

РАЗДЕЛ 8Б:

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАМПАНИИ: ДОНЕСЕНИЕ ПОСЛАНИЯ ДО ОБЩЕСТВА

Учебное пособие ADA кампании

РАЗДЕЛ 8 Б: КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАМПАНИИ

ДОНЕСЕНИЕ ПОСЛАНИЯ ДО ОБЩЕСТВА



HelpAge International (Democratic Republic of Congo)

Этот раздел поможет участникам понять различные целевые аудитории и изучить лучшие подходы к ним, чтобы организовать встречу. Он также поможет им тщательно подготовиться ко встречам, включая практику дальнейших действий по выполнению договоренностей, достигнутых во время обсуждения. В этом разделе есть много возможностей ролевых игр по различным сценариям.



На всеобщем обсуждении и с помощью раздаточных материалов раздела 8Б.1, разъясните таблицу под названием «Понимание аудитории» и убедитесь, чтобы участники понимали компоненты (например, примените таблицу к простой выбранной аудитории и попросите участников охарактеризовать знание, отношения и главные заботы этой аудитории). Затем предложите каждой группе рассмотреть разные виды аудитории и написать свои предложения на плакате.



Упражнение 1 – Понимание различных аудиторий

Разделите участников на группы по 5-6 человек и дайте каждой группе по копии таблицы «Понимание аудитории» раздаточных материалов Раздела 8Б.1, распечатанной (или написанной) на огромном плакате.

Пусть каждая группа выберет четыре примера аудитории и применит к ним вопросы в таблице. Они могут использовать список, разработанный всей группой на всеобщем обсуждении. Или они могут определить целевые аудитории, которые напрямую имеют отношение к вопросу их кампании.



Вернитесь на всеобщую дискуссию и попросите участников дать примеры из каждой категории, приведенной в таблице.



HelpAge International (Tajikistan)

ПОНИМАНИЕ АУДИТОРИИ

Аудитория
Определение
аудитории

Знание
Что знает о
вопросе?

Отношения
Какое у них
отношение к
вопросу?

Главные заботы
О чем они больше
обеспокоены
(даже если не
относится к
делу)?



HelpAge International (Bolivia)



ВЫСТРАИВАНИЕ КОММУНИКАЦИИ С ЦЕЛЕВОЙ ГРУППОЙ

С помощью раздаточных материалов раздела 8B.2, объясните, что кампании часто определяют свои аудитории и различают «целевые аудитории (т.е. тех, на кого нужно нацелиться)». Этими целями могут выступить отдельные люди, непосредственно имеющие отношение к проблеме и имеющие полномочие принимать решение по этому вопросу. Эти люди являются ключевыми лицами в принятии решений.

Целевые аудитории могут быть разных типов, включая разработчиков политики, народных депутатов, владельцев малого бизнеса, общественных деятелей, исполнительных директоров, глав корпораций и государственных чиновников.

К этому времени вы уже ясно знаете вопрос и послание вашей кампании. Убедитесь, что вы также уяснили для себя, кто является вашей целевой аудиторией. Узнайте их мнения и ожидайте, что может быть в их взглядах

– почему они должны поменять свои взгляды / мнение? Что может их мотивировать действовать в пользу вашей кампании?

На всеобщем обсуждении подчеркните следующие подсказки:

При разработке послания для вашей целевой аудитории...

- Говорите простыми и понятными словами
- Ясно излагайте вопрос
- Объясните, чего вы хотите от них
- Используйте примеры, привлекающие их интерес
- Подготовьте короткое письменное изложение о сути вашей кампании.

Заметка: Решите, каков ваш призыв к изменению и определите, какой исход будет считаться выигрышным.



Обсудите и согласуйте то, о чем именно вы будете просить целевого человека делать, когда вы будете с ним беседовать.

Организируйте пошаговые действия, которые вы просите целевого человека предпринять, и определите, что для вас будет «выигрышным исходом». Например, будет ли это обещание проанализировать данный вопрос? Новая политика? Встреча с более высокопоставленным лицом, принимающим решения? Или же обещание в выделении средств?

Подход к целевому человеку

Объясните, что участники должны добиваться личной встречи с целевым человеком, но телефонный разговор или беседа с представителем тоже могут быть полезными, если личная встреча сразу невозможна.

Объясните, что когда участники начнут работу в новой кампании, всегда будет момент, когда им нужно организовать встречу с человеком или представителем организации, с которым они ранее никогда не встречались. Но это не так трудно, как кажется.



Ageing Nepal



Упражнение 2 – Организация встречи с целевым человеком



Это упражнение выполняется в трех стадиях (см. Раздаточные материалы раздела 8Б.3). На каждой стадии есть ряд шагов; их нужно написать или распечатать на бумажках, пропуская слова «первая, вторая и третья стадии». Приготовьте заранее кусочки бумаги. Оставаясь чувствительным к уровню грамотности, распространите бумажки и попросите участников расставлять их в логическом порядке.



Первая стадия

- Найдите контактные данные вашего целевого человека на сайте организации или отдела, поспрашивайте у знакомых или в общих группах в вашей сети.
- Если ваш целевой человек работает в большой организации, сперва попытайтесь связаться с отделом организации по связям с общественностью и СМИ. Если нет такого отдела, лучший выход – это связаться с человеком в приемной компании / организации.

Вторая стадия

- После того, как вы добыли контактные данные, позвоните целевому человеку или его/ее помощнику и коротко представьтесь или представьте группу, от имени которой вы звоните, и объясните необходимость встречи. Вы также должны:
 - использовать возможность перепроверить то, как пишется фамилия, имя и отчество человека, и точное название его/ее должности.
 - Отнеситесь дружелюбно и уважительно к любому человеку, с кем разговариваете; этот человек может оказаться ключевым в установлении связи с вашим целевым лицом.
- Если получится возможность назначить встречу сразу, можете поздравить себя! Потом подготовьтесь тщательно ко встрече.

Третья стадия

- Может вам не удастся организовать встречу по телефону
 - это часто происходит из-за того, что люди хотят проверить, что вы на самом деле тот, за кого себя выдаете. В этом случае напишите короткое сообщение вашему целевому человеку, (или его/ее помощнику или администратору), кратко излагая следующее:
 - основную информацию о вашей группе и любой более широкой сети
 - основную информацию о вопросе вашей кампании и ваши главные проблемы.
- Скажите, что вы хотели бы встретиться, чтобы узнать его / ее размышления по данному вопросу и соответствующей политике, и обсудите ваши тревоги. Скажите также, что вы бы с удовольствием пригласили его / ее к вашему кругу, или что можете прийти к нему/ней на работу, если так угодно ему /ей.
- Потом подождите две недели. Если вы не получили никакого ответа, то позвоните по телефону, вежливо спросите о том, получили ли они ваше письмо и видится ли им возможным встреча, и если нет, то есть ли кто-нибудь в отделе или организации, с кем вы могли бы поговорить по этому делу.



NCTS SENIOR (Macedonia)



Упражнение 3 – Практика разных сценариев



Заметка: Планируйте, репетируйте, готовьтесь, готовьтесь и готовьтесь!

На всеобщем обсуждении объясните, что может быть, некоторым участникам легко получится встретиться со своим целевым человеком, и их встретят радушно. А может быть и наоборот... Кому-то будет трудно добиться встречи с нужным человеком или получить ответ письменно. Если и когда они смогут добиться встречи, атмосфера может быть напряженной. Дорога может быть трудной, и поэтому важно подготовиться на случай разных сценариев до того, как вы собрались звонить. Вот некоторые возможные сложности – и решения к ним, поэтому порепетируйте заранее.



С помощью раздаточных материалов раздела 8Б.4, расставьте следующие сценарии на разных столах в зале. Пусть группы будут смешанные. Группы будут по очереди играть роль как целевых людей, так и участника кампании. Они подойдут к первому столу и сыграют сценарий. Затем они передвигаются по ротации на другой стол, и практикуют роль других. Нужно делать все это в быстром темпе и продолжать стоя.

Разные сценарии

Ваш целевой человек (лицо, принимающее решения) не может встретиться и поговорить с вами.

Будьте настойчивы. Объясните кто вы, спросите, в какое время можно позвонить и узнать возможность встречи, и есть ли кто-нибудь вместо него, с кем можно будет побеседовать. Попытайтесь позвонить несколько раз в разное время, и получите электронный адрес вашего человека, чтобы отправить ему/ей письменное сообщение.

Извините, мы не знаем /не осведомлены о вашей кампании

Вы должны подготовить краткое объяснение о кампании. Если целевое лицо хочет видеть объяснение перед тем, как ответить, вежливо попросите, на какой электронный адрес будет лучше отправить, и сразу же установите время и дату для отслеживания.

Я не являюсь ответственным человеком по этому вопросу

Очень важно выяснить на самом ли деле это так, или может таким образом ваш целевой человек избегает вас. Спросите вежливо, с кем еще вы могли бы поговорить («Кто является ответственным по этому вопросу?»), но продолжайте добиваться ответа от того человека, с кем вы разговариваете.

Мы не можем ничего сделать

Даже если очень неприятно такое услышать, твердое негативное утверждение от человека, принимающего решение, может дать вам еще больше повода и мотивации для проведения вашей кампании. Напишите или запишите ответ от целевого человека и рассматривайте переход на следующие шаги.

Мы собираемся ввести изменения, которые вы просите

Это – отлично. Но еще не прекращайте оказывать давление! Если получится, добейтесь письменного ответа от человека, на котором также указан срок, к которому обещание будет выполнено. Убедитесь, что вы знаете, как проконтролировать любые изменения, которые данное лицо внесет.



HelpAge International (Kyrgyzstan)



Упражнение 4 – Стили убеждения

В одной модели есть четыре стиля убеждения:

Фактический: человек, действующий в таком стиле, старается оказывать влияние на других посредством представления фактов; здесь есть акцент на детали и документирование.

Интуитивный: человек, действующий в таком стиле, старается оказывать влияние на других посредством подчеркивания выгоды от решения вопроса; ставится акцент на креативный подход к новым возможностям.

Нормативный: Влияние через призыв к общей системе ценностей; ставится упор на справедливое решение проблемы; поведение основано на эмоциях.

Аналитический: Этот стиль подразумевает убеждение других путём показывания причины и следствия между частями и затем их синтезирование.

Работайте в четырех группах и дайте каждой группе по одному стилю убеждения. Пусть они творчески презентуют остальным в группе на всеобщем обсуждении. Создайте сценку, в которой мы видим этот стиль в действии.



На всеобщем обсуждении попросите каждую группу представить свои сценарии в определённом стиле убеждения. Убедитесь, что участники понимают каждый из четырех стилей к концу занятия



Как извлечь самое лучшее от встречи с целевым лицом

На всеобщем обсуждении, с помощью раздаточных материалов раздела 8Б.5, попросите трех добровольцев прочитать вслух следующие три стадии проведения успешной встречи.

До встречи:

- Точно узнайте место встречи
- Оденьтесь в то, в чем вы чувствуете себя комфортно и в котором вы соответствуете встрече
- Приходите вовремя
- Будьте частью группы
- Идите с тем, у кого есть опыт проведения кампании и / или встречи с целевым человеком.

Во время встречи:

- Ведите себя естественно
- Ведите себя вежливо и уверенно поприветствуйте согласно местным традициям и культуре данной местности (напр., свободно пожмите руку человека)
- Представьтесь - назовите свое имя и должность (мать, работодатель, художник, избиратель и т.д.)
- Придерживайтесь одной темы
- Говорите громко, но спокойно
- Не лгите и не придумывайте ничего, если вы чего-то не знаете.
- Предлагайте решения, подчеркните то, чего по вашему мнению не хватает.
- Слушайте внимательно, не перебивайте, но проявляйте эмпатию.

В конце встречи:

- Если у вас есть визитная карточка, в качестве напоминающего средства о вашей группе, обязательно дайте человеку.
- Придерживайтесь отрезка времени, отведенного на встречу. Не отвлекайтесь, придерживайтесь вашего плана.
- Всегда заканчивайте встречу со словами о том, что вы проведёте еще одну встречу для принятия действий по договоренностям!



Age Concern Ukraine



Упражнение 5 – Ролевые игры о вашей встрече

На всеобщем обсуждении объясните, что участники должны играть по ролям сценарий встречи с лицом, принимающим решения. Во-первых, покажите правильный и неправильный подход:

Неправильно: Здравствуйте, меня зовут Джимми, и у меня петиция к вам, чтобы вы что-нибудь предприняли для разрешения проблемы.

Правильно: Здравствуйте. Меня зовут Джеймс Джоунс; я являюсь пожилым человеком округа «Х», что входит в вашу администрацию. Я хотел сообщить вам, что я запустил кампанию с членами ассоциации пожилых. У нас кампания по улучшению общественного транспорта для пожилых людей, по которой мы просим обеспечить специальные сидения для пожилых людей в автобусах, так как престарелым часто приходится ехать стоя. Вы уже слышали об этой кампании? Что вы думаете насчет «xxx»?

Потом попросите участников встать на две линейки, лицом друг к другу. Люди в одной линейке должны играть роль целевого человека, а те, кто стоят напротив – участники кампании. Последние должны начать практиковать разговор с представления себя целевому лицу, который отвечает, как ему угодно.

Затем каждый участник кампании продвигается и встает перед лицом следующего человека напротив, и практикует то же самое. Продолжайте так несколько кругов. Затем переключите роли, чтобы у каждого участника была возможность представить себя целевому человеку.

Действия после встречи

На всеобщем обсуждении попросите участников сказать свои мнения о том, какие они должны предпринимать действия на основе договоренности во время встречи с целевым лицом, и обязательно учтите моменты в Проверочном списке.



Проверочный список

- Уходя, поблагодарите вашего целевого партнера и коротко напомните вопрос и сообщение вашей кампании.
- После встречи, напишите ему /ей благодарственное письмо по электронной почте и в завершении письма напомните о следующих шагах, договоренных между вами. Это очень хорошая возможность показать, что вы и ваши сторонники серьезно относятся к вопросу.



Упражнение 6 – Практика встречи с целевыми людьми

Основываясь на практике знакомства, организуйте ролевые игры. Разделите участников в группы по шесть, или проведите игру в виде упражнения, где участники-добровольцы выполняют роли, а другие- наблюдают. Пусть группы назначают два человека в качестве целевых лиц, принимающих решение, и четыре - как участники кампании, пришедшие на встречу. Выберите какую-нибудь тему. Дайте каждой группе время для подготовки, и только после этого пусть они выходят на исполнение ролей.

После окончания ролевой игры, попросите «актеров» сознательно выйти из своих ролей. Дайте достаточно времени для подведения итогов и высказывания наблюдений, и извлечения уроков и советов.



Подведение итогов: Пожалуйста посмотрите Заметки для фасилитаторов в Приложении А за помощью по мониторингу продвижения и закрепления знаний.

РАЗДЕЛ 8Б:

РАЗДАТОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



Раздаточные материалы раздела 8Б.1

Понимание аудитории

Аудитория
Определение
аудитории

Знание
Что знает о вопросе?

Отношения
Какое у них
отношение к
вопросу?

Главные заботы
О чем они больше
обеспокоены (даже
если не относится к
делу)?



Раздаточные материалы Раздела 8Б.2

Ведение переговоров с целевым лицом

В кампаниях часто определяют аудитории и различают «целевых лиц». Этими целями могут выступить отдельные люди, непосредственно имеющие отношение к проблеме, и имеющие полномочие принимать решение по этому вопросу. Эти люди являются ключевыми в принятии решений.

Целевые аудитории могут быть разных типов, включая разработчиков политики, народных депутатов, владельцев малых бизнесов, общественных деятелей, исполнительных директоров, глав корпораций и государственных чиновников.

К этому времени вы уже ясно знаете вопрос и послание вашей кампании. Убедитесь, что вы также уяснили для себя, кто является вашей целевой аудиторией. Узнайте их мнения и ожидайте, что может быть в их взглядах – почему они должны поменять свои взгляды / мнение? Что может их мотивировать действовать в пользу вашей кампании?

При разработке послания для вашей целевой аудитории...

- Говорите простыми и понятными словами
- Ясно излагайте вопрос
- Объясните, чего вы хотите от них
- Используйте примеры, привлекающие их интерес
- Подготовьте короткое письменное изложение о сути вашей кампании.



RENPERMAE (Ecuador)



Раздаточные материалы раздела 8Б.3

Ведение переговоров с целевым лицом

Первая стадия

- Найдите контактные данные вашего целевого человека на сайте организации или отдела, поспрашивайте у знакомых или общих групп в вашей сети.
- Если ваш целевой человек работает в большой организации, сперва попытайтесь связаться с отделом организации по связям с общественностью и СМИ. Если нет такого отдела, лучший выход – это связаться с человеком в приемной компании / организации.

Вторая стадия

- После того, как вы добыли контактные данные, позвоните целевому человеку или его/ее помощнику и коротко представьтесь или представьте группу, от имени которой вы звоните, и объясните необходимость встречи. Вы также должны:
 - использовать возможность перепроверить то, как пишется фамилия, имя и отчество человека, и точное название его/ее должности.
 - Отнеситесь дружелюбно и уважительно к любому человеку, с кем разговариваете; этот человек может оказаться ключевым в установлении связи с вашим целевым лицом.
- Если получится возможность назначить встречу сразу, можете поздравить себя! Потом подготовьтесь тщательно ко встрече.



NCTS SENIOR (Macedonia)

Третья стадия

- Может вам не удастся организовать встречу по телефону.
 - это часто происходит из-за того, что люди хотят проверить, что вы на самом деле тот, за которого вы себя выдаете. В этом случае напишите короткое сообщение вашему целевому человеку (или его/ее помощнику или администратору), кратко излагая следующее:
 - основную информацию о вашей группе и любой более широкой сети
 - основную информацию о вопросе вашей кампании и ваши главные проблемы.
- Скажите, что вы хотели бы встретиться, чтобы узнать его /ее размышления по данному вопросу и соответствующей политике, и обсудите ваши тревоги. Скажите также, что вы бы с удовольствием пригласили его / ее к вашему кругу, или что можете прийти к нему/ней на работу, если так угодно ему /ей.
- Потом подождите две недели. Если вы не получили никакого ответа, то позвоните по телефону, вежливо спросите о том, получили ли они ваше письмо и видится ли им возможным встреча, и если нет, то есть ли кто-нибудь в отделе или организации, с кем вы могли бы поговорить по этому делу.



Раздаточные материалы раздела 8Б.4

Практика разных сценариев

Разные сценарии

Ваш целевой человек (тот, кто принимает решения) не может встретиться и поговорить с вами.

Будьте настойчивы. Объясните, кто вы, спросите, в какое время можно позвонить и узнать возможность встречи, и есть ли кто-нибудь вместо него, с кем можно будет побеседовать. Попробуйте позвонить несколько раз в разное время, и получите электронный адрес вашего человека, чтобы отправить ему/ей письменное сообщение.

Извините, мы не знаем /не осведомлены о вашей кампании

Вы должны подготовить краткое объяснение о кампании. Если целевое лицо хочет видеть объяснение перед тем, как ответить, вежливо попросите, на какой электронный адрес ему будет лучше отправить, и сразу же установите время и дату для отслеживания.

Я не являюсь ответственным человеком по этому вопросу

Очень важно выяснить, на самом ли деле это так, или может таким образом ваш целевой человек избегает вас. Спросите вежливо, с кем еще вы могли бы поговорить («Кто является ответственным по этому вопросу?»), но продолжайте добиваться ответа от того человека, с кем вы разговариваете.



HelpAge International (Kyrgyzstan)

Мы не можем ничего сделать

Даже если очень неприятно такое услышать, твердое негативное утверждение от человека, принимающего решение, может дать вам еще больше повода и мотивации для проведения вашей кампании. Напишите или запишите ответ от целевого человека и рассматривайте переход на следующие шаги.

Мы собираемся ввести изменения, которые вы просите

Это – отлично. Но еще не прекращайте оказывать давление! Если получится, добейтесь письменного ответа от человека, на котором также указан срок, к которому обещание будет выполнено. Убедитесь, что вы знаете, как проконтролировать любые изменения, которые данное лицо внесет.





Раздаточные материалы раздела 8Б.5

Советы по проведению самой успешной встречи с вашим целевым лицом

До встречи:

- Точно узнайте место встречи
- Оденьтесь в то, в чем вы чувствуете себя комфортно и в котором вы соответствуете встрече
- Приходите вовремя
- Будьте частью группы
- Идите с тем, у кого есть опыт проведения кампании и / или встречи с целевым человеком.

Во время встречи:

- Ведите себя естественно
- Ведите себя вежливо и уверенно поприветствуйте согласно местным традициям и культуре данной местности. (напр., сожмите руку человека свободно)
- Представьтесь – назовите свое имя и должность (мать, работодатель, художник, избиратель и т.д.)
- Придерживайтесь одной темы
- Говорите громко, но спокойно
- Не лгите и не придумывайте ничего, если вы чего-то не знаете.
- Предлагайте решения, подчеркните то, чего, по вашему мнению, не хватает.

В конце встречи:

- Если у вас есть визитная карточка, в качестве напоминающего средства о вашей группе обязательно дайте человеку.
- Придерживайтесь отрезка времени, отведенного на встречу. Не отвлекайтесь, придерживайтесь вашего плана.
- Всегда заканчивайте встречу со словами о том, что вы проведёте еще одну встречу для принятия действий по договоренностям.



Раздаточные материалы раздела 8Б.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

...ГОТОВЫ
УЧАСТВОВАТЬ

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

...ЯВЛЯЕТЕСЬ
ОПОРОЙ ГРУППЫ

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

...ПОНИМАЕТЕ
КОНТЕКСТ,
ОСОБЕННО
ПОЛИТИЧЕСКИЙ

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

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

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

...У ВАС
ДУША
ЛЕЖИТ К
РАЗВИТИЮ
ГРУППЫ

...ПОЗВОЛЯЕТЕ
ДРУГИМ ЛЮДЯМ
САМО-УЛУЧШАТЬСЯ
СОВМЕСТНО

...ПРОЯВЛЯЕТЕ ЭФФЕКТИВНОЕ
ЛИДЕРСТВО В ГРУППЕ ИЛИ
ДВИЖЕНИИ

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

...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 ХэлпЭйдж Интернэшнл и не обязательно отражает взгляды BMZ.



ADA
Age Demands Action

**HelpAge
International**
global network

Пожилые призывают к действиям – это кампания глобальной сети ХэлпЭйдж