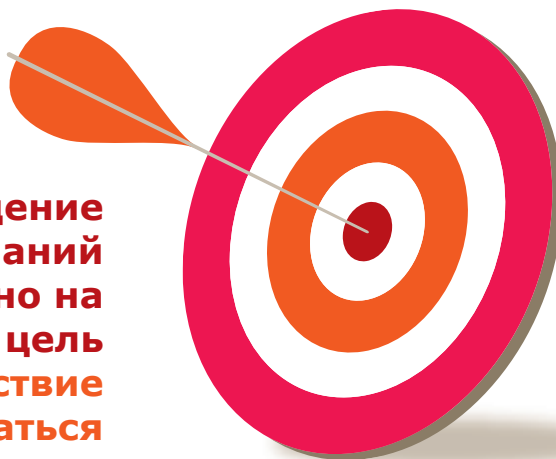
Затем каждая группа должна сделать короткую презентацию (пять минут), резюмируя свои взгляды и обсуждения на эту тему. После каждой презентации, дайте время на вопросы и высказывание мнений. Подчеркните, что нет правильного или однозначного определения. Это упражнение помогает формировать у участников свое понимание о проведении кампаний. Оно поддерживает участников в нахождении своих определений, когда они сами начнут участвовать в кампаниях и звать других к участию.

На всеобщем обсуждении расскажите, что главными составными элементами проведения кампаний являются:

Убеждение: Проведение кампаний представляет собой убеждение людей в поддержку какого-либо вопроса, в понимании своей роли и необычного интереса в решении какого-либо вопроса в их пользу. Проведение кампаний открывает пространство для общественных дискуссий.

Настойчивость: Проведение кампаний представляет собой создание и поддержание процесса, который не является типичным, и «обычным делом». Проведение кампаний требует очень много настойчивости и энергии.

Проведение
кампаний
нацелено на
четкую цель
... действие
должно двигаться
ближе к цели



Изменение: Проведение кампаний – это наука и искусство изменять то, что возможно изменить; например, ценности, поведение, законы, политику и баланс сил или власти. Это, по сути, политическая деятельность, которая требует принятия решений, а также активное поощрение и убеждение других принять участие в осуществлении положительных перемен.

Фокус: Когда вещи представлены сложным образом, это может запутать людей; и если это так, то они будут думать, что вы тоже запутаны, и что вас не стоит слушать. И поэтому, знайте свою «красную нить», что означает важную суть, которая выделяется сквозь сложную картину, место или процесс. Ваша кампания должна быть видной и ясной, как красная нить. Она не может быть «всей картиной». Наоборот, она должна быть «тропинкой», с четкими ступеньками. У успешных кампаний – четкая направленность и они предлагают пути решения проблем.

Сила / власть: Можно рассмотреть четыре вида силы в отношении проведения кампаний. Это – следующие:

- сила над чем-либо – сила превосходства, направленная на осуществление контроля над другими
- сила внутри человека – внутреннее ощущение силы
- сила менять что-то – сила, способная менять что-то и достигать цели
- сила, разделенная с кем-либо – разделенная сила между партнерами и союзниками.

Действие: Проведение кампаний представляет собой какую-то деятельность. Участники кампаний должны задать себе вопрос, каждый день: чего добивается их кампания? Начинает ли она что-то новое, публикует что-то, пытается предотвратить что-то, оккупирует, проводит марш, или лоббирует...

Все кампании несут некий образовательный смысл, но это образование достигается через действие, опыт, не пассивным получением информации.

Прогресс: Хорошее проведение кампаний умеет вдохновлять своих последователей, и они будут готовы следовать следующему шагу, и даже начнут участвовать в проведении еще больше кампаний.

«Я ПОНЯЛА, ЧТО ДАЖЕ В ПОЖИЛОМ ВОЗРАСТЕ Я МОГУ СДЕЛАТЬ ЧТО-ТО ДОСТОЙНОЕ И КОНСТРУКТИВНОЕ ДЛЯ МОЕЙ СТРАНЫ».

Рода Нгима, пожилой участник кампании из Кении



Упражнение 4 – Рассказ о проведении кампаний



Используя раздаточные материалы Раздела 2.3 и 2.4, предложите участникам расслабиться и послушать историю, которую вы прочтете вслух. Попросите их проводить параллели между историей и реальной жизнью.



(Начало истории)

Одна женщина ходит по берегу реки. Она замечает, что в реке тонут маленькие дети. В ужасе, она прыгает в воду и старается их спасти, вытаскивая одного ребенка за другим на берег реки. Она двигается яростно и быстро, чтобы спасти тонущих детей.

Вдруг она видит мужчину, проходящего вдоль реки. Он спрашивает у нее: «Что вы делаете в середине реки?» Она отвечает, «Я спасаю этих детей. Их так много. Идите и помогите мне!»

Мужчина немедленно бросается в воду. Он начинает показывать детям, как надо плавать. А женщина продолжает вытаскивать детей одного за другим на берег.

Теперь второй мужчина ходит вдоль реки, и увидев женщину и мужчину, кричит им: «Что вы оба делаете?»

Женщина отвечает, «Я спасаю этих детей, потому что они не умеют плавать и поэтому я их вытаскиваю на берег. Идите, помогите мне!»

Мужчина, помогающий женщине, отвечает: «Я учу этих детей как плавать, чтобы они сами могли выбраться. Идите, помогите!»

Мужчина на берегу выслушал обоих и ушел дальше. А женщина и мужчина кричат ему вслед: «Куда вы уходите? Нам нужна ваша помощь!»

А мужчина им отвечает, «Я иду вверх по реке, чтобы узнать кто выбрасывает детей в воду!»

(Конец истории)



Спросите, есть ли у участников вопросы или уточнения по этой истории. Затем разделите их на группы из трех человек. Пусть они обсуждают следующие вопросы (см. Раздаточные материалы Раздела 2.4):

- Какой из этих троих людей повел себя самым подходящим образом, по-вашему?
- Почему каждый делал то, что делал?
- О чем это говорит нам в отношении решения вопросов?
- Какие связи можно строить между этой историей и любым вашим опытом в организациях гражданского общества?
- Какие наблюдения о проведении кампаний вы можете извлечь из этой истории?



Заметка: Убедитесь, чтобы участники понимали, что такое «организации гражданского общества». Подчеркните, что ассоциации пожилых людей, организации, основанные на сообществах (СВОs) и неправительственные организации (НПО) считаются как гражданское общество.



Проверочный список

Убедитесь, что ответы участников на пять вопросов включают следующее:

- Каждый из трех человек повел себя в соответствии со своими убеждениями о том, что является лучшим решением для спасения детей.
- Они поступили так, как по их мнению было правильно, и на что они были способны
- У них не получилось никакого результата, потому что каждый действовал по отдельности. У них не было командного подхода. Таким же образом, многие организации работают так, что каждая из них помогает людям, используя разные методы.
- Проведение кампаний может быть сильным инструментом, так как в нем есть запланированный подход и разные стратегии. Оно направлено на решение корневых причин проблемы.
- В этой истории есть следующее: действие, которое помогает детям; действие, которое помогает детям спасти себя, и действие, которое исследует причины и возможные решения к их проблеме.



HelpAge International (occupied Palestinian territories)



Упражнение 5 – Характеристика проведения кампаний



Предложите участникам создать коллективную картину своего видения о проведении кампаний. Для этого участники рассмотрят следующее: свой опыт; то, что они узнали друг от друга; определения, данные ранее; презентации об элементах проведения кампаний; и размышления над историей.

Поощряйте участников держать в голове этот образ «на поле».

С помощью различных средств – цветных бумаг, цветных формочек, ручки, фотографий, текста или рисунка из журналов, группа создает картину, которая суммирует их взгляды ведения кампаний. В зависимости от размера группы, либо работайте как одна группа, или разделите их на подгруппы.

Пусть картина будет большой, мотивирующей, и будет напоминать участникам свойства проведения кампаний. Они к ней будут возвращаться время от времени в последующих занятиях.



Help Lesotho (Lesotho)

Следующий раздел объясняет то, каким образом проведение кампаний связано с адвокаси.

КАКИМ ОБРАЗОМ ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ СВЯЗАНО С ЭДВОКАСИ?

Определения адвокаси

На всеобщем обсуждении спросите участников, знают ли они разницу между проведением кампаний и адвокаси. Обсудите некоторые ответы и определения адвокаси. Объясните, что здесь нет фиксированного определения, и что иногда термины могут быть взаимно заменимыми. Однако следующие утверждения характеризуют, что подразумевается часто под словом адвокаси.

Используя раздаточные материалы Раздела 2.5, попросите трех добровольцев прочитать по одному из следующих определений.

Некоторые определения эдвокаси

- «Эдвокаси - действия, призванные привлечь внимание общества к вопросу и для направления политиков и лиц, принимающих решение, к решению вопроса. Он состоит из юридической и политической работы, которая влияет на разработку и применение законов. Инициативы эдвокаси требуют организованности, стратегического мышления, информацию, коммуникацию, работу с людьми в регионах и мобилизацию».

(Руководство по правам человека, Марж Шюлер)
- Эдвокаси представляет собой различные стратегии, направленные на влияние на принятие решений на местном, муниципальном, национальном и международном уровнях. Более конкретно:
 - **кто решает:** выборы, назначения, министры, совет попечителей, судьи, исполнительные директора...
 - **о чем принимаются решения:** законы, политика, национальные приоритеты, программы, услуги, бюджет...
 - **как принимаются решения:** доступность информации, консультации и/или вовлечение общественности в принятие решений, отзывчивость к гражданам/ заинтересованным сторонам, подотчетность по решениям.

(ВенеКласен Л. И Миллер В., Новая волна власти, людей и политики: Руководство к действию по эдвокаси и гражданскому участию)



COSE (Philippines)



Попросите участников сделать заметку, либо в голове, либо на бумаге, ключевых слов, характеризующих эдвокаси. В заключении подчеркните, что проще говоря, эдвокаси – это когда люди борются за свои права.

Эдвокаси включает в себя попытку понять, как работает бюрократия и системы, и борьбу против решений, отказывающих гражданам в том, на что они имеют законное право, будь то защита от дискриминации, доступ к социальной помощи и здравоохранению, справедливость со стороны системы правосудия и т.д. Эдвокаси также включает в себя лоббирование организаций, учреждений, а также различных уровней власти, направленное на изменение правил и норм, лишаящих людей их законных гражданских, политических, экономических, социальных и культурных прав, прописанных во Всеобщей декларации ООН по правам человека и конкретных конвенциях.



Завершение занятия: Пожалуйста, обратитесь к заметкам для фасилитаторов в Приложении А, для получения руководства по мониторингу прогресса и закрепления обучения.

РАЗДЕЛ 2:

РАЗДАТОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

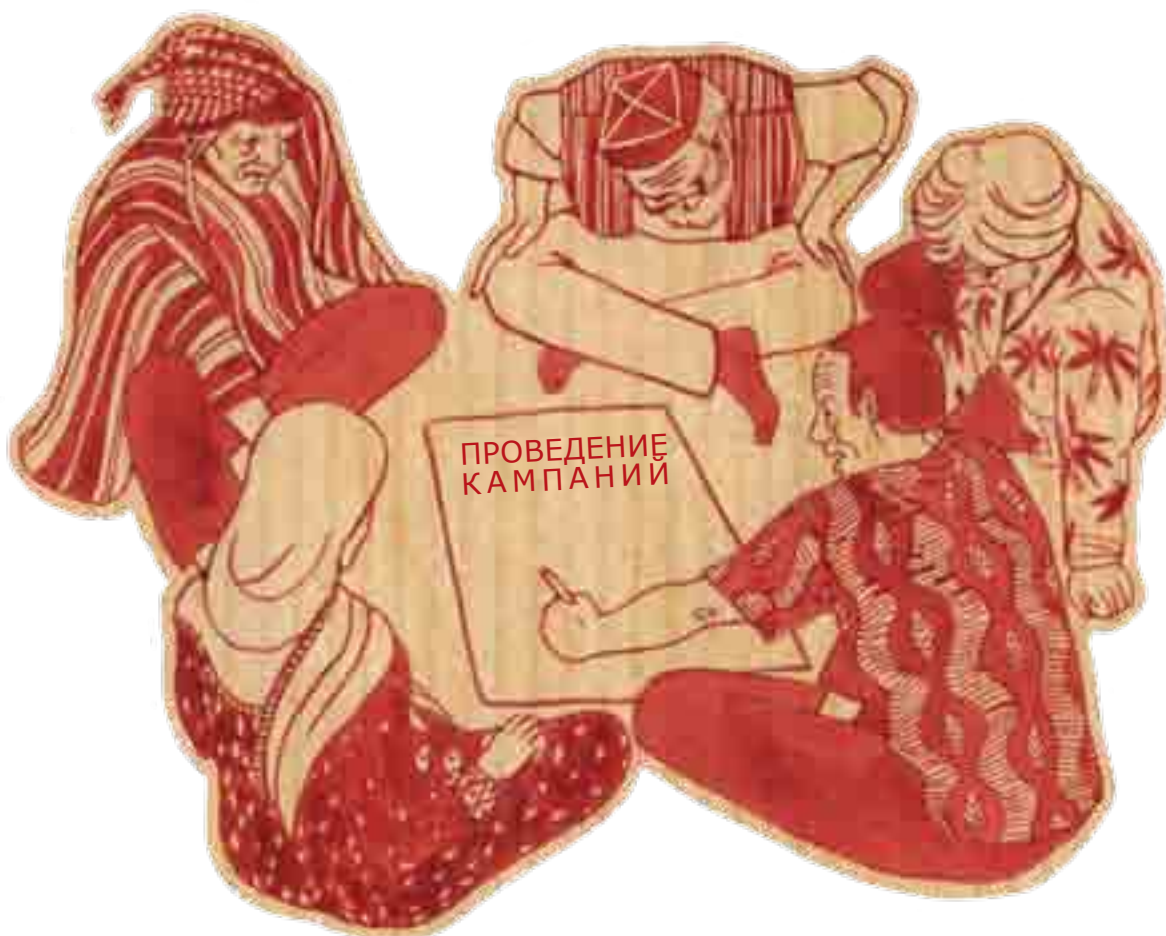


Раздаточные материалы

Раздела 2.1

Некоторые определения проведения кампаний

1. Проведение кампаний – это действия, направленные на изменение политики, позиции или программы государства, институтов, или организаций.
2. Проведение кампаний – это организованный и систематичный процесс воздействия на вопросы общественного интереса.
3. Проведение кампаний – это процесс социального изменения, который влияет на мироощущения, общественные и властные отношения, который укрепляет гражданское общество и открывает демократическое пространство.
4. Проведение кампаний – это включение вопроса в повестку дня, предложение решения к проблеме, и построение поддержки для действий как по проблеме, так и по ее решению.



Другие определения – более прямолинейные и непосредственные:

5. Проведение кампаний – это беседа с обществом; это – двусторонний процесс.

Нет однозначных определений; все, что более точно подходит вашему вопросу и контексту - считается.

Вот эти определения из словаря:

6. Проведение кампаний – это запланированный набор действий людей в определенный отрезок времени, направленный на достижение социальной политической или коммерческой цели. (Английский словарь Collins)

7. Проведение кампаний - это когда люди работают организованным и активным образом для достижения определённой цели (например, кампания против применения детского труда) (Словари Oxford)

Происхождение слова «кампания»: Оно произошло от латинского слова "campania", от "campus", означающий «устроиться в земле». Это связано с армейской практикой на поле, когда армия двигается от крепости или города на открытое поле в начале лета.



Раздаточные материалы

Раздел 2.2

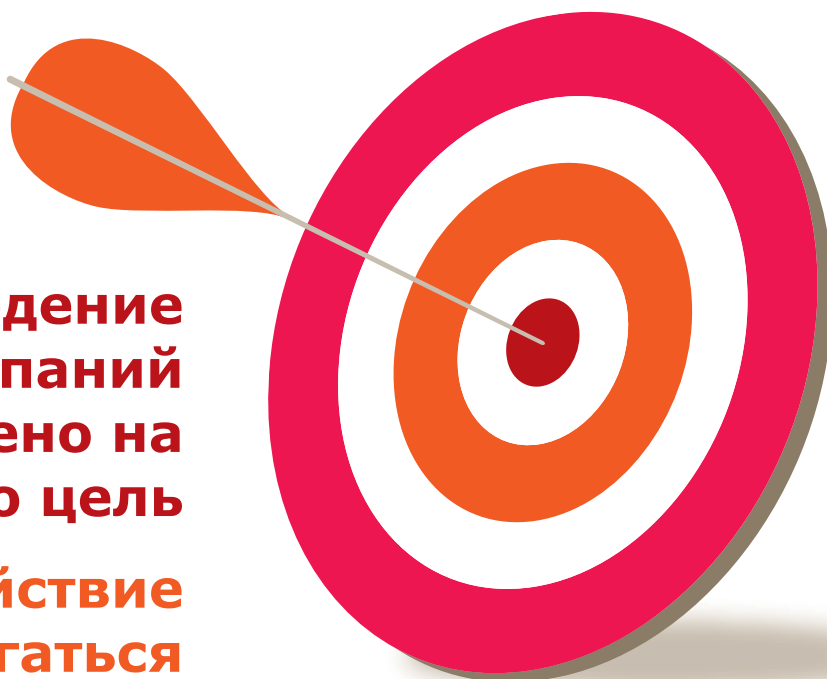
Главными составными элементами проведения кампаний являются:

Убеждение: Проведение кампаний представляет собой убеждение людей в поддержку какого-либо вопроса, в понимании своей роли и необычного интереса в решении какого-либо вопроса в их пользу. Проведение кампаний открывает пространство для общественных дискуссий.

Настойчивость: Проведение кампаний представляет собой создание и поддержание процесса, который не является типичным, и «обычным делом». Проведение кампаний требует очень много настойчивости и энергии.

Изменение: Проведение кампаний – это наука и искусство изменять то, что возможно изменить; например, ценности, поведение, законы, политику и баланс сил. Это, по сути, политическая деятельность, которая требует принятия решений, а также активное поощрение и убеждение других принять участие в осуществлении положительных перемен.

Проведение кампаний нацелено на четкую цель
... Действие должно двигаться ближе к цели



Фокус: Когда вещи представлены сложным образом, это может запутать людей; и если это так, то они будут думать, что вы тоже запутаны, и что вас не стоит слушать. И поэтому, знайте свою «красную нить», что означает важную суть, которая выделяется сквозь сложную картину, место или процесс. Ваша кампания должна быть видной и ясной, как красная нить. Она не может быть «всею картиной». Наоборот, она должна быть «тропинкой», с четкими ступеньками. У успешных кампаний - четкая направленность и они предлагают пути решения проблем.

Сила / власть: Можно рассмотреть четыре вида силы в отношении проведения кампаний.

Это - следующие:

- **сила над чем-либо** – сила превосходства, направленная на осуществление контроля над другими
- **сила внутри человека** – внутреннее ощущение силы
- **сила менять что-то** – сила, способная менять что-то и достигать цели
- **сила, разделенная с кем-либо** – разделенная сила между партнерами и союзниками.

Действие: Проведение кампаний представляет собой какую-то деятельность. Участники кампаний должны задать себе вопрос, каждый день: чего добивается их кампания? Начинает ли она что-то новое, публикует что-то, пытается предотвратить что-то, оккупирует, проводит марш, или лоббирует... Все кампании несут некий образовательный смысл, но это образование достигается через действие, опыт, не пассивным получением информации.

Прогресс: Хорошее проведение кампаний умеет вдохновлять своих последователей, и они будут готовы следовать следующему шагу, и даже начнут участвовать в проведении еще больше кампаний.



Раздаточные материалы Раздела 2.3

Одна женщина ходит по берегу реки. Она замечает, что в реке тонут маленькие дети. В ужасе, она прыгает в воду и старается их спасти, вытаскивая одного ребенка за другим на берег реки. Она двигается яростно и быстро, чтобы спасти тонущих детей.

Вдруг она видит мужчину, проходящего вдоль реки. Он спрашивает у нее: «Что вы делаете в середине реки?» Она отвечает, «Я спасаю этих детей. Их так много. Идите и помогите мне!»

Мужчина немедленно бросается в воду. Он начинает показывать детям, как надо плавать. А женщина продолжает вытаскивать детей одного за другим на берег.



Теперь второй мужчина ходит вдоль реки, и увидев женщину и мужчину, кричит им: «Что вы оба делаете?»

Женщина отвечает, «Я спасаю этих детей, потому что они не умеют плавать и поэтому я их вытаскиваю на берег. Идите, помогите мне!»

Мужчина, помогающий женщине, отвечает: «Я учу этих детей как плавать, чтобы они сами могли выбраться. Идите, помогите!»

Мужчина на берегу выслушал обоих и ушел дальше. А женщина и мужчина кричат ему вслед: «Куда вы уходите? Нам нужна ваша помощь!»

А мужчина им отвечает, «Я иду вверх по реке, чтобы узнать, кто выбрасывает детей в воду!»



Раздаточные материалы Раздела 2.4

- Какой из этих троих людей повел себя самым подходящим образом, по-вашему?
- Почему каждый делал то, что делал?
- О чем это говорит нам в отношении решения вопросов?
- Какие связи можно строить между этой историей и любым вашим опытом в организациях гражданского общества?
- Какие наблюдения о проведение кампаний вы можете извлечь из этой истории?



Заметка: Ассоциации пожилых людей, организации, основанные на сообществах (CBOs) и неправительственные организации (НПО) считаются гражданским обществом.



HelpAge International (occupied Palestinian territories)



Раздаточные материалы

Раздела 2.5

Некоторые определения адвокаси

- «Адвокаси - действия, призванные привлечь внимание общества к вопросу и для направления политиков и лиц, принимающих решение, к решению вопроса. Он состоит из юридической и политической работы, которая влияет на разработку и применение законов. Инициативы адвокаси требуют организованности, стратегического мышления, информацию, коммуникацию, работу с людьми в регионах, и мобилизацию.”
(Руководство по правам человека, Марж Шюлер)
- Адвокаси представляет собой различные стратегии, направленные на влияние на принятие решений на местном, муниципальном, национальном и международном уровнях. Более конкретно:
 - **кто решает:** выборы, назначения, министры, совет попечителей, судьи, исполнительные директора...
 - **о чем принимаются решения:** законы, политика, национальные приоритеты, программы, услуги, бюджет...
 - **как принимаются решения:** доступность информации, консультации и/или вовлечение общественности в принятие решений, отзывчивость к гражданам/ заинтересованным сторонам, подотчетность по решениям..
(ВенеКласен Л. И Миллер В., *Новая волна власти, людей и политики: Руководство к действию по адвокаси и гражданскому участию*)

Проще говоря, адвокаси – это когда люди борются за свои права.



KESPA (Kenya)

Эдвокаси включает в себя попытку понять, как работает бюрократия и системы, и борьбу против решений, отказывающих гражданам в том, на что они имеют законное право, будь то защита от дискриминации, доступ к социальной помощи и здравоохранению, справедливость со стороны системы правосудия и т.д. Эдвокаси также включает в себя лоббирование организаций, учреждений, а также различных уровней власти, направленное на изменение правил и норм, лишаящих людей их законных гражданских, политических, экономических, социальных и культурных прав, прописанных во Всеобщей декларации ООН по правам человека и конкретных конвенциях.



COSE (Philippines)

Раздаточные материалы

Раздела 2.6

Пожилые люди – в центре работы по кампаниям. Через этот тренинг и постоянное привлечение пожилых людей, мы создаем всемирное движение участников кампаний, которые подходят по характеристике и профилю, приведенному ниже.

ПРОФИЛЬ ПОЖИЛОГО УЧАСТНИКА КАМПАНИИ

ВЫ



...МОЖЕТЕ ВЕСТИ ДИАЛОГ И ДЕБАТЫ, УБЕЖДАТЬ, И СМОЖЕТЕ ПОБЕДИТЬ

...УВЕРЕНЫ В ТОМ, ЧТО СМОЖЕТЕ СОХРАНИТЬ СВОЮ ГРУППУ И ОТЗЫВАТЬСЯ ЕЕ ПОТРЕБНОСТЯМ

...У ВАС УНИКАЛЬНАЯ РОЛЬ ГОВОРИТЬ УБЕДИТЕЛЬНО О ВОПРОСАХ – ПОТОМУ ЧТО ВЫ САМИ ИСПЫТАЛИ ЭТИ ПРОБЛЕМЫ НА СЕБЕ.

...С УДОВОЛЬСТВИЕМ ДЕЛИТЕСЬ С ДРУГИМИ О ПОЖИЛЫХ ЛЮДЯХ И ИХ ЖИЗНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

...У ВАС ДУША ЛЕЖИТ К РАЗВИТИЮ ГРУППЫ

...ПОЗВОЛЯЕТЕ ДРУГИМ ЛЮДЯМ САМО-УЛУЧШАТЬСЯ СОВМЕСТНО

...СИЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК, ПОТОМУ ЧТО УЧИТЫВАЕТЕ СВОИ ЦЕННОСТИ, КУЛЬТУРУ И ИСТОРИЮ

...ГОТОВЫ УЧАСТВОВАТЬ

...ЯВЛЯЕТЕСЬ ОПОРОЙ ГРУППЫ

...ПОНИМАЕТЕ КОНТЕКСТ, ОСОБЕННО ПОЛИТИЧЕСКИЙ

...ЯВЛЯЕТЕСЬ ЦЕННЫМ ОРАТОРОМ ДЛЯ ОБЩЕНИЯ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (СМИ)

...МОЖЕТЕ ГОВОРИТЬ О СВОЕЙ ЖИЗНИ, ТРУДНОСТЯХ ОЧЕНЬ УВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ОБРАЗОМ

...ПРОЯВЛЯЕТЕ ЭФФЕКТИВНОЕ ЛИДЕРСТВО В ГРУППЕ ИЛИ ДВИЖЕНИИ

...ПОЛАГАЕТЕСЬ НА ИСТОЧНИК СИЛЫ ВНУТРИ СЕБЯ

ПРОФИЛЬ ПОЖИЛОГО УЧАСТНИКА КАМПАНИИ РОДА НГИМА, 77 ЛЕТ, КЕНИЯ



HelpAge Kenya

«Мы выбрались из темной ямы на светлую поверхность. ADA сделала из меня посла для других пожилых, для распространения информации о пожилых людях. Я поняла, что даже в пожилом возрасте я могу сделать что-то достойное и конструктивное для моей страны».

Рода Нгима

Рода давно является ключевой фигурой в своей церкви и сообществе, где она объединяет людей, вдохновляя их быть сильными и продолжать свой путь через все вызовы жизни. Теперь она вносит свой лидерский опыт и социальную приверженность к ADA, где она уже смогла оказать влияние.

В 2009 году она вела делегацию ADA на встречу с Премьером-министром. А в следующем году она встретила с Министром по вопросам гендерного равенства, детям и социального развития, чтобы объяснить ему выгоду от повышения пенсии. После этой встречи Правительство согласилось поднять пенсионные выплаты для всех пожилых в Кении.

В 2012 г. Рода ездила в Брюссель, где она встретила с несколькими депутатами Европейского Парламента. В своей речи она рассказывала о жизни в Кении, и трудностях в жизни пожилых людей в развивающихся странах, призывая Европейский Союз не забывать ее поколение. Она страстно верит в то, что люди преклонного возраста всего мира должны объединяться, чтобы говорить в один голос.



HelpAge Kenya

Это один раздел из комплекта, который составляет учебное пособие по кампании ADA. Вы можете скачать отдельные разделы или полное руководство по ссылке:

www.agedemandsaction.org

ХелпЭйдж Интернэшнл, абонентский ящик 70156, Лондон WC1A 9GB, Великобритания

Тел +44 (0)20 7278 7778 Факс +44 (0)20 7387 6992

www.helpage.org info@helpage.org

Зарегистрированный номер благотворительной деятельности: 288180

Любая часть этого пособия может быть переиздана в некоммерческих целях, если не указано обратное. Если материал был использован где-либо, будьте добры указать источник ХелпЭйдж Интернэшнл и вышлите нам ссылку.

Издание лицензировано Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. HelpAge International 2014.



Это руководство было издано при финансовой поддержке Федерального министерства Германии по экономическому сотрудничеству и развитию. Содержание этого документа является исключительной ответственностью ХелпЭйдж Интернэшнл и не обязательно отражает взгляды BMZ.



ADA
Age Demands Action

**HelpAge
International**
global network

Пожилые призывают к действиям – это кампания глобальной сети ХелпЭйдж