



## Advokační práce

V této příloze se dozvíte, co to je advocacy a proč chceme, abyste přemýšleli nad strategií prosazování Vašeho řešení. Seznámíte se s požadavky, které na Vás v rámci advokační práce klademe, jaké výstupy budete muset vytvořit a jak bude vypadat příprava a realizace klíčové aktivity advocacy.

Tuto přílohu můžete číst až v pozdější fázi plánování projektu v rámci přípravy Krátkého projektového záměru (KPZ), tedy před předložením projektu do prvního kola hodnocení.

## Co to je a proč na to klademe důraz?

- Řešení podpořená výzvou č. 82 musí mít ambici na změnu systému.
- Ze zkušeností předchozích inovačních výzev víme, že schopnost nadchnout důležité stakeholdery<sup>1</sup> pro Vaše řešení je klíčovou součástí úspěchu. A také, že je na tom třeba pracovat už od začátku projektu.
- Advocacy je „činnost jednotlivce nebo skupiny, která se snaží ovlivňovat rozhodnutí v rámci politických, ekonomických a sociálních systémů a institucí. Advokační aktivity mohou zahrnovat různorodé činnosti, které osoba nebo organizace podnikají, včetně mediálních kampaní, publikování, veřejných vystoupení nebo realizace či medializace výzkumu.“<sup>2</sup>
- V rámci projektu je nutné, abyste se zamysleli nad Vašimi ambicemi a reálnými možnostmi, co a kdo je potřeba k systémové změně a jak přesvědčit významné stakeholdery o významnosti problému a potřebnosti navrhovaného řešení.
- Protože bez dlouhodobé a systematické advokační práce není možné dosáhnout systémové změny.
- Advocacy není jenom o předkládání Vašich zjištění, ale o soustavné práci s klíčovými stakeholdery a o budování funkčních vztahů založených na důvěře, respektu a dlouhodobé spolupráci.

---

<sup>1</sup> Stakeholder je kdokoliv, kdo nějakým způsobem přichází do kontaktu s Vaším řešením a jehož život nebo fungování Vaše řešení ovlivňuje, ať už přímo nebo nepřímo. Mezi stakeholdery patří partneři projektu, uživatelé (cílové skupiny), zástupci veřejné správy a další aktéři, kteří mají nebo mohou mít vliv na inovační řešení.

<sup>2</sup> Ashoka a MPSV (2016). *Hybatelé změn na cestě ke zvýšení dopadu: Sonda do ekosystému sociálních inovací*. <https://ashoka.app.box.com/v/sonda>, str.5.



- Pozor, do advokační práce nespadá jen lobbying - tedy přímý přístup k zákonodárcům ve snaze je ovlivnit pro Vaše řešení.<sup>3</sup> Pro Váš projekt může být více relevantní zaměřit se například na změnu stávajících praktik, postupů, vyhlášek či názorů a postojů.

## Jak si představit advokační práci v projektu?

- V projektu bude nutné systematicky pracovat na tom, aby ve Vašem řešení byli zapojeni důležití stakeholdeři už od fáze testování až po škálování a prosazování změny na systémové úrovni.
- Očekává se tedy, že vytvoříte strategii s jasným cílem, kterého chcete dosáhnout. V rámci této strategie byste měli seznamovat stakeholdery s projektem už od jeho přípravy, měli byste jim dát možnost vyjádřit se k obsahu projektu a jeho testování, můžete pořádát kulaté stoly, konference či platformy zabývající se Vaším tématem, můžete se se stakeholdery inspirovat v zahraničí, kde obdoba Vašeho řešení již funguje, atd.
- Také byste v průběhu projektu měli průběžně zjišťovat, v jaké podobě stakeholdeři informace nejlépe přijímají (policy brief, video, osobní prezentace, osobní návštěva apod.) a připravovat podklady v různých podobách pro různé typy aktérů.

## Co a kdy musíte udělat

### 1. Před začátkem projektu:

- a) Seznamte se s touto přílohou a s vybranými doporučenými materiály<sup>4</sup>, konzultujte.
- b) Před předložením předběžné žádosti: vyplňte část "Stakeholdeři a advocacy" v krátkém projektovém záměru, který je přílohou předběžné žádosti o podporu.
- c) Před předložením plné žádosti: do projektu zahrňte klíčovou aktivitu Advocacy, kde nastíníte, čeho byste v jejím rámci rádi dosáhli, s jakými stakeholdery budete pracovat a co očekáváte, že se u nich změní. Také zde odhadněte náklady a základní rámeček aktivit.

### 2. Společně s první zprávou o realizaci a evaluačním plánem:

- d) Ve spolupráci s námi vypracujete **Advokační strategii** - měla by obsahovat cíl (vizi) advocacy, dílčí krátkodobější cíle, identifikaci důležitých stakeholderů, jak s nimi budete pracovat, co jim chcete sdělit, co po nich budete požadovat, vaše

<sup>3</sup> Tamtéž.

<sup>4</sup> Viz část "Co si k tomu přečíst".



očekávání, jak se budou stakeholdeři chovat, jak strategii načasujete a jak ji budete vyhodnocovat.

3. Přibližně v půlce projektu (po domluvě s námi):

- e) Vás čeká **Průběžná advokační zpráva** - jak se daří implementovat strategii, co bylo nebo bude třeba upravit atd. Zpráva nemusí být písemně, preferujeme ji formou prezentace a diskuze s námi.

4. Společně se závěrečnou zprávou o realizaci:

- f) Předložíte **Závěrečnou advokační zprávu**, kde zhodnotíte, čeho jste dosáhli. Jaké postupy fungovaly a jaké ne, kam se podařilo řešení posunout, jaké aktivity byly organizovány a s jakým výsledkem a jaké budou následující kroky.

## Praktické informace k advokační práci

Na tomto místě jsme pro Vás shromáždili různé praktické informace, tipy a doporučení k realizaci advokační práce a k realizaci klíčové aktivity advokační práce.

### Podporované aktivity a náklady<sup>5</sup>

- Osobní náklady na advokačního pracovníka, případně na PR či právního specialistu
- Vytvoření a realizace advokačních strategií (součástí může být management reputace, sociální marketing, apod.).
- Příprava podkladů pro veřejnou správu nebo jiné relevantní aktéry (musí být v projektu jako cílová skupina) - včetně nákladů na PR a právnícké konzultace.
- Náklady na kulaté stoly, semináře, konference.
- Mediální práce, studijní cesty, příprava briefing papers pro CS.
- Náklady na spolupráci s cílovou skupinou - například formou self-advokační platformy
- Náklady na evaluaci advokační strategie.

### Etický kodex advocacy<sup>6</sup>

- Zákonost - jednat vždy v souladu s právními předpisy České republiky
- Transparentnost - vést si záznamy zápisů veškerých schůzek
- Zákaz poskytování finančního či nefinančního plnění voleným zástupcům a úředníkům

<sup>5</sup> Při tvorbě rozpočtu je nutné, aby žadatel správně zohlednil skutečnost, že část nákladů v podporovaných aktivitách spadá do nepřímých nákladů – např. cestové realizačního týmu, stravné, publicita projektu a právní poradenství/konzultace, které není poskytováno cílové skupině projektu apod.

<sup>6</sup> Tento kodex je inspirovaný Etickým kodexem Asociace Public Affairs Agentur: <http://apaa.cz/cz/stanovy-a-eticky-kodex/>



- Exaktnost informací - nikdy záměrně neposkytovat lživé, zavádějící či neúplné informace
- Nutnost dodržovat vnitřní řády institucí, se kterými přijdete do styku
- Nutnost dodržovat pravidla a zvyky získávání, distribuce a zveřejňování parlamentních a vládních dokumentů.

### Advocacy a monitorovací indikátory

Sledovat monitorovací indikátory v rámci advokační práce po Vás během realizace projektu chtít nebudeme. Při podávání žádosti o podporu ale budete nastavovat cílovou hodnotu povinného výstupového indikátoru 8 05 00<sup>7</sup>, který sleduje počet napsaných a zveřejněných dokumentů, který se advocacy týká. Minimální hodnota tohoto indikátoru je 2. V rámci advocacy vytvoříte dva dokumenty, přičemž do indikátoru se bude započítávat Závěrečná advokační zpráva zbylý dokument naplňující indikátor 8 05 00 spadá pod evaluaci.<sup>8</sup>

## Kdo jsme a jak Vám můžeme pomoci

V rámci našeho týmu (oddělení sociálních inovací a mezinárodní spolupráce na ministerstvu práce a sociálních věcí) má na starosti advokační práci Vašich projektů Iva Kovandová, Markéta Pěchoučková a Veronika Pavlovská. Rády s Vámi probereme základní advokační přístupy, nástin Vaší strategie či její zhodnocení. Také Vám doporučíme odborníky na advokační práci k možné spolupráci.

Neváhejte se na nás kdykoliv obrátit, jsme tu pro Vás.

Pro první kontakt napište prosím Ivě Kovandové (iva.kovandova@mpsv.cz).

## Co si k tomu přečíst

### Začínám s tématem:

Chandler, Ian (2010). *Advocacy and campaigning, How To guide*.

Hezký přehled základních pojmů a advokačních přístupů, přečtěte si, abyste věděli, jakých sedmi smrtelných hříchů se v advocacy vyvarovat:

[http://www.dochas.ie/Shared/Files/4/BOND\\_Advocacy\\_Guide.pdf](http://www.dochas.ie/Shared/Files/4/BOND_Advocacy_Guide.pdf)

FoRS (2015). *Jak společně prosazovat změny: Advocacy nejen pro globální rozvojové vzdělávání a osvětu*.

Záznam z workshopu Vás rychle uvede do tématu na příkladu globálního rozvojového vzdělávání: [http://www.fors.cz/wp-content/uploads/2015/03/FoRS\\_workshop\\_advocacy-GRV\\_21.5.2015\\_obsah+zaznam-1.pdf](http://www.fors.cz/wp-content/uploads/2015/03/FoRS_workshop_advocacy-GRV_21.5.2015_obsah+zaznam-1.pdf)

<sup>7</sup> 80500 Počet napsaných a zveřejněných analytických a strategických dokumentů (vč. evaluačních)

<sup>8</sup> Blíže viz příloha č. 2 Evaluace.



### **Komprehensivní dokument o advokační práci:**

O'Connell, Mary (2007). *The Advocacy Sourcebook*

Delší čtení, ale hezky rozčleněné a přehledné se spoustou příkladů. Doporučujeme hlavně kapitolu o rooted advocacy: <http://www.wateraid.org/~media/Publications/advocacy-sourcebook.ashx>

### **Tvořím strategii:**

The Democracy Center (2011). *Developing advocacy strategy: Nine Key Questions for Developing an Advocacy Strategy.*

Přečtete jako první a tyto otázky mějte při tvorbě strategie pořád na paměti: [http://democracyctr.org/dc\\_old/wp-content/uploads/2011/10/Advocacy-Strategy.pdf](http://democracyctr.org/dc_old/wp-content/uploads/2011/10/Advocacy-Strategy.pdf)

Open Society Foundation (2010). *Evidence, Messages, Change!*

Brožura od nadace OSF Vás nejen jednoduše uvede do tématu, ale bude Vám i skvělým průvodcem při tvorbě advokační strategie:

<https://www.opensocietyfoundations.org/publications/evidence-messages-change-introductory-guide-successful-advocacy>

Young, Eóin a Lisa Quinn (2012). *Making Research Evidence Matter: A Guide to Policy Advocacy in Transition Countries.*

Trochu obsáhlejší publikace podrobněji a na příkladech rozpracovává jednotlivé kroky tvorby advokační strategie: <http://advocacyguide.icpolicyadvocacy.org>

### **Přizpůsobuji výstupy:**

Tyler, Chris (2012). *Top 20 things scientists need to know about policy-making.*

Skvělý úvod do umění knowledge brokeringu - tedy jak předat vědecké informace tvůrcům politik: <https://www.theguardian.com/science/2013/dec/02/scientists-policy-governments-science>

### **Vyhodnocuji úspěšnost:**

Earl, Sarha et al. (2001): *Outcome mapping : building learning and reflection into development programs Outcome mapping.*

Outcome mapping je nástroj pro řízení, monitorování a vyhodnocování projektu. Pro advokační činnost se můžete inspirovat především v oblasti práce s partnery, vyhodnocování Vašeho vlivu a dosahování plánovaných změn:

[https://www.outcomemapping.ca/download/OM\\_English\\_final.pdf](https://www.outcomemapping.ca/download/OM_English_final.pdf)

### **Inspiruji se:**

Mazák, Jaroslav (2017). *Jak vytvořit efektivní lobbyistický projekt proti korupci.*



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost

**Příloha č.3 výzvy 03\_17\_082**

Přečtěte si článek Jaromíra Mazáka o Rekonstrukci státu: [http://ceskapozice.lidovky.cz/jak-vytvorit-efektivni-lobbisticky-projekt-proti-korupci-pa5-/tema.aspx?c=A171012\\_161546\\_pozice-tema\\_lube](http://ceskapozice.lidovky.cz/jak-vytvorit-efektivni-lobbisticky-projekt-proti-korupci-pa5-/tema.aspx?c=A171012_161546_pozice-tema_lube)