

Social Work & Education

©SW&E. 2022

УДК 364-787.82

DOI: 10.25128/2520-6230.22.1.5

Марина Лехолетова,
кандидат педагогічних наук,
старший викладач, кафедра
соціальної педагогіки та
соціальної роботи, Інститут
людини, Київський університет
імені Бориса Грінченка,
м. Київ, Україна;
m.lekholetova@kubg.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4055-991X>

Тетяна Лях,
кандидат педагогічних наук,
доцент, завідувач кафедри
соціальної педагогіки та
соціальної роботи, Інститут
людини, Київський університет
імені Бориса Грінченка,
м. Київ, Україна;
t.liakh@kubg.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8807-0497>

Тетяна Спіріна,
кандидат педагогічних наук,
доцент, кафедра соціальної
педагогіки та соціальної роботи,
Інститут людини, Київський
університет імені Бориса
Грінченка, м. Київ, Україна;
t.spirina@kubg.edu.ua
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-0287-7343>

Статус статті:

Отримано: березень 24, 2022

1-ше рецензування: квітень 10, 2022

Прийнято: квітень 30, 2022

Лехолетова, М., Лях, Т., Спіріна, Т. (2022).
Алгоритм організації та проведення успішної
адвокаційної кампанії із представництва інтересів.
Social Work and Education, Vol. 9, No. 1, pp. 62-74.
DOI: 10.25128/2520-6230.22.5.5.

АЛГОРИТМ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ УСПІШНОЇ АДВОКАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ ІЗ ПРЕДСТАВНИЦТВА ІНТЕРЕСІВ

Анотація. Діяльність соціальних працівників направлена на допомогу тим, хто її потребує, наприклад, у випадках пов'язаних з безробіттям, порушенням прав, складними життєвими обставинами, дискримінацією тощо. Саме тому соціальні працівники у процесі індивідуальної роботи з вразливими групами населення часто застосовують представництво інтересів, як різновид втручання (захист прав, реалізація інтересів окремих осіб чи груп людей з метою отримання доступу до послуг, на які вони мають право, але не можуть отримати).

У статті проаналізовано низку нормативно-правових положень, які регламентують адвокаційну діяльність, зокрема, визначають основні права громадян та їх об'єднань. Запропоновано алгоритм успішної адвокаційної кампанії із представництва інтересів вразливих груп населення, який складається з восьми етапів (визначення соціальної проблеми та формулювання мети, аналіз проблеми та визначення цілей, визначення «мішеней», знаходження і виявлення союзників, виявлення ресурсів, створення робочого плану, виконання плану, моніторинг та оцінка). Визначено особливості та труднощі, які можуть виникнути під час планування та у процесі реалізації адвокаційної кампанії (слабкість ініціативної групи, яка працює над плануванням адвокаційної кампанії; відмови та бездіяльність визначеної «мішені» (представника органу влади, того, хто уповноважений ухвалювати управлінське рішення на користь адвокаційної команди); задовгий термін проведення кампанії та, як результат, виснаження ініціативної групи; складні протистояння стейкхолдерів, які чинять супротив та мають потужні зв'язки у владі; несприятлива політична ситуація для соціальної проблеми, яка потребує вирішення; наявність корупційних схем). Наголошується, що важливим аспектом планування та реалізації адвокаційної кампанії є створення коаліції з іншими організаціями та розширення партнерських зв'язків.

Ключові слова: адвокація; соціальна адвокація; представництво інтересів; адвокаційна кампанія; стратегія; коаліція; стейкхолдери.

Вступ

У соціальній роботі адвокаційна діяльність вимагає координації зусиль, стратегічного мислення, інформування, комунікації, роз'яснення і мобілізації ресурсів, оскільки, на сьогодні соціальна адвокація – це дієвий інструмент для соціальних змін, що впливають на погляди, відносини у суспільстві, зміцнюють громадянське суспільство і сприяють відкриттю демократичних просторів для запровадження найкращих практик соціальної роботи та забезпечення соціальної рівності.

Організація та реалізація адвокаційної кампанії в соціальній сфері є довготривалим процесом, спрямованим на відстоювання прав та інтересів вразливих груп населення. Крім того, зазвичай, на це потрібні значні як людські, так і матеріальні ресурси. Від вдало спланованої й проведеної адвокаційної кампанії багато в чому залежить успішний результат.

Різні аспекти адвокації досліджуються багатьма зарубіжними та вітчизняними науковцями. Зокрема, серед зарубіжних науковців ключові елементи найбільш поширених моделей адвокації, передові практики та обмеження, які застосовуються до адвокаційних моделей визначають Е. Стюарт та Дж. Макінтаер (*Advocacy: models and effectiveness*, 2013); адвокацію, соціальну справедливість і права дітей досліджують Дж. Бойлан та Дж. Делрімпл (*Dr Jane Boylan & Jane Dalrymple*, 2011); оцінці схем адвокації для батьків, чиї діти були предметом судового розгляду щодо захисту дітей та аналізом соціальних програм для дітей і сім'ї присвятили свої праці Б. Фезерстоун та К. Фрейзер (*Featherstone & Fraser*, 2012).

Теоретико–методологічні засади адвокації та лобізму як одних з основних форм такої взаємодії в політиці вивчали В. Цвих та В. Андрушко (Цвих і Андрушко, 2019); на пріоритетні сфери і недоліки українських адвокаційних груп, відмінності між українським і західним громадським активізмом зосереджує свою увагу А. Сичова (Сичова, 2020); особливості адвокаційної діяльності та некомерційного лобіювання в Україні розкрито у працях О. Прокопенко (Прокопенко, 2017); структура, види, застосування адвокації в основних сферах суспільного життя на місцевому рівні в Україні розкрито у працях Д. Назаренко, В. Загуменної, С. Барабаш (Барабаш, 2011; Загуменна, 2012; Назаренко, 2019); застосування різних механізмів адвокації, від переговорів за «круглим столом» та роботи спільних робочих груп до мирних протестів та інформаційної «війни» вивчали І. Бриноша та А. Бойко (Адвокаси в дії..., 2013).

Спираючись на визначення Ріту Р. Шарма щодо терміну «адвокація», який він визначив як «дію, спрямовану на зміну політики, позиції чи програми будь-якого типу установи» (Sharma, 1997, 4), зауважимо, що в сучасному світі, в період розвитку технологій і медіа, адвокацію можна розглядати не лише як спосіб впливу на політику, а й як вплив на громадську думку в державі. Так, адвокаційну

кампанію будемо розглядати як комплекс заходів для впровадження соціальних змін, шляхом застосування дієвих інструментів, які будуть сприяти сталому розвитку громади, а результатом ефективної адвокаційної кампанії – готовність органу виконавчої влади прийняти рішення публічно або письмово на користь адвокаційної команди. Для такого позитивного рішення необхідно, дотримуючись принципів прозорості, публічності та відкритості, провести комплекс заходів із залученням широкого кола як зацікавлених сторін, так і тих опонентів, що чинять супротив.

Беручи до уваги зазначене вище, **метою дослідження** є характеристика етапів адвокаційної кампанії із представництва інтересів вразливих груп населення; визначення особливостей, що забезпечать її ефективність та труднощів, які можуть виникнути під час планування та у процесі реалізації адвокаційної кампанії.

Методологія дослідження

Для досягнення мети дослідження використано такі методи: аналіз, систематизація, узагальнення – для аналізу літератури зарубіжних і вітчизняних науковців з різних аспектів адвокації; характеристики етапів адвокаційної кампанії, особливостей що забезпечать її ефективність, труднощів у процесі реалізації.

Основна частина

У своїй фаховій діяльності соціальним працівникам доводиться представляти інтереси, захищати права вразливих груп населення у різноманітних державних, недержавних установах і організаціях, взаємодіяти від їхнього імені з приватними особами. Під час професійного втручання, зокрема, у процесі індивідуальної роботи із вразливими групами населення, часто застосовують представництво інтересів, як різновид втручання. За визначенням О. Песоцької, представництво інтересів розглядається як «процес захисту прав, реалізації інтересів індивідів, груп людей уповноваженими особами з метою отримання ними доступу до послуг установ, на які вони мають право, але не можуть отримати; взаємодія від імені клієнта з юридичними та фізичними особами» (Енциклопедія для фахівців соціальної сфери, 2012, 164). В такому випадку діяльність соціального працівника направлена на допомогу тим, хто її потребує (у разі безробіття, порушення прав, складних життєвих обставин, дискримінації), коли особа чи група людей не можуть самостійно відстояти свої права. Також представництво інтересів передбачає просування змін у законодавстві, щодо соціальних програм у тому числі, з метою розширення чинних соціальних послуг, або просування тих, що наразі не передбачені. Під час судових засідань, представляючи інтереси однієї людини або групи людей, соціальний працівник

може виступати у ролі позивача, адвоката чи експерт-свідка. Саме через взаємодію від імені особи, яка потребує захисту, з юридичними та фізичними особами, шляхом впливу на громадську думку та рішення в різних сферах державного управління можна досягти бажаного результату.

В законодавстві України адвокація не врегульована окремим законодавчим актом, але різні аспекти в сфері соціальної адвокації, адвокаційної діяльності, лобіювання вибірково регулюються низкою законів, зокрема, визначають основні права громадян та їх об'єднань. Так, Конституція України гарантує право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань; громадяни мають право збиратися мирно, без зброї і проводити збори, мітинги, походи і демонстрації; кожному гарантується право на оскарження в суді рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб; кожна людина має право на свободу переконань і на вільне їх виявлення (Конституція України, 1996). Закон України «Про звернення громадян» визначає, що під зверненнями громадян слід розуміти викладені в письмовій або усній формі пропозиції (зауваження), заяви (клопотання) і скарги; регулює питання практичної реалізації громадянами конституційного права вносити до органів влади свої пропозиції, заяви, скарги і таким чином впливати на їх діяльність (Про звернення громадян, 1996). У законі України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» закріплено принципи та правові основи розробки проектів регуляторних актів, узгодження їх з громадськістю, аналіз їх можливого впливу на бізнес (2003). Закон України «Про доступ до публічної інформації» визначає порядок забезпечення права кожного громадянина на доступ до інформації, якою володіють суб'єкти владних повноважень та інші визначені законом розпорядники, а також до інформації, що становить суспільний інтерес (Про доступ до публічної інформації, 2011). У Законі України «Про запобігання корупції» встановлено обмеження у відносинах між органами влади та приватними особами (Про запобігання корупції, 2014).

В науковій літературі з організації адвокаційних кампаній прослідковується схожість в кроках, які необхідно зробити для їх реалізації (Навроцький і Менджул, 2011; Прокопенко, 2017). Зокрема, визначення проблеми, яка буде вирішуватись; здійснення аналізу законодавства, яка регламентує визначену проблему; аналіз досвіду інших організацій, які реалізували або реалізують схожу адвокаційну кампанію; розробка інформаційної складової адвокаційної кампанії для публічного адвокатування з урахуванням інтересів цільової аудиторії; контроль за виконанням позитивного рішення щодо мети адвокаційної кампанії, який було ухвалено органом виконавчої влади.

У нашому дослідженні ми пропонуємо алгоритм адвокаційної кампанії із представництва інтересів вразливих груп населення, який складається з 8-ми етапів. Приклад побудови адвокаційної кампанії наведено на Рис. 1. Для

розуміння особливостей, що забезпечать ефективність кампанії та труднощів у процесі її реалізації, розглянемо кожен етап детальніше.

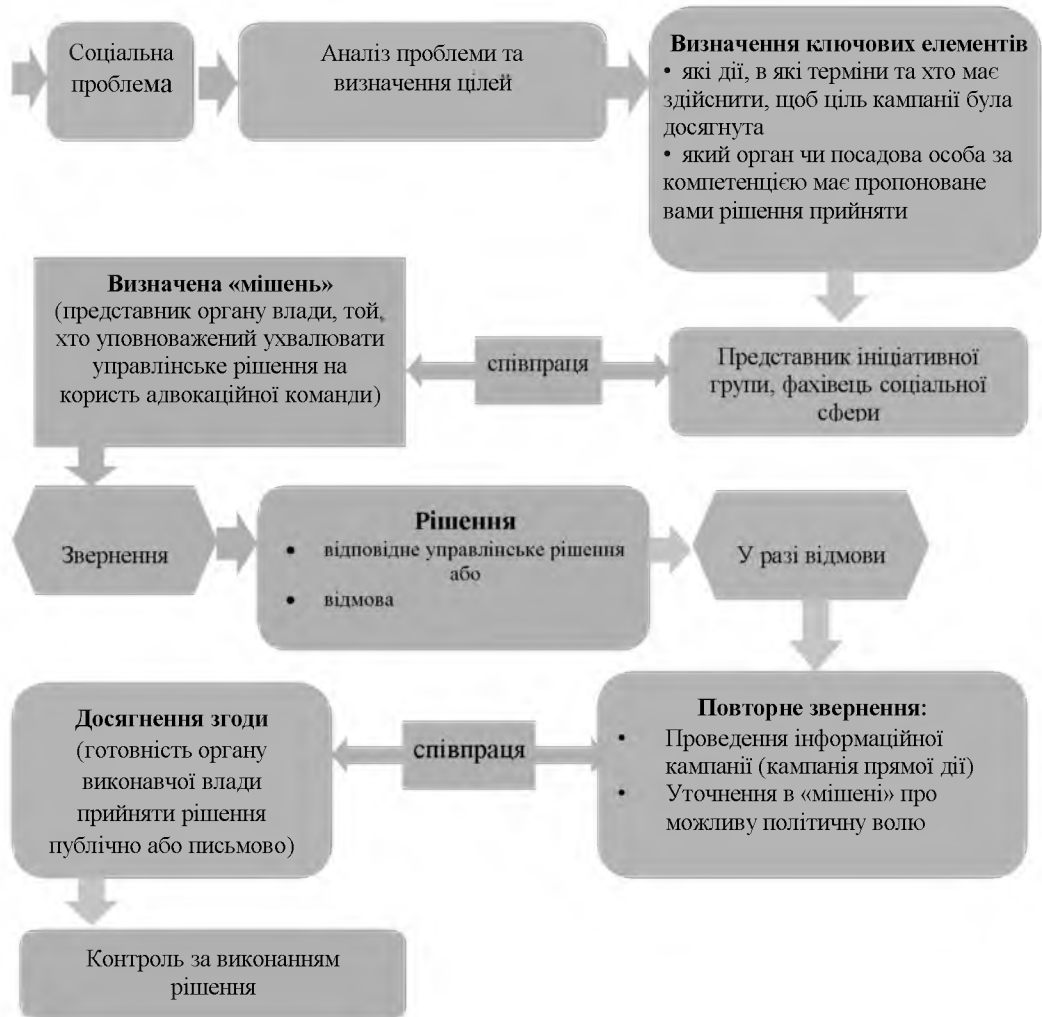


Рис. 1. Алгоритм побудови адвокаційної кампанії

Етап 1. Визначення соціальної проблеми та формулювання мети. Перед початком планування роботи адвокаційної команди, важливо ретельно розглянути проблеми які будуть реальні та корисні у разі успіху. Необхідно на самому початку залучати людей, на яких проблема має безпосередній вплив (тих, хто знає ситуацію з середини).

Етап 2. Аналіз проблеми та визначення цілей. На цьому етапі відбувається аналіз документів та свідчень про проблему, які потім будуть використані для:

висвітлення позиції, аргументації суджень тим, хто знаходиться на боці опозиції; спростування чуток та неправдивих свідчень. Корисним для аналізу проблеми буде використання діаграми, яка допоможе побудувати причинно-наслідкові зв'язки (рис. 2). Для цього необхідно залучити людей, на яких досліджувана проблема має негативний вплив.

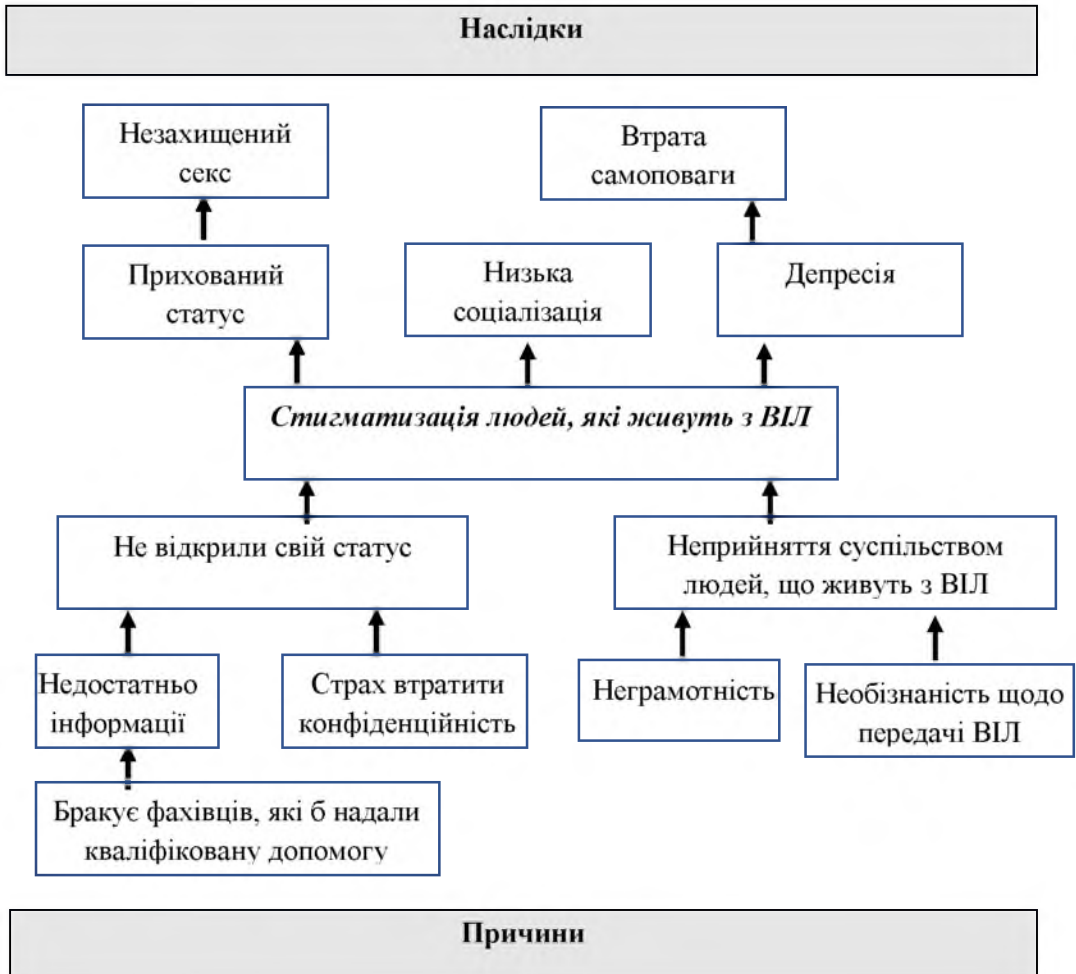


Рис. 2. Приклад діаграми причинно-наслідкових зв'язків

Для оцінки успішно проведеної кампанії, її завдання повинні відповідати вимогам SMART, що означає:

∞ Specific – завдання повинні бути конкретними, чітко сформульованими;

- ∞ Measurable – вони мають підлягати виміру (для відстеження успішності та оцінки);
- ∞ Appropriate – завдання повинні відповідати вирішенню проблеми, яка адвокатується;
- ∞ Realistic – бути реалістичними;
- ∞ Time bound — обмеженими в часі (варто спланувати час, коли реалізація кампанії буде завершена).

Під час формулювання завдань, необхідно зазначити також інформацію про осіб, на яких буде покладено виконання конкретних завдань, а також, що саме необхідно зробити і за який термін.

Етап 3. Визначення «мішеней». Встановлення органу (установи, організації), відповідальної за прийняття рішення (впровадження змін).

Після того як будуть чітко сформульовані цілі та завдання адвокаційної кампанії, необхідно визначити «мішені» для відстоювання інтересів і очікування від них управлінського рішення щодо вирішення проблеми.

Якщо говорити, про національний та міжнародний рівень, то це особи, які мають владу в політиці та повноваження приймати рішення. На місцевому ж рівні – це представники громадськості, які мають авторитет серед жителів, наприклад, представники місцевої влади.

У разі, коли пряма «мішень», на яку необхідно вплинути (міністр, начальник управління тощо), недоступна, тоді для впливу на неї можна використати непряму дію. Тобто, працювати з «непрямими мішенями», тими людьми, які в даний момент можуть вплинути на осіб, що відповідають за ухвалення рішень (наприклад, заступників міністра) (Навроцький, Менджул, 2011).

Етап 4. Знаходження і виявлення союзників. Співробітництво (створення коаліції) з окремими особами або організаціями в процесі адвокаційної кампанії може принести більшу користь, ніж самостійна, незалежна робота адвокаційної команди. Також, інтереси союзників можуть співпадати з інтересами «непрямих мішеней» і мати вплив на осіб, від яких залежить прийняття управлінських рішень. Тут важливо підштовхнути їх до того, щоб вони підтримали саме ті принципові позиції, які потребують змін.

Створюючи коаліцію необхідно: визначити учасників майбутньої коаліції, які можуть долучитись до команди лише з власної волі; забезпечити мотивацію майбутніх членів команди для вступу в коаліцію; підготувати умови для створення коаліції; подбати про формалізацію стосунків між членами коаліції, підписавши спільний документ (Навроцький, Менджул, 2011).

Етап 5. Виявлення ресурсів. Цей етап потребує визначення наявних ресурсів (людських і матеріальних), які знадобляться для реалізації адвокаційної кампанії. Також важливо окреслити навички членів команди та занотувати

інформацію якою вона володіє на даний момент. До людських ресурсів відносяться як постійні члени адвокаційної команди, так і ті, що добровільно зголосились взяти в ній участь. До ресурсів слід віднести також і наявність доступу до засобів масової інформації та можливості поширення інформації через Інтернет. Залучення ЗМІ, написання постів в соціальних мережах, проведення акцій, мирних зібрань забезпечить розголос про адвокаційну кампанію, тим самим, надасть їй публічної складової.

Етап 6. Створення робочого плану. Робочий план повинен включати точний розклад з вказанням осіб, які будуть відповідальні за виконання конкретного завдання. Завдання, які необхідно вирішити, члени команди повинні узгодити між собою. Під час складання робочого плану необхідно розробити стратегію адвокаційної діяльності.

Етап 7. Виконання плану. На цьому етапі планування закінчується і починається реалізація плану з відстоювання інтересів.

Етап 8. Моніторинг та оцінка. Цей етап передбачає з'ясування, чи виявились обрані методи дієвими для досягнення мети адвокаційної кампанії, а оцінюється це шляхом моніторингу діяльності та оцінки результатів. Якщо на першому та другому етапах адвокаційної кампанії був проведений глибокий аналіз проблеми, а мета та завдання не викликали сумнівів, тоді легше буде проводити моніторинг та оцінку результатів. Під час оцінки результатів необхідно визначити ті ознаки, які будуть вказувати на зміни ситуації на краще. Якщо виявиться, що проблема знаходиться на тому ж рівні і механізми, які було обрано, не спрацювали, необхідно змінити стратегію.

Варто зазначити, що під час планування та у процесі реалізації адвокаційної кампанії перед командою можуть виникнути труднощі. Серед них: слабкість ініціативної групи, яка працює над плануванням адвокаційної кампанії; відмови та бездіяльність визначеної «мішені» (представника органу влади, того, хто уповноважений ухвалювати управлінське рішення на користь адвокаційної команди); задовгий термін проведення кампанії та, як результат, виснаження ініціативної групи; складні протистояння стейкхолдерів, які чинять супротив та мають потужні зв'язки у владі; несприятлива політична ситуація для соціальної проблеми, яка потребує вирішення; наявність корупційних схем.

З огляду на це, корисним буде вміння адвокаційної команди створювати якісний контент. Для цього варто зосереджуватись на системності інформаційної складової кампанії (шляхом постійної комунікації зі стейкхолдерами), доступності інформації яку необхідно донести цільовій аудиторії, бути уважними та своєчасно реагувати на аргументи, докази вразливих груп населення, яких стосується проблема що адвокатується. Важливо концентруватись не лише на висвітленні інформації про поточний стан проблеми, а й доносити необхідність тих змін, які відбудуться у разі позитивного завершення адвокаційної кампанії.

Висновки

Необхідними умовами успішних адвокаційних кампаній є задіяння під час її реалізації різних інструментів впливу для зміни ситуації відповідно до визначених цілей. Результат кампанії залежить від чіткого плану (формулювання мети, окреслення цілей, визначення «мішеней», конкретних заходів, робота як із зацікавленими сторонами, так і з тими, хто чинить супротив, оцінки кампанії та контроль над реалізацією прийнятого рішення органом виконавчої влади). Важливо пам'ятати, що адвокаційна кампанія із представництва інтересів вразливих груп населення може тривати від 1 дня до декількох років, в залежності від визначеної соціальної проблеми, головної «мішені» та точності вибору інструментів впливу. Також, завжди варто залучати до адвокаційної кампанії і тих вразливих груп населення, чиї інтереси ви представляєте та поінформувати їх про план дій з вирішення проблеми. Варто не нехтувати важливістю публічної складової адвокаційної кампанії (її необхідно широко висвітлювати у засобах масової інформації, соціальних мережах, акціях тощо). Важливим аспектом планування та реалізації адвокаційної кампанії є створення коаліції та розширення партнерських зв'язків з іншими організаціями, які працюють в контексті визначеної соціальної проблеми або бажають розширити напрямки своєї діяльності.

Література

- Адвокасі в дії: 15 успішних місцевих ініціатив. Електронний збірник. / Упоряд.: І. Бринош, А. Бойко. 2013. 16. http://www.frn.mk.ua/wp-content/uploads/2014/04/Advokasi_15.pdf
- Барабаш, С. І. (2011). Адвокація бібліотек: мета, структура, основні напрями діяльності. *Вісник ХДАК*. (34). 150–156.
- Енциклопедія для фахівців соціальної сфери (2012) / за заг. ред. І.Д. Звервої. Київ, Сімферополь: «Універсум», 536. http://romnv-mcss.edukit.sumv.ua/Files/downloads/ESW_final_save.pdf
- Загуменна, В. В. (2012). Адвокація: представлення інтересів бібліотек: посіб. для тренерів за прог. підвищ. кваліфікації. К.: Самміт-книга, 60.
- Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР (редакція від 01.01.2020). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
- Навроцький, В. В., Менджул, М. В. (2011). Кампанія адвокасі як інструмент демократичних перетворень. Ужгород: «Видавництво Олександри Гаркуші». 59. <http://surl.li/bsmjg>
- Назаренко, Д. Л. (2019). Адвокасі на місцевому рівні в Україні: підходи до класифікації. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Державне управління, 30(69). 6. 109–117.

Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI (редакція від 19.02.2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>

Про запобігання корупції : Закон України від 14.10.2014 № 1700-VII (редакція від 13.02.2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text>

Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності : Закон України від 11.09.2003 № 1160-IV (редакція від 19.02.2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15#Text>

Про звернення громадян : Закон України від 02.10.1996 № 393/96-ВР (редакція від 01.01.2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#top>

Прокопенко, О. В. (2017). Адвокаційна діяльність та некомерційне лобіювання в Україні: посібник. Київ, 82. https://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2017/10/Handbook_Advocacy_and_non-profit_lobbying_Prokopenko.pdf

Сичова, А. О. (2020). Grassroots-кампанії як фактор актуалізації адвокаційного вектору низових груп. *Політикус : наук. журнал*. (3). 77–83.

Цвих, В.Ф., Андрушко, В.І. (2019). Адвокація та лобізм в системі взаємодії з органами державної влади. *Збірник наукових праць «Гілея»: науковий вісник*. Політичні науки. 142. 11–16. <http://surl.li/bslwy>

Advocacy: models and effectiveness / Ailsa Stewart, Gillian MacIntyre. School of Applied Sciences, University of Strathclyde, 2013. <https://www.iriss.org.uk/sites/default/files/iriss-insight-20.pdf>

Dr Jane Boylan & Jane Dalrymple (2011) Advocacy, Social Justice and Children's Rights, *Practice*, 23:1, 19-30. <https://doi.org/10.1080/09503153.2010.536212>

Featherstone, B. and Fraser, C. (2012). I'm just a mother. I'm nothing special, they're all professionals: Parental advocacy as an aid to parental engagement, *Child and Family Social Work*, 17(2), 244-253. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2206.2012.00839.x>

Sharma, R. (1997). An introduction to advocacy. Retrieved from www.aed.org/Publications/upload/PNABZ919.pdf

ALGORITHM FOR ORGANIZING AND CONDUCTING A SUCCESSFUL INTEREST REPRESENTATION ADVOCACY CAMPAIGN

Maryna Lekholetova, PhD in pedagogy, Senior Lecturer of Social Pedagogy and Social Work Department Institute of Human Sciences, Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine.

Tetiana Liakh, PhD in pedagogy, Associate Professor, Head of Social Pedagogy and Social Work Department Institute of Human Sciences, Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine.

Tetiana Spirina, PhD in pedagogy, Associate Professor, Associate Professor of Social Pedagogy and Social Work Department Institute of Human Sciences, Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine.

***Abstract.** Today, social advocacy is an effective tool for social change that influences attitudes, relations in the society, strengthens civil society, and contributes to the opening of democratic spaces for the implementation of best practices in social work and social equality. Social workers are aiming at helping people who are suffering from unemployment, violations of rights, difficult life circumstances, discrimination, etc. Thus social workers are in the constant process of individual work with vulnerable groups and often use interest representation as an intervention (protection of rights, representation of interests of individuals/groups of people to gain access to services, etc).*

The article analyzes several legal provisions that regulate advocacy, in particular, determining the basic rights of citizens and their associations. An algorithm for a successful advocacy campaign to represent the interests of vulnerable groups is proposed, which consists of eight stages (identification of social problems and goal setting, problem analysis, and goal setting, targeting, finding and identifying allies, identifying resources, creating a work plan, implementing a plan, monitoring and evaluation).

The peculiarities and difficulties that may arise during the planning and implementation of the advocacy campaign are identified (weakness of the initiative group working on advocacy campaign planning; refusals and inaction of a certain "target" (representative of the authority)) advocacy team); too long campaign and, as a result, exhaustion of the initiative group; difficult confrontations of stakeholders who resist and have strong ties to the government; the unfavorable political situation for the social problem that needs to be solved; corruption schemes). Therefore, it is critical to focus on the systematic information component of the campaign (through constant

communication with stakeholders), the availability of information to be conveyed to the target audience, be an attentive and timely response to arguments, and evidence of vulnerable groups affected by advocacy. It is emphasized that an important aspect of planning and implementing an advocacy campaign is to form a coalition and expand partnerships with other organizations that work in the context of a particular social problem or want to expand their activities.

Keywords: *advocacy; social advocacy; representation of interests; advocacy campaign; strategy; coalition; stakeholders.*

References

- Advocacy in action: 15 successful local initiatives. Electronic collection. / Edited by: I. Brinosh, A. Boyko. 2013. 16. http://www.frgn.mk.ua/wp-content/uploads/2014/04/Advokasi_15.pdf (in Ukrainian).
- Barabash, S. I. (2011). Advocacy of libraries: purpose, structure, main directions of activity. *Bulletin of the KhDAK*. (34). 150–156. (in Ukrainian).
- Encyclopedia for social professionals. (2012) / I. D. Zvereva. Kyiv, Simferopol: Universum, 536. (in Ukrainian).
- Zagumenna, V.V. (2012). Advocacy: representing the interests of libraries: a guide. for trainers for prog. raised. qualifications. K, Summit Book, 60. (in Ukrainian).
- Constitution of Ukraine: Law of June 28.06.1996 № 254к/96-BP (edition of 01.01.2020). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (in Ukrainian).
- Navrotsky, V.V, Menzhul, M.V. (2011). Advocacy campaign as a tool of democratic transformation. Uzhhorod: «Alexandra Garkusha Publishing House». 59. <http://surl.li/bsmjg> (in Ukrainian).
- Nazarenko, D.L. (2019). Advocacy at the local level in Ukraine: approaches to classification. *Scientific notes of TNU named after VI Vernadsky*. Series: Public Administration, 30(69). 6. 109–117. (in Ukrainian).
- On the principles of state regulatory policy in the field of economic activity : Law of Ukraine of 11.09.2003 № 1160-IV (edition of 19.02.2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15#Text> (in Ukrainian).
- About citizens' appeals : Law of Ukraine of 02.10.1996 № 393/96-BP (edition of 01.01.2022). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#top> (in Ukrainian).
- About access to public information : Law of Ukraine of 13.01.2011 № 2939-VI (edition of 19.02.2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (in Ukrainian).
- On Prevention of Corruption: Law of Ukraine of 14.10.2014 № 1700-VII (edition of 13.02.2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text> (in Ukrainian).
- Prokopenko, O.V. (2017). Advocacy and non-commercial lobbying in Ukraine: a guide. Kyiv, 82. https://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2017/10/Handbook_Advocacy_and_non-profit_lobbying_Prokopenko.pdf (in Ukrainian).

Sichova, A. O. (2020). Grassroots campaigns as a factor in updating the advocacy vector of grassroots groups. *Politicus: Science. magazine.* (3). 77–83. (in Ukrainian).

Tsvih, V.F., Andrushko, V.I. (2019). Advocacy and lobbying in the system of interaction with public authorities. *Collection of scientific works "Gileya": scientific bulletin.* Political science. 142. 11–16. <http://surl.li/bslwy> (in Ukrainian).

Advocacy: models and effectiveness / Ailsa Stewart, Gillian MacIntyre. School of Applied Sciences, University of Strathclyde, 2013. <https://www.iriss.org.uk/sites/default/files/iriss-insight-20.pdf>

Dr Jane Boylan & Jane Dalrymple. (2011). Advocacy, Social Justice and Children's Rights, *Practice*, 23:1, 19-30. <https://doi.org/10.1080/09503153.2010.536212>

Featherstone, B. and Fraser, C. (2012). I'm just a mother. I'm nothing special, they're all professionals: Parental advocacy as an aid to parental engagement, *Child and Family Social Work*, 17(2), 244-253. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2206.2012.00839.x>

Sharma, R. (1997). An introduction to advocacy. Retrieved from www.aed.org/Publications/upload/PNABZ919.pdf.

Article history:

Received: March 24, 2022

1st Revision: April 10, 2022

Accepted: April 30, 2022