

Advocacy
Training pentru bibliotecarii din bibliotecile publice locale
Modulul II: Advocacy în favoarea bibliotecii

Obiective:

1. Dezvoltarea la participanți a competențelor de proiectare a activităților de advocacy în favoarea bibliotecii.
2. Dezvoltarea la participanți a competențelor de a construi a strategiilor de atragere a partenerilor pentru activitățile de advocacy.
3. Sporirea încrederii bibliotecarilor în faptul că ei sunt capabili să inițieze, să organizeze, să conducă și să disemineze activități de advocacy performante.

Agenda:

Sesiunea	Activitatea	Metodologia	Suporturi curriculare
Ziua întâi			
Sesiunea I	Partea introductivă	La discreția formatorilor – laconic!	
	Identificarea așteptărilor față de Modulul II	La discreția formatorilor dar foarte operativ 5 minute maximum	01 01 Ftit
	Prezentarea și explicarea obiectivelor.	Succint. Atenție la care vor fi produsele trainingului și ce vor trebui să facă participanții ca urmare a acestui training – <u>OBTINEREA UNEI DECIZII FAVORABILE BIBLIOTECII DIN PARTEA APL</u>	01 02 Agenda
	Prezentările participanților referitoare la activitățile de promovare realizate	Asigurarea condițiilor pentru prezentare	
Pauză			
Sesiunea II.	Conceptul de Advocacy	Recapitularea informației de la Modulul I – operativ. Actualizăm cunoștințele participanților prin intermediul unor discuții libere asupra subiectului (dar foarte atenți la timp – 5 – 6 min)	02 01 Advocacy definiții
	Clarificarea componentelor situației de advocacy	Explicații ale formatorului referitoare la componentele unei situații de advocacy: conform suportului 02 02. Atragem atenție la fiecare componentă. Pentru situațiile de advocacy trebuie să avem un oponent (poate fi oponent din rea voință sau poate fi oponent din necunoaștere a situației) - 5 min	02 02 Advocacy componente
	Clarificarea componentelor unei activități de advocacy	Explicații ale formatorului – găsim modalitatea optimă. Lucrăm cu suportul 02 03. Explicăm faptul că în continuare vom lucra cu toate aceste componente – 10 min.	02 03 Advocacy componentele planificării

	Identificarea și formularea problemei de advocacy	Se atrage atenție deosebită a importanței descrierii problemei. Este componenta cea mai slabă în marea majoritate a proiectelor depuse la Novateca dar și la alți donatori. De facto, descrierea competentă a problemei este cheia ce deschide mintea evaluatorului să lectureze mai departe proiectul dvs. Se vor analiza fiecare componente ale formulării problemei conform suportului 02 04. Se va analiza exemplul. Se va clarifica nivelul de înțelegere a subiectului de către participanți (este clar că subiectul e cam abstract pentru ei și vor fi rezistențe). Urmează ce este cel mai greu: în cadrul echipelor de lucru să identifice o problemă de bibliotecă (nu prea dificilă) pe care ar putea să o soluționeze sau să o diminueze cu o decizie favorabilă din partea APL. Să monitorizați atent situația și să veniți cu recomandări relevante la ce probleme selectează participanții. În caz contrar o să vă pomeniți cu probleme grandomane imposibil de soluționate (mărirea salariului, reparație capitală, ap!!! aproximativ 50 – 60 min. este clar că nu vor putea formula problema după cum este în model, dar măcar să dezvolte ceva la fiecare componentă. Oricum trebuie de dezvoltat capacitatea bibliotecarilor de a gândi și mai sofisticat. Nu poate fi creativ un bibliotecar cu o gândire mediocră.	02 04 Descrierea problemei
	Pauză		
Sesiunea III.	Formularea scopurilor și obiectivelor pentru soluționarea problemei de advocacy	Se vor actualiza cunoștințele participanților referitoare la formularea de scopuri și obiective (fie întrebări referitoare la formularea lor, fie discuții referitoare la practica lor de formulare a scopurilor și obiectivelor etc.). – cam 5 min. Se explică noțiunea de scop apoi cea de obiectiv. Se explică modelul SMART. Parcă este foarte ușor din punct de vedere teoretic acest model. Să vedem practic cum formulăm. Se propune grupelor să formuleze un obiectiv SMART în 5 min.. Monitorizăm procesul. Distribuim participanților suportul 03 01. Analizăm exemplul de formulare a scopului și a obiectivelor. În cadrul Programului Novateca venim cu anumite schimbări conceptuale în ceea ce privește formularea obiectivelor, deoarece este foarte greu pentru participanți să exprime obiectivele sub formă de deziderate filosofice. Din aceste considerente, simplificăm formularea prin reducerea elementului de abstractizare și prezentăm formulările ca niște intenții simple de	03 01 Formularea obiectivelor

		<p>realizare a anumitor etape ale procesului de advocacy: Planificarea (pregătirea) activității; Realizarea activității; Evaluarea și diseminarea succeselor. Un obiectiv separat este cel de pregătire a prezentării.</p> <p>Foarte posibil că cei care au experiența altor proiecte să aibă o altă abordare a formulării obiectivelor. În Novateca vom folosi modelul nostru de formulare. 10 min.</p> <p>Propunem participanților să formuleze scopul și obiectivele activității lor de advocacy după modelul prezentat anterior. 25 min.</p>	
	Realizarea hărții publicului țintă pentru activitățile de advocacy. APL publicul țintă principal de advocacy pentru bibliotecile Novateca	<p>Explicarea conceptului de PUBLIC ȚINTĂ. Atragem atenția să nu se confunde conceptul cu de „grup țintă”. Publicul țintă principal în activitățile de advocacy realizate de bibliotecari este APL, care trebuie să adopte o decizie în favoarea bibliotecii. Explicăm rolul publicului țintă principal și a celui secundar. Explicăm importanța pragmatică a lucrului cu publicul țintă secundar. Aduceți exemple concrete din experiența voastră de lucru cu publicul respectiv – 10 min.</p>	03 02 Advocacy publicul țintă
	Strategii concrete de influențare pentru diferite tipuri de public țintă (suporteri, oponenti, indeciși).	<p>Explicăm participanților strategiile de influențare pentru diferite categorii de public țintă (suporteri, Oponenti, Indeciși). Dacă grupele sunt bune, le puteți propune fiecărui grup să facă o explicație a unei componente: 3 echipe – 3 tipuri de public țintă. Dacă echipele sunt mai modeste, facem noi o prezentare și o explicație – 15 min.</p>	03 03 Advocacy analiza publicului țintă
	Prânzul		
Ziua a doua			
Sesiunea IV.	Fortificarea parteneriatelor – condiție indispensabilă a eficienței activităților de advocacy.	<p>Actualizarea cunoștințelor participanților referitoare la parteneriate: ce sunt parteneriatele, de ce avem nevoie de ele, experiența lor în dezvoltarea parteneriatelor (dar succint – 5 min.)</p> <p>Distribuim suportul 04 01. Sugerăm participanților să vină cu o explicație asupra desenului. Apoi venim cu explicația noastră: în marea majoritate a cazurilor partenerii se consideră un fel de Moș Crăciun, care trebuie să aducă daruri bibliotecii. Anume această percepție eronată și îndepărtează potențialii parteneri de bibliotecă și generează tensiuni în raport cu APL. – 5 min.</p> <p>Explicăm Conceptul de parteneriat „NOI - VOUĂ” apoi „VOI - NOUĂ”. Adică biblioteca, dacă vrea parteneri trebuie să știe ce așteaptă viitorii</p>	04 01 LPA partners

		<p>parteneri de la bibliotecă și ce pot oferi partenerii bibliotecii. – 5 min.</p> <p>Analiza suportului 04 02. Iarăși atragem atenție asupra faptului că trebuie să știm exact ce așteaptă partenerii de la noi și trebuie să știm exact ce ei ne pot propune. Uneori noi cerem de la parteneri mai mult decât ei pot oferi și îi speriem sau îi facem să ne creadă neserioși. Alteori noi nu valorificăm nici pe departe ceea ce ne poate oferi un parteneri și ne limităm numai la bani sau resurse fizice. 10 min.</p> <p>Analiza a ceea ce așteaptă partenerii de bază de la bibliotecii și ce pot oferi ei bibliotecilor – suporturile 04 03, 04 04, 04 05. Dacă grupele sunt mai puternice, puteți oferi fiecărui grup câte o categorie de parteneri și ei să facă explicația pentru colegi. În caz contrar, faceți o explicație pe fiecare categorie de parteneri și inițiați niște discuții referitoare la modalitățile de atragere a partenerilor și de fortificare ulterioară a parteneriatelor – 40 min</p>	<p>04 02 Implicarea partenerilor</p> <p>04 03 Parteneriate cu APL;</p> <p>04 04 Parteneriate cu AE;</p> <p>04 05 Parteneriate cu ONG</p>
	Echipa de advocacy – cum o formăm, motivăm, fortificăm.	<p>Inițiem o succintă discuție asupra componenței echipei de advocacy care va fi capabilă să inițieze parteneriatele și să conducă activitatea de advocacy până la obținerea deciziei favorabile bibliotecii din partea APL. Ar fi relevant ca în echipa de advocacy să fie persoane care pot influența APL în luarea deciziei favorabile. Inițiați o discuție și stabiliți o potențială structură a echipei. De ex. 1 bibliotecar; directorul școlii; președintele SRL....., președintele ONG, 1 părinte, 1 elev etc. bineînțeles că în satul lor, fiecare va identifica nominal membrii echipei sale de advocacy. Fără echipă activitatea de advocacy are șanse mici de a realiza obiectivele propuse - 15 min.</p>	
	Pauză		
Sesiunea V.	Analiza reperelor pentru inițierea planului activității de advocacy	<p>În cadrul acestei sesiuni se va dezvolta schița de plan a activității de advocacy pe care o vom realiza în comunitățile noastre pentru a obține o decizie favorabilă bibliotecii. Înainte de a dezvolta planul se vor analiza reperele de bază în dezvoltarea unui plan de advocacy.</p> <p>Analizăm suportul 05 01 pas cu pas împreună cu beneficiarii. Ei își fixează reperele de bază pe foaie că ulterior le vor folosi la planificare. Vom completa componentele sub formă de schiță: 1 – 2 idei la</p>	05 01 Repere

		componentă sunt suficiente. Restul reperelor le vor completa acasă împreună cu echipa de advocacy	
	Dezvoltarea planului de advocacy	<p>Analizăm modelul de plan de advocacy de la Stejăreni. Atragem atenție asupra tuturor formulărilor: Descrierea problemei, scopul, obiectivele, activitățile, produsele de monitorizat etc.</p> <p><u>Fiecare echipă lucrează la computere și dezvoltă modelul de SCHIȚĂ DE PLAN. Plasăți pe computere documentul 05 03 Planul de advocacy model DE COMPLETAT</u></p> <p><u>Explicăm că vom elabora o schiță preventivă a planului de advocacy. Planul real va fi dezvoltat împreună cu echipa la întoarcere.</u></p> <p><u>Monitorizăm intens fiecare grup în elaborarea planului.</u></p>	<p>05 02 Planul de advocacy</p> <p>05 03 Planul de advocacy model DE COMPLETAT</p>
	Pauză		
Sesiunea VI.	Dezvoltarea planului de promovare a bibliotecii	Finalizarea schiței de plan	
	Schimb de experiență asupra planurilor dezvoltate	<p>Realizăm schimb de experiență asupra SCHIȚELOR de planuri de advocacy (turul galeriei sau altceva)</p> <p>Comentarii, recomandări referitoare la planurile participanților.</p> <p>Concluzii generale referitoare la planul de activități</p>	
	Specificarea activităților ulterioare	<p>Revenirea la traiectul formativ</p> <p>Clarificarea activităților care urmează să fie realizate ulterior de participanți – DECIZIA APL ÎN FAVOAREA BIBLIOTECII pana în ianuarie 2017</p> <p>Specificarea produselor care vor fi prezentate la Modulul III (reflecția progreselor în luarea deciziei, care vor fi realizate de ei până la momentul venirii la Modulul III)</p>	
	Evaluarea modului II		
	Prânzul		

Trainingul

Advocacy

Modulul II

Advocacy în favoarea bibliotecii

?? octombrie 2016

Chişinău

**Trainingul "Advocacy".
Modulul II: Advocacy în favoarea bibliotecii**

Obiective:

1. Dezvoltarea la participanți a competențelor de proiectare a activităților de advocacy în favoarea bibliotecii.
2. Dezvoltarea la participanți a competențelor de a construi a strategiilor de atragere a partenerilor pentru activitățile de advocacy.
3. Sporirea încrederii bibliotecarilor în faptul că ei sunt capabili să inițieze, să organizeze, să conducă și să disemineze activități de advocacy performante.

Agenda:

Sesiunea	Activitatea
Modulul II. Ziua întâi.	
Sesiunea I	Partea introductivă
	Obiectivele și agenda pentru Modulului II
	Parada poveștilor despre succesele participanților în implementarea planurilor de promovare dezvoltate în cadrul Modulului I
	Pauză
Sesiunea II.	Conceptul de advocacy. Recapitularea informațiilor de la Modulul I
	Componente de bază ale unei situații de Advocacy. Deosebirea problemelor de advocacy de alte categorii de probleme
	Componentele proiectării activității de advocacy
	Identificarea și formularea problemelor de advocacy
	Pauză
Sesiunea III.	Formularea scopurilor și obiectivelor pentru soluționarea problemei de advocacy
	Realizarea hărții publicului țintă pentru activitățile de advocacy. APL publicul țintă principal de advocacy pentru bibliotecile Novateca
	Strategii concrete de influențare pentru diferite categorii de public țintă (suporteri, oponenți, indeciși).
Modul II. Ziua a doua.	
Sesiunea IV	Fortificarea parteneriatelor – condiție indispensabilă a eficienței activităților de advocacy.
	Echipa de advocacy – cum o formăm, motivăm, fortificăm.
	Pauză
Sesiunea V	Analiza reperelor pentru inițierea planului activității de advocacy
	Dezvoltarea planului de advocacy
	Pauză
Sesiunea VI	Schimb de experiență asupra planurilor de advocacy dezvoltate
	Generalizarea informației referitoare la Modulul II
	Specificarea activităților care urmează să fie realizate până la Modulul III. Specificarea produselor care vor fi prezentate la Modulul III

CE ÎNSEAMNĂ “ADVOCACY”?

Originile termenului “*advocacy*” le găsim în procesul de dezvoltare a democrației pluraliste și participative din statele cu tradiție democratică. În aceste țări **oamenii sunt conștienți de drepturile pe care le au**. De aceea desfășoară activități de *advocacy*, prin care încearcă să influențeze puterea și politicile publice, **implicându-se astfel în procesul de luare a deciziilor**.







Există tot atâtea definiții pentru *advocacy*, câte grupuri și organizații o practică.

- Advocacy înseamnă **discutarea în public a subiectelor importante, și îndrumarea/influențarea factorilor de decizie în vederea găsirii unor soluții** relevante pentru dificultățile existente.
- Advocacy înseamnă **sensibilizarea comunității** asupra unor probleme cauzate de limitarea anumitor drepturi legitime ale cetățenilor și **convingerea oamenilor de a se implica activ** în soluționarea problemelor respective.
- Advocacy este un proces planificat și sinergic ce are drept scop **promovarea schimbărilor pozitive** în domeniul pentru care **cetățenii militeză în mod participativ**.
- Advocacy înseamnă **participarea conștientă a oamenilor la procesele de luare a deciziilor** referitoare la resursele alocate în instituții, sisteme sociale, economice sau politice.
- În Programul Novateca, Advocacy înseamnă "*Acțiuni pe care indivizii sau organizațiile le întreprind pentru influențarea deciziilor autorităților locale, naționale sau internaționale în scopul de a ajuta la promovarea unor schimbări dorite de atitudini, politici sau de finanțări în sprijinul bibliotecilor publice*".
- Advocacy este orice acțiune a bibliotecarilor și a susținătorilor acestora, ce are drept scop **obținerea unei/unor decizii a APL în favoarea bibliotecilor publice**.

Advocacy este utilă bibliotecilor pentru:

- **identificarea a noi surse de resurse** pentru modernizarea progresivă a bibliotecilor;
- **asigurarea durabilității fizice și umane** a bibliotecilor modernizate;
- **implicarea mai activă a bibliotecilor în soluționarea anumitor probleme** comunitare;
- **dezvoltarea serviciilor noi** solicitate de cetățeni;
- constituirea și **fortificarea parteneriatelor** ce contribuie la modernizarea bibliotecilor;
- **solidarizarea bibliotecarilor** în susținerea propriei cauze în fața autorităților;
- **apărarea și promovarea drepturilor** legitime și a intereselor bibliotecarilor și a utilizatorilor de servicii prestate de biblioteci;
- **sensibilizarea cetățenilor și instituțiilor** pentru a decide să se implice eficient în procesele de susținere și de modernizare a bibliotecilor.

Componente semnificative pentru inițierea unei campanii de advocacy:

<p>1. O problemă de advocacy, creată prin ignorarea, neglijarea sau încălcarea cu bună știință a drepturilor sau nevoilor cetățenilor</p>	
<p>2. Un oponent, reprezentat de persoane sau instituții, care limitează, ignoră, neglijează sau nu respectă nevoile și drepturile cetățenilor</p>	
<p>3. Un actor vizibil, un grup de cetățeni, care desfășoară activități în interesul cetățenilor și care se impune ca apărător legitim al intereselor acestora</p>	
<p>4. Un beneficiar al activității de advocacy, reprezentând cetățenii ale căror drepturi sau nevoi sunt limitate, ignorate, neglijate sau încălcate</p>	
<p>5. O viziune clară asupra unei schimbări pozitive durabile, în favoarea grupului beneficiar (inclusiv scopul și obiectivele campaniei)</p>	
<p>6. Plan de activități prin care vor fi atinse scopul și obiectivele campaniei (Strategii, tactici, metode ale procesului de advocacy)</p>	

Componentele planificării unei campanii de advocacy

#	Componenta	Reprezentarea simbolică
1	Descrierea laconică și clară a problemei care poate fi soluționată de noi printr-o campanie de advocacy	
2	Formularea scopului campaniei și a obiectivelor acesteia (în cazul campaniilor mai complexe)	
3	Construirea hărții publicului țintă	
4	Instituirea parteneriatelor relevante	
5	Planificarea activităților, strategiilor ce ar conduce la realizarea scopului	
6	Planificarea procedurilor de monitorizare și de evaluare a eficienței campaniei	
7	Specificarea procedurilor de diseminare a succeselor campaniei și de multiplicare a practicilor pozitive valorificate	



Descrierea problemei de advocacy

- Formulați foarte clar și succint problema care reflectă o încălcare/limitare a drepturilor legitime ale cetățenilor cu menționarea specifică a următoarelor componente:
 - categoriile de populație căreia i se încalcă/i se limitează anumite drepturi;
 - categoriile de drepturi care sunt încălcate/limitate;
- Descrieți succint cum a fost identificată problema respectivă (discuții, observație, chestionare, interviuri, documente, decizii ale adunărilor, etc.).
- Descrieți în mod specific cauzele, factorii, condițiile care au condus la apariția și la agravarea problemei date.
- Descrieți care pot fi consecințele nesoluționării problemei descrise.
- Argumentul prin care biblioteca poate contribui la soluționarea problemei respective dacă ar avea decizia favorabilă a APL.

Exemplu de descriere a unei probleme de advocacy:

- Problema: 163 de beneficiari ai bibliotecii din satul Stejăreni sunt limitați în dreptul legitim de a avea acces liber la informații și la servicii electronice moderne în biblioteca publică din localitate.
- Cum a fost identificată problema: Problema formulată anterior a fost sesizată în multiple adresări ale cetățenilor către bibliotecari (lista se anexează), în 21 de chestionare oferite cetățenilor din comunitate (se anexează), în discuții cu părinții elevilor de la gimnaziul din localitate (rezultatele se anexează), în multiple activități realizate în biblioteca locală cu tinerii (doleanțele participanților se anexează).
- Cauzele problemei: APL nu alocă bani pentru achiziționarea computerelor destinate bibliotecii publice din localitate și pentru conectarea bibliotecii la Internet (deși bugetul APL este format din impozitele pe care cetățenii le plătesc în mod onorabil).
- Consecințele nesoluționării problemei: devalorizarea principiilor democratice în comunitate și erodarea imaginii APL; cetățenii vor rata multiple oportunități de dezvoltare, nu vor putea comunica fapt ce va genera frustrări sociale; tinerii din comunitate vor fi în dezavantaj de competențe comparativ cu tinerii din alte localități.
- Argumentul prin care biblioteca poate contribui la soluționarea problemei respective dacă ar avea decizia favorabilă a APL: Biblioteca are toate condițiile pentru o bună asigurare a accesului cetățenilor la informație dacă APL va susține achiziționarea pentru bibliotecă a computerelor și conectarea acestora la Internet. Un element forte al acestui argument constă în faptul că bibliotecarii dețin competențele necesare pentru a presta cetățenilor servicii moderne de acces la informații prin intermediul TI.

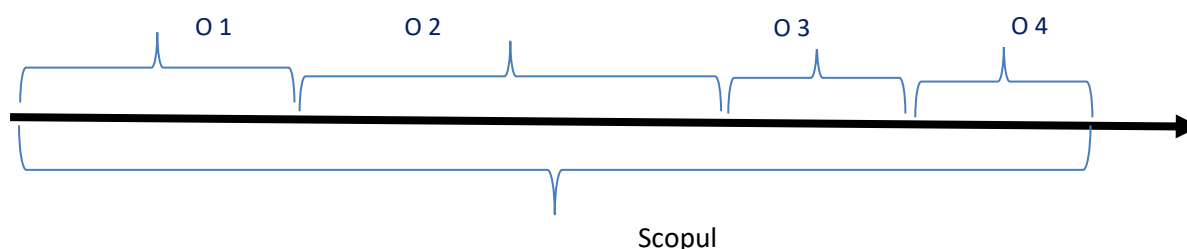
Formularea scopului/obiectivului unei activități de advocacy

Obiectivele sunt enunțuri ale rezultatelor, care se doresc a fi realizate și reflectă aspirații, intenții focalizate pe performanțe măsurabile. Sunt mai multe teorii și modele referitoare la formularea obiectivelor. Un model mai frecvent utilizat este „Modelul operațional SMART”. Conform acestui model un obiectiv trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1) să fie | S pecific (Concret) |
| 2) să fie | M ăsurabil |
| 3) să poată fi | A tins (Realizat) |
| 4) să fie | R ealist (relevant la misiunea bibliotecii) |
| 5) să cuprindă un interval de | T imp (Este posibilă determinarea gradului de realizare a sarcinii în timp) |

Un **scop de advocacy** este un rezultat scontat pe termen lung al eforturilor depuse (la realizarea scopului problema este soluționată).

Un **obiectiv de advocacy** este o țintă pe termen scurt care contribuie la realizarea scopului (la realizarea obiectivului este pe deplin finalizată o anumită componentă din tot traiectul soluționării problemei).



De obicei, pentru realizarea unui scop se planifica 2 - 4 obiective.

La formularea scopului unei activități de advocacy se va menționa complementar la SMART respectarea cărei categorii de drepturi intenționăm să o asigurăm/garantăm/redobândim/etc. în urma activității de advocacy.

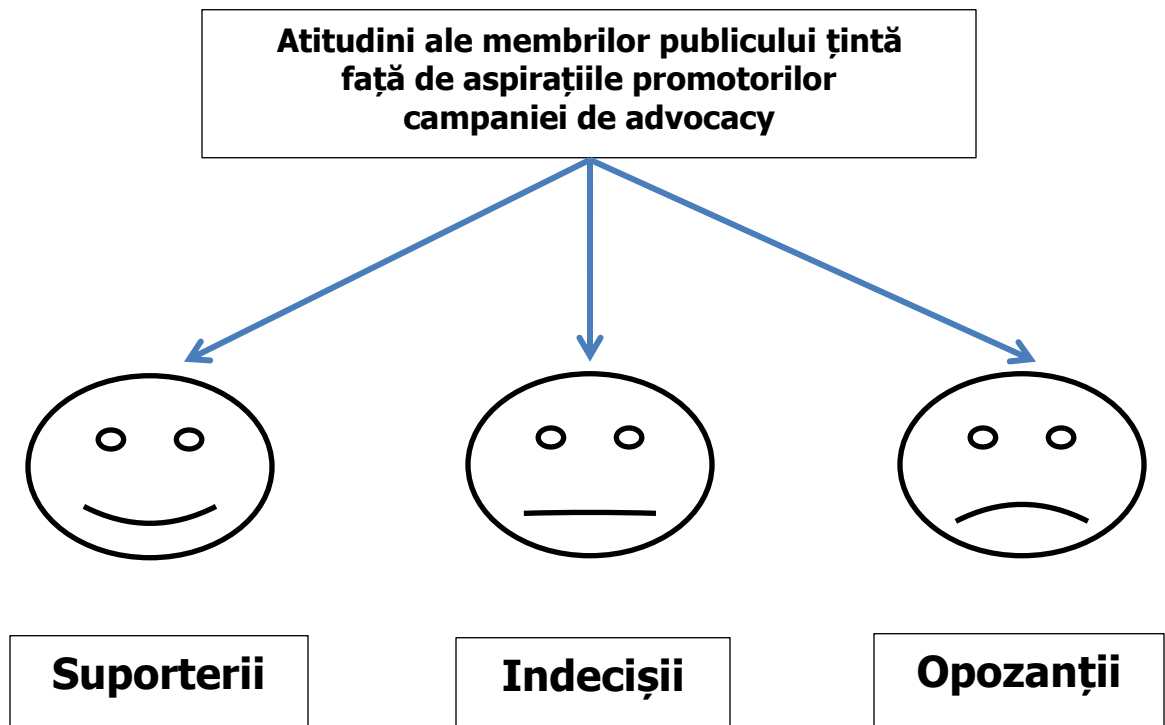
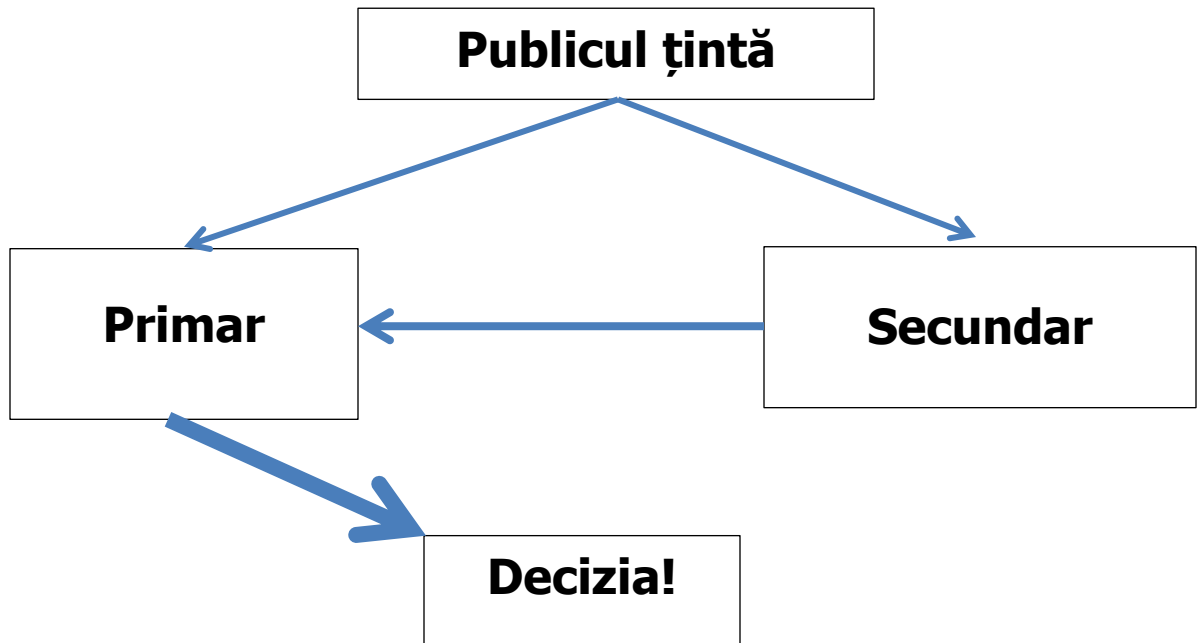
Exemplu de formulare a scopului de advocacy:

Asigurarea respectării drepturilor legitime de acces la informații a 163 de cetățeni din satul Stejăreni, prin influențarea APL de a lua până la 25 februarie 2016 decizia de alocare a resurselor necesare pentru achiziționarea a 3 computere destinate bibliotecii și pentru conectarea acestora la Internet.

Exemple de formulare a obiectivelor de advocacy:

1. Planificarea participativă a activității de advocacy până la 15 decembrie 2015;
2. Realizarea în perioada 15 decembrie 2015 – 1 martie 2016 a tuturor componentelor planificate ale activității de advocacy, care vor conduce la adoptarea deciziei de către publicul țintă principal;
3. Evaluarea constructivă a realizării activității de advocacy în perioada 1 – 8 martie 2016 și diseminarea succeselor obținute în activitatea de advocacy;
4. Dezvoltarea până la 20 martie 2016 a prezentărilor, care va fi expusă la Modulul III al trainingului Advocacy.

Analiza publicului țintă în campaniile de advocacy



Analiza publicului țintă

Publicul țintă include:

- **Publicul țintă primar** - persoane/instituții care au autoritate de decizie directă în domeniul problemei pe care intenționați să o soluționați. Activitatea de advocacy se direcționează către publicul țintă primar.
- **Publicul țintă secundar** - persoanele/instituțiile care pot influența factorii de decizie directă (grupul țintă primar), însă nu au putere de decizie directă asupra problemei.

Odată ce a fost identificat publicul țintă, se determină nivelul de sprijin sau opoziție la care se poate aștepta din partea publicului țintă primar și a celui secundar. Astfel pot fi identificate următoarele tipuri de relații în raport cu aspirațiile organizatorilor activității de advocacy: **Supporterii; Opozanții; Indecișii.**

Pentru fiecare tip de relații se vor stabili:

- Cine sunt posibii suporteri/opozanți/indecși?
- Care sunt motivele pentru care ei vă susțin/se opun/sunt indecși?
- Ce pot face ei pentru a vă susține/vi se opune?
- Cât de puternici sunt?
- Ce beneficii pot avea ei în cazul în care dvs. o să aveți succes?
- Ce disconfort le provoacă prin soluționarea problemei dvs.?

Recomandări pentru consolidarea supporterilor:

- Constituim o rețea a supporterilor.
- Continuăm să le furnizăm informații referitoare la beneficiile soluționării problemei.
- Îi motivăm să se implice activ în campanie.
- Oferim oportunități ca ei să-și sporească nivelul de competențe în domeniul problemei care se dorește a fi soluționată.
- Se generează oportunități pentru sporirea numărului de susținători.
- Se stimulează crearea de coaliții a diferitor categorii de suporteri.
- Se generează oportunități de promovare a imaginii pozitive a supporterilor.

Recomandări pentru activitatea cu opozanții:

- Informarea acestora despre dezavantajele nesoluționării problemei și efectul acestora asupra instituției pe care ei o reprezintă și asupra lor personală.
- Informarea opozanților asupra beneficiilor care vor fi generate grație soluționării problemei (inclusiv a beneficiilor personale pe care ei le pot avea).
- Informarea opozanților cu punctele de vedere asupra problemei a factorilor de decizie superioară sau a celor care pot influența schimbări în statutul juridic al opozanților (de exemplu alegătorii pot să se orienteze spre alta candidatură la funcția de primar).
- Prezentarea dovezilor de susținere semnificativă a ideilor referitoare la soluționarea problemei de către membrii comunității, mass media, ONG-uri etc.

Recomandări pentru atragerea indecișilor:

- Informarea asupra efectelor negative care pot fi generate de nesoluționarea problemei.
- Demonstrarea exemplelor pozitive din spații în care problema respectivă a fost soluționată.
- Descrierea avantajelor de care pot beneficia în cazul soluționării problemei.
- Delegarea unor responsabilități în realizarea campaniei.
- Prezentarea persoanelor care se bucură de autoritate în rândul indecișilor și care susțin soluționarea problemei.
- Realizarea mai multor activități de sensibilizare.

Confuzii la nivel de percepție a paradigmei donatorului



≠



Implicarea partenerilor

Se recomandă ca relațiile de parteneriat să fie construite pe baze de **egalitate și respect reciproc**. Evitați să confundați Partenerii cu Moș Crăciun!!!

Pași în planificarea parteneriatelor:

1. Stabiliți ce parteneriate v-ar fi utile pentru implementarea unei noi inovații de interes biblioteconomic, dar și comunitar.
2. Ce beneficii, avantaje concrete așteptați Dvs. de la potențialii parteneri?
3. Clarificați ce imagine au partenerii în comunitate și cum ei percep biblioteca și colectivul ei.
4. Clarificați care este motivația partenerilor de a se implica în proiectul pe care intenționați să-l propuneți. Ce beneficii, avantaje concrete pot aștepta partenerii de la colaborarea cu biblioteca?
5. Stabiliți ce puteți dvs. oferi partenerilor pentru ca aceștia să fie motivați să sprijine cu multă pasiune și dăruire biblioteca.
6. Stabiliți cine vă poate ajuta să-i atrageți pe potențialii parteneri de partea voastră. Apelați la ajutorul acestor persoane pentru a deschide mai ușor calea către parteneriatul deziderat.
7. Dezvoltați un succint mesaj constructiv, care ar motiva potențialii parteneri să inițieze negocierile în vederea stabilirii unui parteneriat durabil. Evitați frazeologia vagă (sprijin, susținere, receptivitate, interes, bani, mărinimie, bunăvoință, implicare, materiale de construcție, transport etc.);
8. Aplicați cu multă diplomatie și insistență strategiile de negociere. Stabiliți acorduri (formale sau informale) foarte clare referitoare la responsabilitățile și obligațiile reciproce. Nu Trișați!
9. Lucrați împreună pentru realizarea obiectivelor propuse.
10. Monitorizați și evaluați progresele obținute.
11. Dezvoltați planul de asigurare a durabilității parteneriatului.
12. Celebrați împreună succesele obținute și spuneți lumii întregi despre ele!



Ce așteaptă APL de la bibliotecile modernizate

în cadrul programului *Novateca*

Bibliotecile:

1. Să fie „VII” și pline de utilizatori
2. Să presteze servicii cu adevărat solicitate de cetățeni.
3. Să învețe cetățenii să utilizeze serviciile online dezvoltate de ministere și de e-guvernare
4. Să ofere suport pentru în a învăța copii și seniorii să folosească tehnologiile informaționale și în special Skype-ul;
5. Să ajute APL în sensibilizarea populației pentru a se implica în activități de importanță comunitară.
6. Să fie active în promovarea succeselor și a bunelor practici de bibliotecă și a celor comunitare.
7. Să promoveze producția și serviciile agenților economici locali.
8. Să ajute APL în promovarea imaginii APL, inițiativelor APL, activităților APL.
9. Să invite APL la diverse programe de formare profesională și de schimb de experiență organizate în cadrul programului *Novateca*.
10. Bibliotecarii să devină mai competitivi, să iasă din biblioteci și să motiveze potențialii utilizatori să opteze pentru ofertele bibliotecilor.
11. Bibliotecarii să ajute la scrierea istoriilor de succes despre primărie, consiliul local etc.
12. Bibliotecarii să ajute primăria la constituirea și menținerea blogului primăriei;
13. Să disemineze pe rețele de socializare succesele din comunitate;
14. Instruiri pentru APL în managementul calculatorului, pregătirea unei prezentări, și elaborarea unor materiale de comunicare;
15. Bibliotecarii să contribuie la scrierea proiectelor pentru dezvoltarea comunității; Să aducă și alți donatori în raion/comunitate.
16. Bibliotecarii să propună oferte avantajoase administrației locale nu numai să ceară bani;

Ce poate oferi APL pentru o modernizare performantă a bibliotecilor

1. Asigurarea funcționalității bibliotecii ca și instituție (respectarea legislației, acte normative, menținerea infrastructurii, finanțare)
2. Identificarea oportunităților pentru dezvoltarea de parteneriate coasplementare (cu agenți economici, cu mass media, cu programe internaționale etc.).
3. Deschiderea pentru utilizarea serviciilor online care vor fi dezvoltate de ministere conform concepției Moldova Digitală 2020.
4. Identificarea oportunităților pentru stimularea bibliotecarilor și managerilor bibliotecilor care manifestă performanțe deosebite.
5. Sprijinul bibliotecarilor și a managerilor bibliotecilor în participarea la cursuri de perfecționare profesională.
6. Sprijin în diseminarea succeselor și a bunelor practici, în organizarea activităților de schimb de experiență.
7. Furnizarea informațiilor de interes public pentru a fi accesate de utilizatorii bibliotecilor.
8. Participarea activă în planificarea, realizarea și evaluarea activităților social – culturale realizate de biblioteci.

Expectanțe și oferte posibile din partea agenților economici

1. Ce ar aștepta structurile de afaceri de la biblioteci?

- Să învețe cetățenii să facă cumpărături online
- Să promoveze serviciile agenților economici din regiune
- Să invite agenții economici la evenimentele socio-culturale pe care le organizează
- Să pună la dispoziție cetățenilor informații referitoare la produsele și serviciile agenților economici
- Să elaboreze o baza de date cu planurile de producție a agricultorilor pentru următorul an agricol
- Să plaseze publicitatea produselor și serviciilor pe site-ul bibliotecii
- Să permită organizarea expozițiilor de produse a agenților economici în bibliotecă
- Să expedieze informația despre agenții economici în rețelele din care fac parte
- Să organizeze activități cu și pentru agenții economici la care să se demonstreze oportunitățile utilizării internetului pentru eficientizarea afacerilor (în special pentru întreprinzătorii mici)
- Expoziții cu degustare – business + artă + cultură + cultura consumului de vin
- Să identifice noi parteneri pentru agenții economici
- Să ajute agenții economici la găsirea piețelor pentru produsele acestora, de a găsi clienți pentru serviciile acestora
- Parteneriatele trebuie să fie reciproc avantajoase – ambele părți să ofere ceva, ambele părți să primească beneficii. Să nu se întâmple ca bibliotecarii numai să ceară beneficii de la agenții economici, dar să nu ofere nimic agenților economici
- Bibliotecarii trebuie să-și educe (cu muncă de furnică) consumatorii produselor pe care ei le dezvoltă. Fără consumator conștient, prestatorul de servicii este falimentar! Vom face modernizarea bibliotecilor dar nu vom avea clienți!
- ...

2. Ce pot oferi agenții economici bibliotecilor ca acestea să se modernizeze cu adevărat? În ce limite se poate discuta despre un potențial sprijin acordat bibliotecilor. În ce condiții agenții economici ar fi motivați să sprijine modernizarea unor sau altor biblioteci?

- Suport cu anumite categorii de resurse
- Tehnici de marketing
- Ajutor în organizarea activităților socio – culturale, expozițiilor etc.
- Conducerea anumitor activități de consultanță (cum să deschizi o afacere, cum să o menții fără a avea neazuri etc. ceea ce nu vă poate spune nimeni mai bine)
- Contribuții pentru participarea în diferite proiecte
- Aprovizionarea cu informații relevante despre agenții economici, produsele și serviciile acestora
- Deschiderea către alți agenți economici
- Parteneriate cu alți donatori
- Ajutor în organizarea serviciilor de vânzare online
- ...

1. Ce ar aștepta ONG-urile de la bibliotecă?

- Bibliotecile să devină locuri în care poți găsi ceva ce nu poți găsi în altă parte! (Internet acum găsești la tot pasul, majoritatea tinerilor au telefoane mobile cu internet rapid)
- Design modern, mobilier comod util și adecvat, iluminat igienic, confort termic
- De organizat activități, proiecte în comun cu ONG-urile. ONG-urile ar fi foarte receptive la asemenea propuneri
- Bibliotecile să pună la dispoziție spațiu pentru realizarea multiplelor activități organizate de către ONG-uri
- Bibliotecile trebuie să plece către beneficiari, să-și formeze și să-și educe consumatorii de servicii. În primul rând ar trebui să înceapă cu implicarea elevilor și cadrelor didactice
- Bibliotecile pot deveni lianți ai comunității
- Bibliotecile ar putea consulta cetățenii cărora li se încalcă anumite drepturi legitime pentru realizarea activităților de advocacy.
- Bibliotecarii să devină lideri locali ca în Suedia
- Să se învețe să promoveze imaginea bibliotecii, serviciile pe care ei vor să le presteze
- Să-și schimbe radical politicile de diseminare a succeselor și a bunelor practici. Bibliotecarii trebuie să-și formeze și să-și dezvolte aceste competențe.
- ...

2. Ce pot oferi ONG-urile bibliotecilor ca acestea să se modernizeze mai operativ?

- Resurse informaționale moderne, inclusiv acces la cărțile care au fost achiziționate de către ONG-uri
- Consultanță în dezvoltarea proiectelor
- Sprijin în promovarea imaginii bibliotecii, diseminarea succeselor realizate de bibliotecă
- Livrarea trainingurilor de fortificare organizațională, de dezvoltare de competențe pentru bibliotecari și pentru beneficiarii bibliotecilor
- Metodologia de motivare a voluntarilor și metodologia de realizare a activităților de voluntariat
- Experițe și competențe în apărarea și promovarea intereselor legitime
- Crearea și Fortificarea parteneriatelor
- Competențe de colaborare cu mass media
- Competențe de marketing. Cum să identifice de ce servicii au nevoie cetățenii
- Consultanță în inițierea unor servicii prestate în comun
- Consultanțe juridice în inițierea și organizarea serviciilor
- Ajutor la planificarea activităților, la monitorizare, evaluare
- Metodologii de lucru cu diferite categorii de populație
- Programe de formare a personalului pe diferite tematici
- ...

Biblioteca Publică "....." din

Repere pentru realizarea planului activității de advocacy

I. Identificarea publicului țintă

1. Publicul țintă principal:

- a. Cine este publicul țintă principal?

- b. Ce beneficii oferim noi publicului țintă principal pentru ca el să fie receptiv la doleanțele noastre?

- c. Ce beneficii solicităm noi de la publicul țintă principal?

- d. Ce activități vom realiza noi pentru a motiva publicul țintă principal să aprobe decizia de care avem nevoie pentru soluționarea problemei noastre?
 - ...
 - ...
 - ...

2. Publicul țintă secundar:

- a. Cine este publicul țintă secundar?

- b. Ce beneficii oferim noi publicului țintă secundar pentru ca el să ne ajute să influențăm pozitiv publicul țintă principal?

- c. Ce beneficii solicităm noi de la publicul țintă secundar?

- d. Ce activități vom realiza noi pentru a motiva publicul țintă secundar să se implice pozitiv în influențarea publicului țintă principal?

II. **Constituirea parteneriatelor funcționale**

a. Cine sunt partenerii noștri în soluționarea problemei?

- ...
- ...
-

b. Ce beneficii vor avea partenerii din partea noastră pentru ca să ne susțină în activitatea de advocacy?

c. Ce beneficii solicităm noi de la parteneri?

d. Ce activități vom realiza noi pentru a motiva partenerii să se implice pozitiv în soluționarea problemei noastre?

III. **Cum vom promova și vom disemina informația despre proiect (ideile principale dar concret)?**

.....

Plan de advocacy al bibliotecii publice...

I. Descrierea problemei:

163 de beneficiari ai bibliotecii din satul Stejăreni sunt limitați în dreptul legitim de a avea acces liber la informații și la servicii electronice moderne în biblioteca publică din localitate. Problema formulată anterior a fost sesizată în multiple adresări ale cetățenilor către bibliotecari (lista se anexează), în 21 de chestionare oferite cetățenilor din comunitate (se anexează), în discuții cu părinții elevilor de la gimnaziul din localitate (rezultatele se anexează), în multiple activități realizate în biblioteca locală cu tinerii (doleanțele participanților se anexează). Problema s-a acutizat deoarece APL nu alocă bani pentru achiziționarea computerelor destinate bibliotecii publice din localitate și pentru conectarea bibliotecii la Internet (deși bugetul APL este format din impozitele pe care cetățenii le plătesc în mod onorabil). În cazul în care această problemă nu va fi soluționată se va produce devalorizarea principiilor democratice în comunitate și erodarea imaginii APL; cetățenii vor rata multiple oportunități de dezvoltare, nu vor putea comunica cu cei plecați peste hotare, fapt ce va genera frustrări sociale; tinerii din comunitate vor fi în dezavantaj de competențe comparativ cu tinerii din alte localități. Biblioteca are toate condițiile pentru o bună asigurare a accesului cetățenilor la informație, dacă APL va susține achiziționarea pentru bibliotecă a computerelor și conectarea acestora la Internet. Un element forte al acestui argument constă în faptul că bibliotecarii dețin competențele necesare pentru a presta cetățenilor servicii moderne de acces la informații prin intermediul TI.

II. Scopul: Asigurarea respectării drepturilor legitime de acces la informații a tuturor cetățenilor din satul Stejăreni, prin influențarea APL de a lua până la 15 ianuarie 2017 decizia de alocare a resurselor necesare pentru achiziționarea a 3 computere destinate bibliotecii și pentru conectarea acestora la Internet.

III. Obiective:

1. Planificarea participativă a activității de advocacy până la 1 noiembrie 2016;
2. Realizarea în perioada 1 noiembrie 2016 - 15 ianuarie 2017 a tuturor componentelor planificate ale activității de advocacy, care vor conduce la adoptarea deciziei de către publicul țintă principal;
3. Evaluarea constructivă a realizării activității de advocacy în perioada 15 – 25 ianuarie 2017 și diseminarea periodică a succeselor obținute în activitatea de advocacy;
4. Dezvoltarea până la 20 noiembrie 2016 a prezentării, care va fi expusă la Modulul III al trainingului Advocacy.

IV. Activități pentru realizarea obiectivelor și indicatori de monitorizare:

#		Perioada	Responsabili	Produse de monitorizat
Obiectivul 1. Planificarea	1.1 Formarea echipei de advocacy și dezvoltarea participativă a planului propriu de advocacy	10 – 12. 10	Ana Codreanu	1. Lista echipei de advocacy cu distribuirea responsabilităților 2. Schița generală a planului de advocacy
	1.2 Identificarea publicului țintă. Dezvoltarea strategiei de lucru cu publicul țintă (activități specifice, activități de promovare, inclusiv a mesajului de un minut pentru publicul țintă).	10 – 12.10	Ana Codreanu	1. Lista publicului țintă 2. Strategia concretă de lucru cu publicul țintă

	1.3 Identificarea partenerilor pentru activitatea de advocacy. Dezvoltarea strategiilor pentru atragerea și implicarea partenerilor (activități specifice, activități de promovare, activități stradale, inclusiv a mesajului de un minut pentru parteneri).	10-20.10	Mădălina Vieru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lista partenerilor 2. Strategia concretă de lucru de implicare a partenerilor în activitatea de advocacy
	1.4 Planificarea activităților complementare (colaborarea cu mass media, activități sociale etc.). (DACĂ SUNT DIFERITE DE CELE EXPUSE ANTERIOR!!!)	20-31.10	Mirela Grădinaru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planul specific al activităților complementare
Obiectivul 2. Realizarea activităților.....	2.1 Realizarea activităților de atragere și de implicare a partenerilor în activitatea de advocacy a bibliotecii	1 – 10.11	Mădălina Vieru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotografii, filme, statistici de la activitățile cu partenerii/suținătorii 2. Citate ale susținătorilor 3. Lista structurată a susținătorilor 4. Postări pe rețele de socializare
	2.2 Realizarea activităților de influențare a publicului țintă pentru a lua decizia în favoarea bibliotecii.	10.11-15.12	Ana Codreanu	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Decizia obținută de la publicul țintă principal</u> 2. Fotografii, filme, statistici, citate de la activități, 3. Postări pe rețele de socializare
	2.3 Realizarea activităților complementare (dacă sunt)	10.12 – 15.1	Mirela Grădinaru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotografii, filme, statistici de la activități 2. Postări pe rețele de socializare
	2.4 Ceremonia de Celebrare a succesului ca urmare a adoptării deciziei favorabile bibliotecii	25.01	Ana Codreanu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Scenariul ceremoniei 2. Fotografii, filme, statistici, citate de la activități, postări pe rețele de socializare
Obiectivul 3. Evaluarea activităților realizate	3.1 Evaluarea activităților realizate prin prisma impactului major (publicul țintă a luat decizia și este motivat să susțină ulterior biblioteca) și a impactelor adiacente/complementare.	15-25.01	Ana Codreanu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descrierea deciziei și a importanței ei pentru bibliotecă 2. Istoria de succes/povestea de succes despre realizarea activității de advocacy 3. Informația structurată despre întreaga activitate de advocacy
	3.2 Elaborarea activităților de durabilitate a activității de advocacy	25-31.01	Ana Codreanu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planul succint (ideile centrale) de durabilitate
	3.3 Diseminarea succeselor obținute în activitatea de advocacy	10.10 – 31.01	Mădălina Vieru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Raportul prezentat la ședința raională a bibliotecarilor. 2. Raportul prezentat la ședința consiliului local.

				<p>3. Raportul asupra schimbului de experiență cu bibliotecarii din rețeaua Novateca.</p> <p>4. Articole, reportaje, postări pe rețele de socializare.</p>
Obiectivul 4	1. Pregătirea prezentării teatralizate care va fi expusă la Modulul III.	15-20.11	Ana Codreanu	<p>1. Prezentarea finalizată</p> <p>2. Suporturile adiționale pregătite</p>

V. Parteneri:

1. Direcția gimnaziului din localitate;
2. SRL „Prosperitate”;
3. Colectivul Casei de Cultură;
4. ONG „Cutezători”
5. Asociația părinților de la gimnaziul din localitate

VI. Echipa de advocacy:

1. Ana Codreanu -Directorul bibliotecii;
2. Mădălina Vieru – Director adjunct la gimnaziu;
3. Mirela Grădinaru – Șefa Casei de Cultură;
4. Tudor Prisăcaru – angajat al SRL „Prosperitate”;
5. Cătălin Apostol – elev la gimnaziu;
6. Cristina Teodoriu – părinte.

Plan de advocacy al bibliotecii publice...

I. Descrierea problemei:

II. Scopul:

III. Obiective:

1. .

2. .

3. .

4. .

IV. Activități pentru realizarea obiectivelor și indicatori de monitorizare:

#	Activitățile	Perioada	Responsabili	Produse de monitorizat
Obiectivul 1	1.1			1.
	1.2			1.
	1.3			1.
	1.4			1.
Obiectivul 2	2.1			1.
	2.2			1.
	2.3			1.
	2.4			1.
Obiectivul 3	3.1.			1.
	3.2			
	3.3			1.
Obiectivul 4	4.1			1.

V. Parteneri:

.....

VI. Echipa de Advocacy:

...

VII. Etc.