

## UNOFFICIAL TRANSLATION

This document has been translated from its original language using DeepL Pro (AI translation technology) in order to make more content available to HIV Justice Academy users. We acknowledge the limitations of machine translation and do not guarantee the accuracy of the translated version.

No copyright infringement is intended. If you are the copyright holder of this document and have any concerns, please contact [academy@hivjustice.net](mailto:academy@hivjustice.net).

## TRADUCTION NON OFFICIELLE

Ce document a été traduit de sa langue d'origine à l'aide de DeepL Pro (une technologie de traduction en ligne basée sur l'intelligence artificielle) pour offrir aux utilisateurs de HIV Justice Academy une plus grande sélection de ressources. Nous sommes conscients des limites de la traduction automatique et ne garantissons donc pas l'exactitude de la traduction.

Aucune violation des droits d'auteur n'est intentionnelle. Si vous êtes le détenteur des droits d'auteur associés à ce document et que sa traduction vous préoccupe, veuillez contacter [academy@hivjustice.net](mailto:academy@hivjustice.net).

## TRADUCCIÓN NO OFICIAL

Este documento fue traducido de su idioma original usando DeepL Pro (una aplicación web basada en inteligencia artificial) a fin de facilitar la lectura del contenido para los usuarios de la HIV Justice Academy. Reconocemos las limitaciones de las traducciones realizadas a través de este tipo de tecnología y no podemos garantizar la precisión de la versión traducida.

No se pretende infringir los derechos de autor. Si usted es el titular de los derechos de autor de este documento y tiene alguna duda, pónganse en contacto con [academy@hivjustice.net](mailto:academy@hivjustice.net).

## НЕОФИЦИАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД

Этот документ был переведен с языка оригинала с помощью DeepL Pro (технологии перевода на основе искусственного интеллекта), чтобы обеспечить доступ пользователей Академии правосудия по ВИЧ к большему объему контента. Мы отдаем себе отчет в ограниченных возможностях машинного перевода и не гарантируем точности переведенной версии документа

Мы не имели намерения нарушить чьи-либо авторские права. Если вам принадлежат авторские права на этот документ, и у вас имеются возражения, пожалуйста, напишите нам на адрес [academy@hivjustice.net](mailto:academy@hivjustice.net)

# Создание сетей ЛЖВ, построение



Набор инструментов для  
расширения возможностей сети



<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
Избранные ссылки .....	6
<b>РЕКРУТИНГ</b> .....	7
Подготовка к набору персонала .....	8
Посланник - это послание .....	10
<i>Полезная подсказка:</i> что в имени? .....	10
Обращайтесь к людям, которые не могут рискнуть проявить интерес к вашей группе .....	11
Сделать посещение собрания "безопасным", несмотря на реальные или предполагаемые риски стигмы .....	12
Преимущества "выхода в свет" в сети ЛЖВ.....	13
Избранные ссылки .....	14
<b>СОЗДАНИЕ ПОДДЕРЖИВАЮЩЕЙ, ЗДОРОВОЙ СЕТИ</b> .....	15
Мотивация членов клуба - индивидуально и в группе .....	15
Как вы общаетесь? .....	16
Электронная почта .....	16
Текстовые сообщения .....	17
<i>Полезная подсказка:</i> ведение записей.....	17
Телефонное дерево .....	17
Как вы выбираете лидеров и принимаете решения?.....	17
Коллектив без лидера.....	18
Более структурированные руководящие роли .....	18
Внешнее содействие.....	18
Как вы распределяете власть и разрешаете конфликты? .....	19
Разделение власти .....	19
Предотвращение конфликтов.....	20
Разрешение конфликтов .....	21
Как мы можем развивать лидерство и наставничество ЛЖВ?.....	21
Формальное обучение лидерству .....	21
Наставничество.....	22



<i>Полезная подсказка:</i> поиск наставников за пределами ВИЧ-сообщества .....	22
Избранные ссылки .....	23
<b>ФАНДРАЙЗИНГ</b> .....	24
Каков официальный налоговый статус вашей сети ЛЖВ? Есть ли он у вас?.....	24
С кем мы можем сотрудничать? .....	26
<i>Стоит обратить внимание:</i> BeadForLife.....	26
Где есть деньги, за которыми мы можем пойти?.....	27
Отдельные лица и семьи.....	27
Корпорации и предприятия .....	27
<i>Стоит обратить внимание:</i> Взносы или отсутствие взносов? .....	28
Благотворительные организации, фонды, государственные гранты.....	28
В натуральной форме: Что еще мы можем попросить помимо (или в дополнение к) денег? .....	29
<i>Стоит обратить внимание:</i> Не забывайте о стипендиях!.....	31
Избранные ссылки .....	31
<b>ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕТИ ЧЕРЕЗ СОТРУДНИЧЕСТВО</b> .....	33
Составление карты нынешних и возможных новых союзников.....	33
Создание эффективных альянсов с другими группами.....	34
Тематическое исследование .....	35
Обеспечение конструктивных и продуктивных внешних связей .....	36
Построение справедливых и подотчетных внешних отношений.....	37
Партнерские встречи: Подготовка, проведение, последующие действия.....	38
Внутренняя/внешняя тактика .....	39
Примеры внутренних/внешних стратегий.....	39
Несколько слов предостережения .....	40
Обучение СМИ правильному изложению наших историй .....	41
Три проактивные стратегии для повышения шансов на получение хорошей прессы .....	41
Избранные ссылки .....	42
<b>ГЛОССАРИЙ</b> .....	44
Избранные ссылки .....	46



## ВВЕДЕНИЕ

---

*"Мы осуждаем попытки навесить на нас ярлык "жертвы", термин, подразумевающий поражение, и лишь иногда мы бываем "пациентами", термин, подразумевающий пассивность, беспомощность и зависимость от заботы других.*

*Мы - "Люди со СПИДом".*

*- Из книги "Принципы Денвера" (1983)*

С 1980-х годов люди, живущие с ВИЧ (ЛЖВ), объединились и создали сети, чтобы уменьшить изоляцию, противостоять внутренней и внешней стигме, связанной с ВИЧ, и улучшить качество жизни и состояние здоровья.

Эти сети также были инкубаторами, в которых обучалось каждое новое поколение лидеров ЛЖВ. Сети позволяют нам учить себя и друг друга тому, как поддерживать и расширять движение за расширение прав и возможностей ЛЖВ.

Наше обязательство формировать и поддерживать эффективные сети ЛЖВ само по себе является нашей победой. Это наш отказ отказаться от своих прав человека.

Этот набор инструментов предназначен для того, чтобы помочь ЛЖВ создавать и укреплять наши сети. Когда мы объединяемся в партнерстве с другими ЛЖВ, это позволяет нам:

- ❖ Определять собственную повестку дня и устанавливать приоритеты политики, адвокации и обслуживания ...
- ❖ Выбирать лидеров по собственному усмотрению и привлекать их к ответственности ...
- ❖ Выступайте коллективным голосом ...
- ❖ Снизить интернализированную стигму (чувство стыда, вины или неловкости за то, что у вас ВИЧ) ...
- ❖ Снизить внешнюю стигматизацию путем просвещения наших семей, общин и других ...
- ❖ Улучшить качество жизни и состояние здоровья ...
- ❖ Поддерживать друг друга для достижения наших личных и групповых целей.



Существуют различные глобальные, национальные и другие сети ЛЖВ, включая те, которые существуют исключительно в Интернете, представляют ключевые группы населения или сосредоточены на конкретных регионах или видах деятельности. Данный набор инструментов предназначен в первую очередь для местных и государственных групп, участники которых собираются лично более одного-двух раз в год, но многое из того, что включено в набор, применимо в широком спектре начинаний по созданию сетей.

В пособии даны краткие и четкие рекомендации для всех видов сетей ЛЖВ - независимо от того, занимаетесь ли вы адвокацией, образованием, взаимной поддержкой или просто собираетесь вместе для общения или отдыха.



---

*Ниже приведены первые пять статей Центра общественных изменений*

**"10 правил организации сообществ":**

1. Никто не придет на собрание, если у него нет причины прийти на собрание.
2. Никто не придет на встречу, если не знает о ней.
3. Если организация не будет расти, она умрет.
4. Каждый может стать лидером.
5. Самая важная победа - это сама группа.



Это практические принципы, рассматриваемые в наборе инструментов. Сети ЛЖВ сильно различаются по географии, целям и составу участников. Не существует "универсального" плана создания, развития и поддержания сети ЛЖВ. Но изучение этих инструментов должно помочь вам запустить или укрепить вашу сеть, независимо от того, какую форму она принимает.

В главе 1 "*Набор*" рассматривается работа по набору, привлечению и удержанию достаточного количества участников сети для достижения целей вашей группы.

- Слышат ли ЛЖВ, которых вы хотите привлечь, хорошие отзывы о вашей сети?



- Будут ли ваши потенциальные члены чувствовать себя комфортно с руководством вашей группы или не в своей тарелке?
- Есть ли хорошее соответствие между тем, что ваша группа предлагает своим членам, и тем, что хотят потенциальные члены?

Это то, что дает людям повод приходить на встречи сети - поэтому это ключевой фактор в привлечении персонала.

В главе 2 "*Создание поддерживающей, здоровой сети*" рассматриваются проблемы, с которыми вы можете столкнуться, чтобы сделать вашу сеть сильной и здоровой внутри, чтобы ее члены чувствовали себя хорошо от участия в ней. Члены должны чувствовать поддержку со стороны других членов, а также уважать лидеров и процессы принятия решений в группе. Выбор целей и задач группы имеет решающее значение. Независимо от того, насколько члены группы согласны с тем, что цель важна, они не будут активно работать над ней, если у них нет личной заинтересованности в ее достижении. Поэтому важно услышать, чего действительно хотят люди.

Глава 3, "*Сбор средств*", посвящена тому, что большинство сетей считают своим главным препятствием для продолжения работы, которую они хотят проводить. В этой главе:

- Описывается ландшафт финансирования в США и то, как налоговый статус вашей сети (если таковой имеется) - или налоговый статус организации, спонсирующей вашу сеть - влияет на ваш доступ к источникам финансирования;
- Описывается, как сети ЛЖВ сотрудничали с другими организациями для совместного сбора средств;
- Рассказывает о натуральных (неденежных) пожертвованиях, стипендиях и стратегиях сбора средств на низовом уровне, которые помогут вашей сети расти даже в трудные времена.

Глава 4 "*Повышение эффективности сети через сотрудничество*" посвящена механике поддержания продуктивности и эффективности вашей группы. В ней предлагаются шаги для работы над достижением цели, одновременно развивая индивидуальные и групповые навыки членов сети. Когда члены сети приобретают новые навыки, эффективность сети растет. Как сказано в правиле 3 выше, организации либо растут, либо умирают. Существование здоровой сети само по себе является победой для всех ЛЖВ.

## Избранные ссылки

Центр общественных изменений, "[Организация сообществ: Власть народа из низов - Десять правил организации сообществ](https://comm-org.wisc.edu/papers97/beckwith.htm)" (<https://comm-org.wisc.edu/papers97/beckwith.htm>)



## РЕКРУТИНГ

---

Эксперт по некоммерческим организациям Джоанн Фритц пишет о [трех основных подходах](#) к подбору персонала:

- Наем "теплого тела" - *когда вам нужно много людей для выполнения основной, разовой задачи (например, набивка конвертов, сдача крови, уборка парка).*  
Подходы включают плакаты, брошюры, работу с социальными сетями, радиоролики и т.д.
- Целевой набор - *при поиске людей с определенными навыками и/или характеристиками*  
Вы ориентируетесь на избранные группы и стараетесь привлечь людей с нужными вам навыками. Например, если вам нужны юристы для волонтерской работы в юридической клинике, вы можете обратиться в ассоциации адвокатов или юридические школы.
- Привлечение "концентрических кругов" - *обращение к людям, которые уже прямо или косвенно знают о вашей организации, и приглашение их присоединиться к ней*  
Некоторые из них, возможно, слышали о вашей организации (от друзей, родственников, на работе и т.д.). С другими можно связаться опосредованно, через контакты.

Сети ЛЖВ часто используют третий подход - просят своих членов обратиться к другим ЛЖВ, которые могут захотеть присоединиться. [Первые сети ЛЖВ были созданы](#), когда небольшие группы людей с ВИЧ объединились для взаимной поддержки и отстаивания своих прав. Это было необходимо в мире, где большинство людей отвергали их, а государственные службы отказывались им помогать.

Сегодня вы можете дополнить свой личный аутрич, разместив информацию о своей группе в поликлиниках, ВИЧ/СПИД-сервисных организациях (HASO), общественных центрах, местах сбора ЛГБТКИ, центрах обмена шприцев и других местах, где ее увидят ЛЖВ. Ваши союзники в сообществе также могут помочь вам распространить информацию.

*Члены сети определяют ее цель ↔ Цель сети определяет, кто является ее членами*

Прежде чем выбирать стратегии привлечения, тщательно продумайте цель вашей сети. Это, вероятно, будет важным фактором, определяющим, кто присоединится к вашей группе, а кто станет активным и долгосрочным членом.





Чтобы начать работу, проведите собрание, на котором ваши нынешние или потенциальные члены обсудят и согласуют приоритеты группы.



- Создаете сеть?  
Найдите несколько человек, которые хотят создать такую же группу, как и вы.
- Пытаетесь увеличить существующую группу?  
Потратьте часть времени встречи на честный разговор о том, какова была цель вашей группы до сих пор.  
Подумайте над этими вопросами:
  - Хотите ли вы продолжать идти прежним путем или изменить направление?
  - Если вы не все согласны, могут ли те, кто хочет заниматься чем-то другим, сформировать подгруппу?
  - Можете ли вы продолжать работать вместе как группа, при этом некоторые члены группы могут преследовать и другую цель?
  - Или пришло время сформировать отдельные группы?

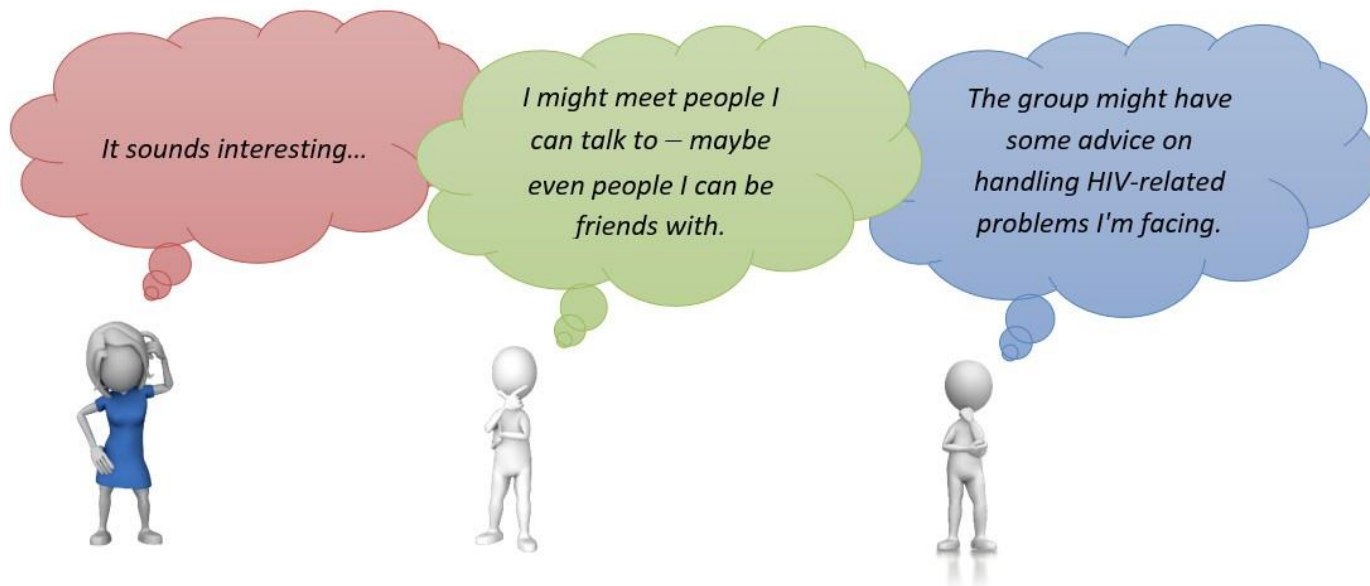
Выяснив это, вы сможете предотвратить разочарование членов группы в будущем. Это также подготовит вас к тому, чтобы дать новым членам четкое описание того, чем занимается группа, чтобы у них не было неточных ожиданий.

## Подготовка к набору персонала

Во введении к набору инструментов мы перечислили пять правил. Первое из них гласит: "Никто не придет на собрание, если у него нет причины прийти на него". Как же дать людям повод прийти на ваше собрание?

Многие группы предоставляют стимулы, чтобы привлечь участников или облегчить им участие, например, обеспечивают питание, уход за детьми во время встречи или подарочные дебетовые карты, чтобы компенсировать транспортные или другие расходы. Это эффективные стратегии, если вы можете себе это позволить. Иногда можно убедить местные религиозные группы, HASO, общественные организации или других доноров предоставить или оплатить эти стимулы. Многие сети строятся, например, вокруг ежемесячного ужина на скорую руку.

Также важно подумать о бесплатных стимулах. Поставьте себя на место ваших потенциальных членов. Что еще может заставить их захотеть прийти на собрание? Некоторые причины могут быть следующими:



Учитывая все эти стимулы, подготовьте короткую, легко читаемую ЛИСТОВКУ. Какая информация побудит потенциальных членов связаться с вами? Пусть она будет краткой, привлекательной и - самое главное - понятной!

- Если ваша группа специализируется на социальной и эмоциональной поддержке сверстников, укажите это в листовке!
- Если это в основном группа поддержки, но некоторые ее члены также занимаются активизмом или просвещением, то так и скажите.

Люди чаще всего чувствуют себя комфортно в новом месте, когда их окружают люди, с которыми у них есть что-то общее. На ваших встречах вас объединяет то, что вы все хотите иметь безопасное место, где можно поговорить о жизни с ВИЧ. Люди чувствуют себя в безопасности, когда знают, что большинство или все присутствующие там люди тоже больны ВИЧ.

Вас также объединяет то, что вы договорились сохранять конфиденциальность членства в группе до тех пор, пока все члены группы не согласятся публично самоидентифицироваться как ЛЖВ (подробнее о конфиденциальности ниже).

Возможно, членов вашей группы объединяют и другие общие черты, помимо осведомленности о ВИЧ. Например, некоторые национальные и местные группы состоят из женщин, живущих с ВИЧ. Некоторые созданы цветными мужчинами, живущими с ВИЧ, и для них, или для молодежи, живущей с ВИЧ, или для людей, живущих с ВИЧ, у которых есть общие интересы, например, езда на велосипеде или политическая активность.

Многие сети ЛЖВ действуют на базе ВИЧ-сервисных агентств, клиник или организаций,



финансируемых в рамках Программы Райана Уайта по ВИЧ/СПИДу. Некоторые из них организуются и возглавляются специалистами социальных служб;



Другие могут возникать на основе консультативных советов клиентов или сообществ, созданных по требованию спонсора или гранта. Многие из наиболее эффективных сетей создаются и возглавляются людьми, живущими с ВИЧ, действующими самостоятельно. Если вы поищите в Интернете, вы сможете найти [сети ЛЖВ](#), у которых есть веб-сайты, где вы сможете почерпнуть множество идей для своей группы. Некоторые из этих сетей могут даже [предоставить материалы](#), которые помогут вам начать работу.

Приятно вспомнить, что каждая из этих независимых сетей, в то или иное время, была создана просто людьми, у которых возникла идея, они нашли союзников, создали группу, а затем набрали новых членов.

## Посланник - это послание

Второе из пяти правил во введении: "Никто не придет на собрание, если не узнает о нем". Узнают ли люди о встрече, зависит от того, как вы ее освещаете и кто ваши посланники. Подумайте о телевизионной рекламе. Мы чаще всего обращаем на них внимание, если в них фигурируют люди, с которыми мы можем себя идентифицировать или которыми мы восхищаемся.

"Кто" действительно имеет значение - но это не значит, что на групповой листовке нужно изображать красивое лицо. Просто подумайте:

- Как вы хотите, чтобы потенциальный член думал о вашей группе - *"она для таких, как я?"*.
- Где и как вы будете распространять информацию - *чтобы другие узнали о ней из надежного источника*  
Где в вашем районе люди из вашей целевой аудитории общаются и проводят время? Находятся ли они в:
  - Такие предприятия, как парикмахерские, салоны красоты, бары, кофейни, книжные магазины или торговые центры?
  - Местные культовые сооружения, лидерам которых доверяют люди из вашей целевой аудитории?
  - Местные аптеки, клиники и/или места, куда люди обращаются за медицинской помощью или расходными материалами?

## Полезная подсказка: что в имени?

Если ваша группа состоит из людей с ВИЧ, которые похожи и в других отношениях (например, расовая/этническая принадлежность, пол, возраст, интересы и т.д.), полезно указать это в названии группы и в том, как вы описываете ее в своих материалах. Это позволит людям знать, чего ожидать, и поможет вам привлечь новых членов, которые, скорее всего, будут чувствовать себя комфортно в вашей группе. Примеры:

[Позитивная женская сеть - США](#); [Позитивно Транс](#)



Если ВИЧ действительно затрагивает вашу общину, есть шанс, что люди, работающие в этих местах, знают об этом. Вы можете спросить их, не хотят ли они стать союзниками вашей группы - развесить листовки вашей группы на рабочем месте или оставить их стопку на прилавках, где люди могут помочь себе сами.

Дайте этим союзникам понять, что вы не просите их рассказывать о группе своим клиентам или прихожанам (хотя, если они хотят, это замечательно!). Вы просто просите их, как людей, пользующихся доверием в обществе, оказать содействие в том, чтобы люди узнали о существовании группы.



- Как насчет продвижения вашей группы в местных изданиях, списках рассылки и социальных сетях?

Вы можете использовать объявления в местных газетах и социальные сети для информирования людей о том, что предлагает ваша группа и как они могут связаться с вами для получения дополнительной информации. В целях безопасности, в зависимости от обстоятельств, лучше указать номер телефона или адрес электронной почты, который нельзя отследить до конкретного человека или адреса улицы. Попросите людей оставлять сообщения на голосовой почте или по электронной почте и убедитесь, что кто-то из членов группы отвечает на все поступающие сообщения.

Вы также можете связаться с национальными организациями, в которых состоит большое количество ЛЖВ, и попросить их разместить сообщения в своих списках рассылки, чтобы члены организации знали, что в городе или поселке, где находится ваша группа, начала действовать новая сеть ЛЖВ. Некоторые члены национальных сетей ЛЖВ, таких как [Sero Project](#), [Positive Women's Network - USA](#), [US PLHIV Caucus](#) или других национальных сетей, связанных с ВИЧ, таких как [HIV Prevention Justice Alliance](#), могут находиться в вашем регионе и быть заинтересованы в поддержке местной сети ЛЖВ, подобной вашей.

- Как насчет того, чтобы спросить радиоведущего или диджея на станции, популярной среди вашей целевой аудитории?

Теле- и радиостанции обязаны уделять определенное время [публичным объявлениям](#) (PSA) в эфире. Заставить телеканал или диджея прочитать ваше объявление может очень помочь. Если они согласятся взять интервью у кого-то из вашей группы в эфире, это еще лучше! Убедитесь, что человек, которого вы выберете для интервью, похож (по возрасту, происхождению, стилю общения и т.д.) на людей, которых вы хотите привлечь.

### Обращайтесь к людям, которые не могут рискнуть проявить интерес к вашей группе

Даже при наличии самых лучших листовок и самых полезных аутрич-союзников некоторые люди, живущие с ВИЧ, редко, если вообще когда-либо, берут в руки материалы, связанные с ВИЧ, и не говорят о ВИЧ на публике. Это происходит, когда ВИЧ настолько стигматизирован для них или в их сообществе, что проявление любого интереса к этой теме может подвергнуть их риску отвержения или даже насилия.

С этим можно справиться, если на листовке будет хорошо виден контактный номер телефона или адрес электронной почты вашей группы. Таким образом, заинтересованный человек сможет увидеть его издалека и запомнить, не беря в руки ваш материал. Впоследствии он сможет использовать его в частном порядке, чтобы связаться с вами. Высокая видимость также повышает шансы на то, что вам будут звонить люди с гомофобией, серофобией и т.д. - так что будьте готовы.



## Сделать посещение собрания "безопасным", несмотря на реальные или предполагаемые риски стигматизации

Люди, находящиеся в ситуациях повышенного риска, могут также опасаться, что если их увидят или заподозрят, что они присутствуют на собрании ЛЖВ, другие люди догадаются, что у них ВИЧ. Это особенно актуально в небольших городах и сельской местности, где большинство людей узнают друг друга.

Группы ЛЖВ решают эту проблему различными способами, в том числе:

- ❖ Создание группы, которая внешне выглядит так, будто собирается по причинам, не связанным с ВИЧ. Например, одна группа латиноамериканок, живущих с ВИЧ, собиралась регулярно и называла себя клубом рукоделия. Пока они говорили о своих проблемах с ВИЧ, их руки шили, вязали и делали украшения из бисера для продажи на церковных и общественных мероприятиях. Они встречались в местной клинике, известной тем, что там оказывают все виды медицинской помощи взрослым и детям, поэтому они могли регулярно посещать ее, не думая, что их визиты связаны с ВИЧ. Консультанты по тестированию на ВИЧ конфиденциально направляли новых женщин в группу. Благодаря этим мерам защиты группа могла встречаться, не опасаясь раскрытия информации.
- ❖ Выбор в пользу закрытой группы - группы, в которой участвуют только одобренные члены. В закрытой группе члены сохраняют абсолютную конфиденциальность о группе и о том, кто в ней состоит. Они могут встречаться дома друг у друга или в других укромных местах, чтобы избежать совместного наблюдения. Они разрабатывают протокол для привлечения и проверки новых членов. Новые участники не могут посещать группу без предварительного одобрения группы.
- ❖ Включает как ВИЧ-положительных, так и ВИЧ-отрицательных членов. Объявляя о своей инклюзивности, группа технически защищает конфиденциальность ВИЧ-статуса каждого члена. Это не на 100% эффективно, поскольку некоторые люди предполагают, что любой член такой группы должен быть ВИЧ-инфицирован. Но это дает членам группы возможность "правдоподобного отрицания": Они могут правдиво сказать, что членство в группе не означает, что у них есть ВИЧ. Этого достаточно, чтобы некоторые люди не боялись вступать в группу.
- ❖ Создание групп в Facebook, участники которых общаются друг с другом в режиме онлайн. Такие частные встречи позволяют им избежать риска быть замеченными работодателями, коллегами или членами семьи, которые могли бы поинтересоваться, с кем они встречаются, если бы они делали это лично.





- ❖ Использование бесплатных [услуг онлайн-конференц-связи](#) - это еще один способ для групп собраться вместе в электронном виде. Организатор организует звонок и сообщает время и номер телефона членам группы, которые могут присоединиться к звонку с помощью компьютера или обычного телефона. Вы также можете записать



конференц-звонки с использованием подкастинга и делиться записью с отсутствующими членами. Они могут наверстать упущенное, слушая подкаст на своих компьютерах, MP3-плеерах или других устройствах.

## Преимущества "выхода в свет" в сети ЛЖВ

Приведенные выше варианты защищают конфиденциальность пользователей, но они также имеют некоторые недостатки:

- ❖ Они затрудняют набор, поскольку дают новым членам несколько меньше возможностей "опробовать" группу, то есть посетить ее один или два раза, прежде чем решить, действительно ли они хотят присоединиться.
- ❖ Они не позволяют членам группы проводить какую-либо просветительскую или адвокационную работу от имени группы. Это автоматически привлекает внимание общественности к группе, что ставит под угрозу конфиденциальность других членов группы, которые не хотят, чтобы их считали частью группы, ориентированной на ВИЧ.
- ❖ Постоянно закрытые встречи менее эффективны для подготовки людей к публичному "выходу" о своем ВИЧ-статусе. Исследования показывают, что стигма, стыд и изоляция негативно влияют на способность ЛЖВ оставаться здоровым. Эта граница еще более усугубляется для людей, которые ежедневно сталкиваются с дополнительными стрессами, связанными с расизмом, сексизмом, гомофобией, трансфобией, аблизмом (дискриминацией людей с ограниченными возможностями) и т.д. Хотя участие в сети ЛЖВ не может снять этот стресс, оно может помочь людям избавиться от интернализованного стыда, связанного с ВИЧ.

Объединение с ЛЖВ, которые открыто говорят о своем ВИЧ-статусе, дает новым членам группы возможность обсудить свои проблемы, поработать над самопринятием и, возможно, принять решение открыто признать свой ВИЧ-статус, если и когда они решат это сделать. Это происходит в безопасной обстановке группы, где действует соглашение о конфиденциальности, что позволяет людям двигаться к этой готовности в своем собственном темпе.

Из 71 сети ЛЖВ, недавно опрошенной в США, 68% сообщили, что они набирают и обучают членов, чтобы те стали адвокатами в своих сообществах и повышали осведомленность о ВИЧ через СМИ. Создание ЛЖВ безопасного пространства, в котором они могут противостоять самостигме и преодолевать ее, часто приводит к укреплению их силы и решимости противостоять внешней



стигме и дискриминации.



## Избранные ссылки

The Balance, "[3 способа привлечения добровольцев для вашей некоммерческой организации](https://www.thebalance.com/recruit-volunteers-for-your-nonprofit-2502581)" (https://www.thebalance.com/recruit-volunteers-for-your-nonprofit-2502581)

Housing Works, "[Шон Струб на C2EA 5: Пришло время обязать организации соблюдать Денверские принципы](http://www.thebodypro.com/content/art56509.html)" (http://www.thebodypro.com/content/art56509.html)

Journal of Interdisciplinary Feminist Thought, "[Work What You Got': Политическое участие и работа ВИЧ-положительных черных женщин по восстановлению себя и своих сообществ](http://digitalcommons.salve.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=jift)" (http://digitalcommons.salve.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=jift)

Сеть кругов жизнестойкости, "[Пять советов по формированию аффинной группы](http://localcircles.org/2012/05/17/five-tips-for-forming-an-affinity-group/)" (http://localcircles.org/2012/05/17/five-tips-for-forming-an-affinity-group/)

Инструментарий для сообщества, "[Раздел 7. Подготовка объявлений для общественных служб](http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/participation/promoting-interest/public-service-announcements/main)" (http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/participation/promoting-interest/public-service-announcements/main)

Проект Sero, "[Возрождение движения за расширение прав и возможностей ЛЖВ](http://www.seroproject.com/wp-content/uploads/2016/12/SERO-Survey-Talk-2015.pdf)" (PDF) (http://www.seroproject.com/wp-content/uploads/2016/12/SERO-Survey-Talk-2015.pdf)

## СОЗДАНИЕ ПОДДЕРЖИВАЮЩЕЙ, ЗДОРОВОЙ СЕТИ

Все мы знаем, какова жизнь на нездоровом рабочем месте, в добровольной организации, школе или другой социальной группе. Люди склонны критически относиться друг к другу и/или к руководству. Напряжение растет, и это приводит к разочарованию, низкой производительности и высокой текучести кадров.

Никто не стремится создать такие условия. Они возникают, когда руководители не понимают ценности инвестирования времени и усилий в поддержание здоровой внутренней динамики организации. Потратить время, мысли и усилия на внедрение здоровых организационных процессов и их поддержание проще и эффективнее, чем пытаться "исправить" непродуктивную сеть, состоящую из разочарованных людей.

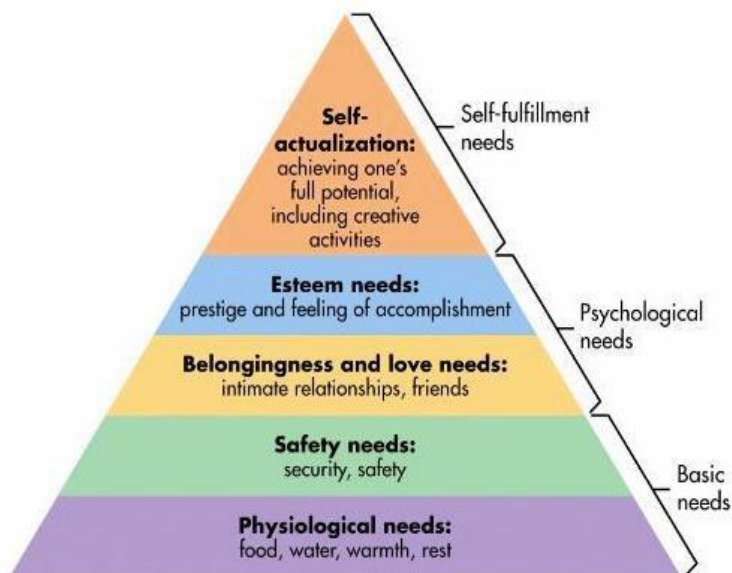
В этой главе рассматриваются некоторые процессы, которые вы можете использовать для поддержания внутренней силы и здоровья вашей сети, чтобы ее члены чувствовали себя хорошо и были продуктивными.

### Мотивация членов вашей организации - индивидуально и

в группе

Абрахам Маслоу, психолог, изучавший человеческие мотивы, разработал [эту пирамиду](#). Он сказал, что каждый может двигаться вверх по пирамиде, но все мы начинаем с самого низа и можем только делать по одному шагу за раз. Нам всем нужна еда и безопасное место для сна, например, прежде чем мы сможем сосредоточиться на нашей потребности в отношениях и друзьях.

Его система показывает, почему важно убедиться, что все члены организации получают помощь в базовых вопросах (еда, жилье, безопасность), если они в ней нуждаются. Она также показывает, почему так важно, чтобы ваши собрания проходили в местах, где люди чувствуют себя в безопасности (см. заметки об этом в главе "Рекрутинг" данного пособия). Те из нас, кому никогда не приходилось беспокоиться о таких вещах, как еда и жилье, иногда забывают, что не у всех





есть такие привилегии.

Хорошо, если на всех ваших встречах будет присутствовать информация о продовольственных банках, приютах для бездомных, помощи с жильем и телефонах доверия для людей, сталкивающихся с домашним насилием, психическими заболеваниями, зависимостью или другими потребностями, которые могут возникнуть в вашем сообществе. Указывая на эти ресурсы в начале каждого собрания, вы можете напомнить всем, что они доступны. Полезно держать эти материалы на видном месте, даже если кажется, что никто ими не пользуется. Возможно, люди берут их незаметно.



Мы все склонны чувствовать мотивацию для участия в деятельности, если она связана с вопросом, который волнует нас лично. Но мотивировать целую сеть может быть сложно, если у ее членов разные приоритеты.

Предположим, что некоторые члены вашей группы хотят работать над изменением законов или политики в вашем штате, которые криминализируют предполагаемый или потенциальный контакт или передачу ВИЧ. Другие же просто хотят объединиться в группу поддержки, поделиться личным опытом и оказать взаимную помощь. Как вы выбираете, на чем сосредоточиться? Вы можете:

- Разбейтесь на две отдельные подгруппы, *каждая из которых сосредоточится на своих главных приоритетах*  
Вы можете сформировать отдельные группы по интересам, функционирующие под одним общим сетевым зонтиком. Сложность в этом случае заключается в том, чтобы решить, как разделить ресурсы сети  
Целесообразно с самого начала установить формулу распределения ресурсов и регулярно ее пересматривать - для повышения прозрачности и предотвращения возникновения недовольства тем, как распределяются бюджет, привлечение средств, задачи и время сети.
- Проводите совместные встречи, используя повестку дня, учитывающую интересы каждой группы - *например:*  
Начните встречу с фиксированного времени группы поддержки; затем перейдите к адвокационной части встречи на оставшееся время

Даже если мы интеллектуально согласны с тем, что другие вопросы очень важны, у нас нет мотивации приходить на собрания, которые не посвящены нашим приоритетам. Выяснение приоритетов членов вашей сети и выделение места для них в повестке дня сети - залог высокой посещаемости ваших собраний.

## Как вы общаетесь?

Коммуникация - это великий уравниватель. Все члены сети должны знать, когда запланированы встречи, и слышать о прогрессе сети и предстоящих мероприятиях. Но держать всех членов сети "в курсе дела" может быть непросто. Некоторые методы коммуникации и проблемы, которые следует рассмотреть:

## Электронная почта

*У всех ли есть к нему доступ?*

Члены клуба, не имеющие компьютеров, могут получать электронную почту один или два раза в неделю в публичной библиотеке или в другом месте. Учитывайте это, избегая отправки сообщений



"в последнюю минуту", которые они могут не получить вовремя.





## Смс

У всех ли есть мобильный телефон?

Также имейте в виду, что:

- Некоторые люди вынуждены платить за каждое полученное сообщение; это может стать дорогостоящим удовольствием
- Конфиденциальность может быть под угрозой для членов сообщества, живущих с другими людьми, которые не знают о своем ВИЧ-статусе
- Люди, имеющие проблемы со зрением или испытывающие трудности с набором текста, могут счесть отправку СМС невозможной

## Телефонное дерево

Это старомодный метод, но он может быть полезен для того, чтобы держать всех в курсе событий.

Члены сети, получающие текстовые или электронные новости, могут звонить другим членам сети и передавать им информацию. Просто спросите, предпочитает ли кто-нибудь, чтобы ему звонили с новостями. Если да, попросите добровольцев, готовых сделать такие звонки.

Важно регулярно напоминать членам группы о согласованных формах общения. Люди, которые не очень часто проверяют электронную почту или смс, могут захотеть делать это чаще, если ваша группа общается именно таким образом. Аналогичным образом, людям, которые не отвечают на телефонные звонки по незнакомым номерам, возможно, стоит пересмотреть этот вопрос, если вы используете метод телефонного дерева.

## Как вы выбираете лидеров и принимаете решения?

*"Когда работа лучшего лидера завершена, люди говорят: "Мы сделали это сами".*

*- Лао Цзы, основатель китайской религии даосизма*

Традиционно великих лидеров изображают в виде одиноких провидцев ("статуя на пьедестале"). Однако, возможно, более продуктивно рассматривать таких лидеров как людей, умеющих помочь

### Полезная подсказка: ведение учета

Важно убедиться, что у вас есть система передачи основных записей группы (таких как контактная информация членов), когда члены, использующие эти записи, покидают группу или просто не могут участвовать в ней какое-то время.

Вы можете хранить копии записей вашей группы в защищенных электронных файлах, доступных нескольким ключевым людям, чтобы гарантировать, что, если члены группы уйдут или будут недоступны по какой-либо причине, вы не проиграте:

- Контактная информация членов
- Протоколы собраний (если вы их ведете)
- Банковская информация (если у вас есть групповой банковский счет)



группам договориться о важных долгосрочных целях и затем продолжать двигаться вперед, преодолевая трудности, для достижения этих целей.

Здоровая группа движется вперед вместе, потому что ее члены разделяют видение и хотят реализовать его вместе. Они уважают процессы принятия решений и руководства группой.



Вот лишь несколько способов, с помощью которых волонтерские группы могут принимать решения и выбирать лидеров:

### Безлидерный коллектив

ACT UP (*AIDS Coalition to Unleash Power*) - мощный пример. Сейчас ACT UP насчитывает около 14 активных отделений, но в 1990-х годах их было сотни.

- Каждое отделение ACT UP работает как безлидерный коллектив без оплачиваемого персонала, взносов, президента или совета директоров.
- Финансирование осуществляется исключительно за счет частных пожертвований, без государственных грантов и контрактов
- Координационный комитет каждой главы (к которому каждый может присоединиться в любое время) определяет программу каждого собрания. повестку дня и предлагает фасилитаторов для этого
- На еженедельных общих собраниях принимается (или пересматривается) повестка дня и каждое решение ставится на голосование всеми присутствующими

Члены организации признают, что "собрания могут длиться очень долго и стать... утомительными и разочаровывающими". Но эта структура сознательно избегает передачи полномочий по принятию решений в руки нескольких человек и гарантирует, что все, кто участвует в работе комитетов и общих собраний ACT UP, могут формировать решения группы.

### Более структурированные руководящие роли

Эта модель может быть как жестко контролируемой, как военное подразделение, так и гибкой, как команда руководителей из нескольких человек или система ротации руководителей.

В США группы часто используют Правила порядка Роберта - пошаговое руководство по проведению обычного собрания. Эти шаги включают в себя предложение действия (называемое "внесение предложения"), обсуждение предложения, а затем голосование по принятию решения.

В этих системах большая часть полномочий принадлежит нескольким лидерам в течение заранее оговоренного периода времени (называемого "сроком"). Когда срок полномочий одного из членов заканчивается, другие члены выбираются (часто путем голосования), чтобы занять эти должности.

### Внешнее содействие



*Еще один вариант - пригласить объективного стороннего наблюдателя для проведения встреч.*

В идеале, этот человек будет держать вас в курсе дела, выяснять все точки зрения по обсуждаемому вопросу, побуждать членов группы слушать друг друга и направлять вас к достижению консенсуса (согласия), если это возможно.

Сети ЛЖВ, спонсируемые принимающей организацией, на начальном этапе или со временем могут быть организованы социальным работником или другим сотрудником принимающей группы.

Это может быть полезно на начальном этапе, но может оказаться трудным в долгосрочной перспективе. По мере того, как фасилитаторы узнают членов группы, они, естественно, становятся менее объективными. Однако внешняя фасилитация может быть очень полезной, когда группа выбирает свою организационную структуру или когда возникают сложные конфликты.

### Как вы распределяете власть и разрешаете конфликты?

Несмотря на демократический тон нашей Конституции, культура США включает в себя огромное неравенство, сформированное расой, полом, полом, возрастом, физическими способностями и т.д. Чтобы разделить власть, мы должны просвещать друг друга о том, как это неравенство дает преимущества одним из нас и ставит в невыгодное положение других. Признание и открытый разговор об этом в наших сетях необходим для того, чтобы понять, как сделать работу этих групп максимально справедливой.

#### Разделение власти

Выяснение того, как разделить власть в вашей сети, является частью этой задачи. Ниже приведены несколько советов для начала работы. Их обсуждение (даже если вы не реализуете их все) может помочь вашей группе подумать о том, как распределение власти работает в вашей группе.

*Культура США включает в себя огромное неравенство, сформированное по признаку расы, пола, гендера, возраста, физических способностей и т.д. ...*

*Открытые разговоры об этом в наших сетях необходимы для того, чтобы понять, как*

Постарайтесь заметить и обсудить любые практики в вашей сети, которые автоматически отдают предпочтение людям с наибольшим количеством денег, свободного времени, образования, ресурсов и т.д. (т.е. привилегиям). Обсудите, что вы можете сделать, чтобы исправить этот дисбаланс.

Например:

- ❖ У всех ли есть доступный транспорт, чтобы добираться на собрания? Если нет, можете ли вы организовать совместное использование автомобилей или предоставить



жетоны на автобус/метро?

- ❖ Можете ли вы найти способ обеспечить уход за детьми? Больше женщин смогут присоединиться к вашей сети, если они смогут посещать собрания, не оплачивая уход за детьми.



- ❖ Будете ли вы резюмировать все раздаточные материалы вслух для тех, кто не в состоянии их прочитать?
- ❖ Можете ли вы разрешить друг другу указывать на возникающие предположения, основанные на привилегиях (например, кто-то просит членов клуба внести свой вклад в "мелкие" расходы на сеть, не осознавая, как это может привести к тому, что те, кто не может внести свой вклад, будут чувствовать себя неловко или будут поставлены "в тупик")?
- ❖ Можете ли вы договориться обсудить эти вопросы без чувства стыда или вины?

### *Другие стратегии для устранения потенциального дисбаланса власти:*

- ❖ Предлагайте возможности практического обучения, чтобы поощрять всех членов организации развивать свои лидерские качества. Например, у вас может быть действующий председатель и будущий председатель. Часть работы действующего председателя заключается в обучении нового председателя, который будет руководить организацией после окончания срока полномочий действующего председателя.
- ❖ Установите процедуры, которые поощряют членов комитета примерить на себя новые роли. Могут ли ваши подкомитеты чередовать свои обязанности фасилитаторов? Это позволит каждому члену комитета попрактиковаться в определении повестки дня, ведении дискуссий и отчете о проделанной работе.
- ❖ Создайте анонимный ящик для предложений, в котором люди могут указать проблемы, о которых они не хотят говорить публично (например, "Председатель использует незнакомые мне слова, пожалуйста, разложите их по полочкам" или "Давайте поедим перед началом собрания. Мы лучше слушаем, когда не голодны").

### Предотвращение конфликтов

Чтобы избежать конфликтов, некоторые сети вывешивают в начале каждой встречи список согласованных основных правил или ожиданий относительно поведения. Они могут быть такими простыми, как:

- "Говорите только тогда, когда к вам обращается модератор"
- "Несогласие = хорошо, личные нападки = не хорошо".
- "Не кричать".
- "Никакого позора"



... и другие основные соглашения.

Менее формальные группы (без модератора) могут назначать на каждом собрании "наблюдателя за вибрациями", в обязанности которого входит останавливать разговор и обращать внимание на любой возникающий конфликт, который он замечает. Затем группа может обсудить конфликт до его эскалации.





Некоторые группы могут решить формализовать свои правила, включив в устав (правила, определяющие поведение членов группы) раздел о приемлемом и неприемлемом поведении.

## Разрешение конфликтов

Разрешение конфликтов - еще одна серьезная проблема для сетей. Психолог [Брюс Такман](#) говорит, что добровольные группы обычно проходят четыре фазы в своем развитии:

- Формирование (группа собирается вместе, договаривается о целях и начинает выполнять задания);
- Штурм (члены группы переживают конфликт между собой);
- Нормирование (прохождение через конфликт приводит к большей взаимосвязи как группы); и
- Выполнение (достижение общих целей)

"Бури" - это естественная часть любой группы. Посмотрите [на этом ресурсе несколько хороших советов о том, как справиться с конфликтом](#) в группе.

Если группа не в состоянии разрешить конфликт, вы можете рассмотреть возможность привлечения внешнего фасилитатора для помощи в его разрешении. Подробности см. в разделе "Внешняя фасилитация" выше.

## Как мы можем развивать лидерство и наставничество ЛЖВ?

*Развитие новых лидеров является жизненно важной функцией сетей ЛЖВ.* Наличие разнообразных опытных лидеров помогает сетям расширяться и поддерживать динамику. Новые лидеры также привносят таланты и перспективы, которые делают движение адвокации ЛЖВ сильнее.

Все члены организации заслуживают возможности развивать свои навыки и продвигаться к лидерским позициям в интересующих их областях; лучшие лидеры постоянно способствуют предоставлению таких возможностей другим.

## Формальное обучение лидерству

Это еще один шаг, который может помочь целеустремленным добровольцам с опытом руководства на местах продвинуться вперед. К сожалению, это также может быть дорого и труднодоступно.

Один из вариантов, который можно изучить:

Работаете ли вы с местным Советом по планированию Райана Уайта или другой организацией, которая обязана демонстрировать участие ЛЖВ в своей работе? Предложите им поддержать вас в получении сертификата и соответствующего лидерского тренинга для вашей сети. Некоторые уже [предлагают это](#).



Кроме того, несколько национальных и местных организаций ЛЖВ предлагают обучение лидерству:

- Позитивная женская сеть - США (PWN-USA) проводит двухгодичную конференцию [SPEAK UP!](#)  
[Национальный лидерский саммит](#)



- Институт черного СПИДа [Колледж мобилизации сообщества](#)
- [Институт подготовки лидеров](#) штата Нью-Йорк для [людей, живущих с ВИЧ/СПИДом \(РВА\)](#) (в основном ориентирован на самозащиту перед поставщиками медицинских услуг)
- [Коалиция "Позитивно здоровые"](#), национальная адвокационная коалиция, состоящая из ЛЖВ и союзников
- [Проект "Серо"](#), сеть людей, живущих с ВИЧ, и союзников, борющихся за свободу от стигмы и несправедливости, в партнерстве с Сетью позитивных женщин [раз в два года](#) проводит [конференцию "ВИЧ - не преступление"](#).
- Фонд "Красная дверь" проводит [симпозиум "Спасая себя"](#) - ежегодную конференцию, направленную на обучение, поощрение и расширение возможностей сообщества чернокожих ЛГБТКИ

Если поездки или очные учебные мероприятия представляют собой проблему, обратите внимание на эту [статью со ссылками на несколько онлайн-возможностей повышения квалификации для ЛЖВ](#).

Также обратите внимание на возможности обучения лидерству на конференциях и ежегодных встречах, таких как [AIDS Watch](#) и [Национальная учебная академия "ВИЧ - не преступление"](#).

## Наставничество

Наставничество - это еще один способ развить и укрепить навыки, которые помогут вашим членам продвинуться вперед в вашей сети, а также в других рабочих и социальных условиях.

[В одном из источников](#) говорится, что "наставник может быть образцом для подражания, тренером, советом, голосом разума, эмоциональной поддержкой, консультантом и надежным ресурсом" для людей, развивающих свои навыки в новых областях.

Наставничество и [равная навигация](#) (когда более опытные ЛЖВ помогают людям с недавно установленным диагнозом получить доступ к соответствующему уходу в связи с ВИЧ) были важной

## Полезная подсказка: поиск наставников за пределами ВИЧ- сообщества

Иногда вы можете развить свои навыки и познакомиться с потенциальными наставниками, присоединившись к другим, не связанным с ВИЧ организациям, которые обучают своих волонтеров новым обязанностям.

Например, одна ЛЖВ вступила в такую организацию, ей предложили принять участие в работе комитета, а затем она встретила наставников, готовых помочь ей подготовиться к этой новой роли. Это позволило ей накопить ценный опыт, который она теперь может привнести в сеть ЛЖВ, а также в другие сферы своей жизни.

Этот процесс не только приносит пользу подопечному (человеку, получающему наставничество), но и повышает осведомленность о ВИЧ и необходимости лидерства ЛЖВ в организациях, где эти вопросы обычно не обсуждаются.



частью сетевого взаимодействия ЛЖВ с самого начала эпидемии.



Однако обучение наставничеству вне контекста получения медицинских услуг менее широко поддерживается и доступно.

В презентации Объединенной организации по СПИДу "[Сила позитивных голосов](#)" представлен хороший обзор того, как наставничество развивает потенциал членов сети ЛЖВ для совместной и индивидуальной адвокации всех наших потребностей и прав в медицинских учреждениях и за их пределами.

Фракция ЛЖВ США (также известная как Фракция ВИЧ) выступает единым голосом для людей, живущих с ВИЧ в США. Она предоставляет возможности как отдельным ЛЖВ, так и сетям ЛЖВ для развития навыков адвокации. Критерии для вступления в Координационный совет и Руководящий комитет Фракции указаны на [сайте](#).

### Избранные ссылки

ACT UP Нью-Йорк, "[Как открыть отделение ACT UP](#)"  
([http://www.actupny.org/documents/start\\_chapter.html](http://www.actupny.org/documents/start_chapter.html)).

Advocates for Youth, "[Building Networks: Сотрудничество для образования сообщества и адвокации](#)" (<http://www.advocatesforyouth.org/publications/371-chapter-3-building-networks-collaborating-for-community-education-and-advocacy>)

Chron.com, "[Правила проведения деловых встреч некоммерческих организаций](#)"  
(<http://smallbusiness.chron.com/nonprofit-organization-business-meeting-rules-21608.html>)

TheBody.com, "[Поскольку раса и привилегии занимают центральное место в ВИЧ-сообществе, призыв к слушанию и союзничеству](#)" (<http://www.thebody.com/content/77740/as-race-and-privilege-take-center-stage-in-hiv-com.html>)

TheBody.com, "[5 способов борьбы с ВИЧ-стигмой путем развития навыков в Интернете](#)"  
(<http://www.thebody.com/content/77534/5-ways-to-fight-hiv-stigma-by-building-your-skills.html>)

MentorCity, "[Что делает наставник?](#)" (<https://www.mentorcity.com/en/what-does-a-mentor-do>)

AIDS United, "[Сила позитивных голосов](#)" (<http://www.aidsunited.org/webinars/the-power-of-positive-voices>)

## ФАНДРАЙЗИНГ

---

Из 71 американской сети ЛЖВ, *опрошенной* SERO, 82% заявили, что недостаток финансирования является главным препятствием, мешающим им вести адвокационную работу, которую они хотели бы проводить.

В этой главе обсуждаются различные способы привлечения денег сетями, и указываются вопросы, которые необходимо учитывать при принятии решения о том, какие стратегии использовать. В ней также указаны онлайн-источники для получения дополнительной информации о них.

Сети ЛЖВ сталкиваются с некоторыми уникальными проблемами, включая:

- Стигма ВИЧ, добавленная ко всем вашим местным "-измам", касающимся расы, класса, пола/гендера и т.д.
- Многие спонсоры не дают средств на спорные цели и, к сожалению, до сих пор считают открытое обсуждение ВИЧ "спорным".  
Например, корпоративным и общественным донорам (гражданским и религиозным группам, филантропическим клубам и т.д.) может быть удобнее пожертвовать новое оборудование для детской площадки (которое хорошо видно и в котором участвуют симпатичные дети), чем финансировать ежемесячные обеденные встречи сети ЛЖВ.
- Многие спонсоры предоставляют средства только тем группам, которые профессионально укомплектованы и зарегистрированы в налоговой службе как юридические лица. Многие сети ЛЖВ, особенно те, которые только начинают свою деятельность, еще не находятся в таком положении или могут предпочесть остаться некорпоративными.
- Прогрессивные финансисты (те, которые, скорее всего, будут поддерживать ЛЖВ), к сожалению, часто не финансируют основные операционные расходы организации, такие как аренда, расходные материалы, стипендии или зарплаты и т.д.  
Вместо этого они предпочитают финансировать конкретные, ограниченные по времени проекты, которые дают определенные результаты (материальные продукты, такие как отчет или семинар).  
[Inside Philanthropy](#) пишет, что консервативные некоммерческие группы, как правило, "более эффективны, потому что они получают много операционных грантов, в то время как либеральные группы не так эффективны, потому что многие их гранты привязаны к конкретным программам".

*Все это не означает, что вы не сможете привлечь деньги.* Это лишь означает, что прежде чем обращаться к людям с просьбой о деньгах, следует выяснить, какие проекты потенциальный спонсор уже финансировал в прошлом, и реалистично оценить, кто является вашим лучшим



кандидатом. В противном случае вы можете потерять много времени и усилий.

Каков [официальный налоговый статус](#) вашей сети ЛЖВ? Есть ли он у вас?

Где и как вы можете привлечь деньги, в значительной степени зависит от этого.



Вы:

Небольшая, неформальная группа, которая собирается на месте или в Интернете, не имеющая официального налогового статуса или регистрации?

Работаете под эгидой некоммерческой организации или учреждения, имеющего статус освобожденного от налогов?

Уже зарегистрирована как некоммерческая организация, освобожденная от уплаты налогов?

Вы можете принимать взносы от частных лиц или местных организаций:

- Скорее всего, это будут относительно небольшие суммы, поскольку такие пожертвования не подлежат налоговому вычету для доноров
- Увеличивается, если вы много собираете (публичное размещение, участие в специальных мероприятиях,

розыгрышах и т.д.).

- Убедитесь, что каждый донор знает, что вы не освобождены от налогов

Ваш адвокат или бухгалтер будет знать:

- Как это влияет на ваши усилия по сбору средств
- Как лучше объяснить это потенциальным донорам



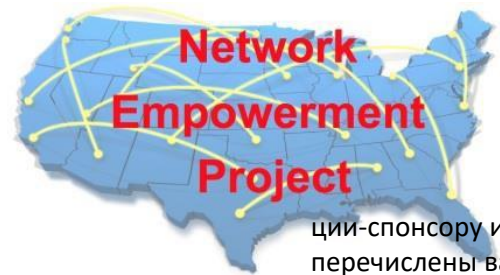


Ваша группа может получить гранты или пожертвования:

- Требуется получить согласие зарегистрированной организации

спонсировать вас

- Пожертвования могут быть сделаны вашей организа



ции-спонсору и затем перечислены вам

- В таких соглашениях спонсор часто оставляет себе процент на административные расходы

*Для получения блок-схемы с еще более подробной информацией о налоговом статусе для различных типов групп, [перейдите по этой ссылке](#).*



Также можно искать и привлекать организацию-финансового спонсора, если у вас ее еще нет. Более подробную информацию о том, как это сделать, можно найти [здесь](#).

[Федеральные правила](#) также определяют виды и объемы пропагандистской работы, которую разрешено проводить организациям, освобожденным от уплаты налогов. Если ваша сеть занимается адвокацией, поговорите об этом с вашим спонсором и убедитесь, что вы оба согласны с тем, что вы будете делать и чего *не* будете делать. Миф о том, что освобожденные от налогов организации не могут заниматься адвокацией или лоббированием, не соответствует действительности!

Но существуют правовые ограничения.

### С кем мы можем сотрудничать?

Чтобы начать свою деятельность и выжить в 1980-х и 90-х годах, организациям, связанным с ВИЧ, приходилось очень творчески подходить к созданию партнерств и сбору средств. К числу суперзвезд этой волны креативности относятся:

- [Прогулки против СПИДа](#), начатые в 1985 году и теперь ежегодно проходящие в десятках городов
- [Dining Out for Life](#), начатая в 1991 году. В 2015 году сотни ресторанов в 53 городах приняли участие в акции Dining Out for Life
- AIDS Rides, ежегодные акции по сбору средств в нескольких городах и дочерняя организация, [Positive Pedalers](#)

Если в вашем регионе проводятся такие или подобные мероприятия по сбору средств, а ваша сеть не участвует в них, узнайте, можете ли вы присоединиться. Средства, собранные в ходе таких мероприятий, обычно распределяются между партнерами, участвующими в них.

Активисты борьбы с ВИЧ/СПИДом также создали множество небольших местных партнерств для сбора денег. Мы связываемся со всеми видами конгрегаций, школ, колледжей, предприятий, больниц, общественных организаций и других правозащитных групп, чтобы организовать совместные [автомойки](#), [лотереи](#), [вечера бинго](#), [общественные концерты](#), [театральные мероприятия](#), [показы мод](#), продажу ювелирных изделий (см. боковую панель) и всевозможные другие стратегии сбора средств.

Распространенность стигмы в отношении ВИЧ иногда затрудняет

*Стоит отметить:*

[BeadForLife](#)

[BeadForLife](#),

некоммерческая организация, основанная в Уганде, продает доступные ювелирные изделия и поделки, сделанные африканскими женщинами, живущими с ВИЧ. Аффилированные группы в других странах продают эти изделия, оставляя себе часть выручки и отправляя часть обратно в [BeadForLife](#).

Ваша сеть может рассмотреть возможность продажи изделий [BeadForLife](#), возможно, в партнерстве с местной религиозной группой или школой. Это поможет вам собрать деньги и работать в партнерстве с союзниками - и в то же время поможет вам принять ваше

пульс города по вопросам ВИЧ, пообщавшись с вашими



установление контактов с новыми партнерами. Но - помимо сбора денег - демонстрация вашей сети ЛЖВ на подобных общественных мероприятиях помогает избавиться от стигмы, поскольку позволяет другим группам узнать ЛЖВ как реальных людей. *Журнал Grassroots Fundraising Journal* - это еще одно место, куда можно обратиться за информацией о расширении ресурсов вашей сети.



### Где есть деньги, за которыми мы можем пойти?

Если ваша группа спонсируется более крупной организацией (категория "синих" выше), логично начать с обращения к спонсору. Попросите о встрече с человеком, отвечающим за сбор средств для вашего спонсора, чтобы обсудить возможные источники финансирования.

Если вы уже зарегистрированы как организация, освобожденная от уплаты налогов ("зеленая" категория), то, скорее всего, у вас есть опыт сбора средств или сотрудники, обладающие соответствующими знаниями.

Если вы относитесь к "красной" категории - более неформальной группе с точки зрения налогообложения, - хорошей идеей будет составить карту организаций, которых можно убедить дать вашей сети деньги или другие товары или услуги.

Сначала проведите мозговой штурм, а затем посмотрите на свой список реалистично.

### Отдельные лица и семьи

*Кого вы знаете, и какими ресурсами они располагают?* (не только деньги; см. раздел

"Натурой" ниже) Есть ли в вашем сообществе обеспеченные люди или семьи, затронутые ВИЧ?

- Если да, то есть ли у кого-нибудь из вашей группы связи, через которые можно к ним обратиться?
- Не могли бы вы попросить их сделать пожертвование в память о ком-то?
- Или подарок в честь дня рождения или знаменательной даты близкого человека, живущего с ВИЧ?
- Или вы можете рассмотреть возможность создания списка "Ангелов" - благотворителей, которые ежегодно делают взносы в вашу организацию?
- Не требуя взносов, вы можете сообщить донорам, что их имена появятся в этом списке (который будет печататься во всех ваших изданиях), если они пожертвуют определенную сумму в год на нужды вашей сети.

Даже если у вас есть личные связи, попросить кого-то дать вам денег довольно сложно.

Некоторые советы и техники, которые можно применить на практике, если вы обращаетесь с просьбой лично, можно найти [здесь](#).

Возможно, вы решите отправить письма с просьбой о пожертвованиях. Шаблон и некоторые советы по написанию таких писем [можно найти здесь](#). Если пожертвования не подлежат налоговому вычету, уточните это.

### Корпорации и предприятия

Вот несколько советов, как обращаться к предприятиям за пожертвованиями:

- Покажите лидерам бизнеса, как поддержка вашей сети будет признана и оценена по достоинству



- Как вы собираетесь рекламировать эту связь? Разместите ли вы их логотип на некоторых своих материалах? Баннер или возможность быть отмеченным на каком-либо мероприятии? Письмо редактору в местной газете с благодарностью? Официальный сертификат, подтверждающий их поддержку?
- Покажите им, как ваша поддержка поможет им выглядеть "хорошими парнями". Это называется "продать им" поддержку вашей группы. Советы по продаже бизнеса можно найти [здесь](#).
- Попросите о пожертвованиях в натуральной форме (более подробная информация в разделе "В натуральной форме" ниже)
- Ряд крупных национальных сетевых компаний (таких как Walmart, Wells Fargo, McDonald's и другие национальные розничные сети, банки и рестораны) имеют местные программы грантов на общественную работу. Узнайте у руководства местных отделений этих и других компаний об их грантовых программах и, если применимо, о том, как подать заявку.

## Благотворительные организации, фонды, государственные гранты

Некоммерческие организации получают большую часть своих средств из этих источников. Как отмечалось выше, вы не сможете обратиться к ним, если только ваша сеть или ваш спонсор сети зарегистрирован в IRS как некоммерческая организация.

На сайте [Idealist.org](http://Idealist.org) есть [хороший обзор](#) видов сбора средств, которыми могут заниматься зарегистрированные организации - от поиска грантов до крупных пожертвований от богатых доноров, кампаний по сбору капитала, телемаркетинга и т. д. Бесплатный список фондов также доступен в [Центре фондов](#).

Только начинаете? Поговорите со специалистами, которые знают вашу сеть ЛЖВ, например, с юристом, который зарегистрировал вас как некоммерческую организацию, или со специалистами по сбору средств вашей организации-спонсора. [Проект SERO "Расширение возможностей сети"](#) собирает "банк навыков" профессионалов (юристов, тренеров, бухгалтеров и, возможно, специалистов по сбору средств), которые жертвуют консультационное время. При необходимости они могут дать вам некоторые рекомендации для

*Стоит обратить внимание: Взносы или отсутствие взносов?*

Сети ЛЖВ редко собирают членские взносы, отчасти потому, что многие члены могут быть стеснены в средствах. Для сетей, рассматривающих возможность создания структуры членских взносов, [этот отчет Юридического проекта Сильвии Ривера \(SRLP\)](#) может быть полезным ресурсом. SRLP и партнеры опросили многие низовые группы об их опыте сбора средств.

Организация правосудия для иммигрантов в Нью-Йорке имеет низкую стоимость годового членства, которую они отменяют для тех, кто не может себе этого позволить; но 99% членов платят. По словам организаторов, это способствовало развитию чувства приверженности.

Группа ЛГБТКИ по всему Югу собирает взносы по скользящей шкале, но испытывает трудности с

начала работы.

Оформление заявок на получение грантов и государственного финансирования - сложная задача. Если вы не занимались этим раньше, разумнее всего начать с сотрудничества с кем-то, кто этим занимался.



В натуральной форме: Что еще мы можем попросить кроме денег (или в дополнение к ним)?

Наличные деньги - это прекрасно, но и безналичные пожертвования могут быть очень полезны для вашей сети. Пожертвованные материальные товары или услуги называются "натуральными" пожертвованиями. Их можно запросить у корпораций, других организаций, общественных групп или даже у частных лиц.

Как отмечает [Grantspace](#), вы можете обратиться к корпорациям с просьбой:

- Товары, такие как
  - Компьютеры
  - Программное обеспечение
  - Мебель
  - Офисное оборудование;
- Такие услуги, как
  - Конференц-зал
  - Административная/финансовая поддержка
  - Услуги фотокопирования и почтовые услуги; и/или
- Экспертиза, в виде
  - Юридические, налоговые или деловые консультации
  - Стратегическое планирование
  - Маркетинг и разработка веб-сайтов

Вы уже получаете некоторую поддержку в натуральной форме, если местная церковь/храм/мечеть/дом собраний разрешает вашей группе проводить встречи в своем общественном зале. Посмотрите [здесь](#) идеи о широком спектре других натуральных льгот, о которых вы можете попросить.

Например, вы можете спросить:

- ❖ Бизнес или агентство для небольшого офисного пространства - может быть, просто свободный стол, который могли бы использовать члены вашей сети, адрес, по которому вы можете получать сетевую почту, и место для хранения бумажных документов вашей сети?
- ❖ Местный магазин канцелярских товаров или копировальный салон для приобретения расходных материалов и/или бесплатного времени для ксерокопирования?
- ❖ Ногтевые салоны, парикмахерские, кофейни и другие малые предприятия за купоны на бесплатные услуги (стрижка, латте), которые вы раздаете в качестве стимула для



привлечения людей на встречи?





- ❖ Кондитерские или косметические компании - или аптеки - за коробки маленьких леденцов, бальзамов для губ, тюбиков лосьона для рук и т.д., чтобы использовать их в качестве "бесплатных подарков" для привлечения людей, когда вы занимаетесь просветительской деятельностью?

Возможно, вы хотите поехать в столицу своего штата на день лоббирования. Вы можете покрыть все расходы на этот день, если:

- ❖ Местный бизнес оплачивает футболки (они получают возможность разместить на них свой логотип наряду с вашим)
- ❖ Обеды в пакетах поставляются из одного магазина сэндвичей, а сок и газировка - из другого.
- ❖ Ксероксная мастерская согласна скопировать материалы и раздаточные материалы, которые вам понадобятся
- ❖ религиозная группа, клуб или другая организация согласна оплатить автобус, чтобы доставить вас туда и обратно

СУПЕР-важно при любом виде взноса, и особенно при пожертвованиях в натуральной форме:

- Ведите четкие и хорошо организованные рабочие листы, в которых отслеживается вклад каждого человека, организации или компании
  - Отметьте даты и стоимость в долларах, если это был вклад в натуральной форме
- Благодарите всех, кто вносит свой вклад, своевременно и в письменном виде (а также лично, если это возможно)

Это *очень важно*, потому что:

- Вы хотите, чтобы ваши доноры чувствовали, что их ценят и признают, и тогда они будут давать вам снова.
- Вы хотите, чтобы вас знали как ответственную, благодарную группу, которая нравится обществу.
- Эта информация нужна вам для составления годовых финансовых отчетов и подачи заявок на будущие гранты

Финансирующие организации иногда требуют, чтобы группы собирали "соответствующие



средства" (например, "мы дадим вам \$5 000, если вы сможете доказать, что собрали \$5 000 самостоятельно"). Обычно пожертвования в натуральной форме можно засчитать как деньги, которые вы собрали, но ТОЛЬКО если у вас есть четкие документы о том, что вы получили, когда, от кого и сколько это стоило.

Лучше всего *не* преувеличивать стоимость пожертвования - пусть она будет равна той, которую бы вы получили, если бы заплатили за все, что было пожертвовано. Эти записи также говорят спонсору, что ваша группа подотчетна, пользуется уважением и имеет поддержку в обществе.



Очень хорошей идеей является использование этой конкретной формулы для благодарственных писем донорам в натуральной форме, поскольку это может позволить им включить пожертвования в свои налоговые декларации.

### *Стоит обратить внимание: Не забывайте о стипендиях!*

Вы можете повышать квалификацию своих членов, не истощая средства группы, путем получения стипендий на участие в конференциях и тренингах. Некоторые ежегодные мероприятия включают:

**AIDS Watch:** Проводится в Вашингтоне, округ Колумбия, и является "крупнейшим ежегодным национальным мероприятием по адвокации ВИЧ/СПИДа на основе избирателей". Участники проходят обучение по адвокации и посещают членов Конгресса в их офисах в Вашингтоне. Вы можете подать заявку на получение стипендий на проезд и проживание в гостинице.

**Национальная учебная академия "ВИЧ - не преступление":** "Обучение навыкам, с акцентом на организацию низовых организаций, адвокатию, создание коалиций и планирование кампаний". Стипендии предоставляются на трех уровнях. Полные стипендии включают регистрацию, проживание и проезд.

**Конференция "Позитивная жизнь":** Проводится в Форт-Уолтон-Бич, в штате Флорида Панхэнгл, с 1997 года и является крупнейшим ежегодным собранием ЛЖВ в США. ЛЖВ платят стипендию в размере 100 долларов США за все питание, семинары, социальные мероприятия и проживание на пляже в течение всей конференции.

**Конференция США по СПИДУ:** проводится ежегодно в разных городах США. Стипендии обычно покрывают регистрацию, проживание в гостинице во время конференции и 100 долларов США на дорожные расходы.

### Избранные ссылки

Inside Philanthropy, "[Возможность привлечения средств на адвокационную деятельность](http://philanthropyjournal.blogspot.com/2012/03/fundraising-opportunity-for-advocacy.html)" (http://philanthropyjournal.blogspot.com/2012/03/fundraising-opportunity-for-advocacy.html)

Jacobson Jarvis & Co. PLLC, "[Что необходимо знать некоммерческим организациям о соблюдении налогового законодательства](https://www.sos.wa.gov/_assets/charities/What%20Not-for-profits%20Need%20to%20Know%20About%20Tax%20Compliance%20Jacobson%20Jarvis%20(2).pdf)" (PDF) (https://www.sos.wa.gov/\_assets/charities/What%20Not-for-profits%20Need%20to%20Know%20About%20Tax%20Compliance%20Jacobson%20Jarvis%20(2).pdf)

Ассоциация некоммерческих организаций штата Орегон, "[Финансовое спонсорство](https://www.nonprofitoregon.org/helpline_resources/tools_information/faqs/fiscal_sponsorship)" (https://www.nonprofitoregon.org/helpline\_resources/tools\_information/faqs/fiscal\_sponsorship)

Независимый сектор, "[Руководство по лоббированию для общественных благотворительных организаций](https://www.independentsector.org/resource/lobbying-guidelines-for-public-charities/)" (https://www.independentsector.org/resource/lobbying-guidelines-for-public-charities/).

Nonprofit Hub, "[7 советов по обращению за пожертвованиями - это пугает, мы это](#)



понимаем" (<http://nonprofithub.org/fundraising/7-tips-on-asking-for-donations-its-intimidating-we-get-it/>)

Qgiv, "Стандартный шаблон запроса на пожертвование" (<https://www.qgiv.com/blog/fundraising-letter-templates/#standard>)



DonorDrive, "[За пределами спонсорства: Лучший подход к корпоративному финансированию некоммерческих организаций](http://www.donordrive.com/blog/beyond-sponsorship-a-better-approach-to-corporate-funding-for-nonprofits/)" (http://www.donordrive.com/blog/beyond-sponsorship-a-better-approach-to-corporate-funding-for-nonprofits/)

Idealist.org, "[Введение в развитие и фандрайзинг - Типы фандрайзинга](http://www.idealist.org/info/Nonprofits/Dev1#types)" (http://www.idealist.org/info/Nonprofits/Dev1#types)

Центр фондов, "[Найти финансирование](http://www.foundationcenter.org/findfunders/)" (http://www.foundationcenter.org/findfunders/)

[Справочник Национального марша против СПИДа](http://www.aidswalk.org/) (http://www.aidswalk.org/)

Dining Out for Life, "[Measures of Success](http://www.diningoutforlife.com/about/measures_of_success/)" (http://www.diningoutforlife.com/about/measures\_of\_success/)

[Позитивные педалисты](http://www.pospeds.org/) (http://www.pospeds.org)

Lowcountry AIDS Services, "[Солнечный день для благотворительной автомойки](http://www.aids-services.com/news/sunny-day-for-charity-car-wash/)" (http://www.aids-services.com/news/sunny-day-for-charity-car-wash/)

Фонд СПИДа Южной Аризоны, "[2016 Jim Click Mustang Raffle](http://saaf.org/ways-to-support/2015-jim-click-mustang-raffle/)" (http://saaf.org/ways-to-support/2015-jim-click-mustang-raffle/)

СПИД Фонд Филадельфия, "[ГейБИНГО!](http://www.aidsfundphilly.org/events/gaybingo/)" (http://www.aidsfundphilly.org/events/gaybingo)

Grantspace KnowledgeBase, "[Как найти источники натуральных подарков?](http://grantspace.org/tools/knowledge-base/Funding-Resources/Corporations/in-kind-gifts/)" (http://grantspace.org/tools/knowledge-base/Funding-Resources/Corporations/in-kind-gifts)

Инструментарий для сообществ, "[Раздел 11. Привлечение пожертвований и натуральной поддержки](http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/sustain/long-term-sustainability/solicit-contributions/main)" (http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/sustain/long-term-sustainability/solicit-contributions/main).

Raise-Funds, "[In-Kind Gifts: Как признавать и распознавать их](http://www.raise-funds.com/2008/in-kind-gifts-how-to-acknowledge-and-recognize-them/)" (http://www.raise-funds.com/2008/in-kind-gifts-how-to-acknowledge-and-recognize-them/)

AIDS United, "[AIDS Watch](http://www.aidsunited.org/Policy-0024-Advocacy/AIDSWatch.aspx)" (http://www.aidsunited.org/Policy-0024-Advocacy/AIDSWatch.aspx)

[Национальная учебная академия "ВИЧ - не преступление"](http://www.hivisnotacrime.com) (http://www.hivisnotacrime.com)

Конференция США по СПИДу, "[Стипендии](http://www.2017usca.org/scholarships)" (http://www.2017usca.org/scholarships)



## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕТИ ЧЕРЕЗ СОТРУДНИЧЕСТВО

---

*В этой главе рассматривается, как сети ЛЖВ строят внешние отношения с другими организациями и привлекают союзников, которые будут сотрудничать с вами, работая над общей целью.*

*Построение отношений - это также способ помочь лицам, ответственным за формирование государственной политики, финансистам и СМИ понять, кто является вашей сетью, что она делает и почему это важно. Большинство стратегий для успешного выполнения этой задачи вытекают из правил, которые мы выучили в детстве, - "хорошо играть с другими". Они по-прежнему актуальны!*

Очевидно, что то, как вы будете создавать внешнее присутствие, во многом зависит от того, где вы находитесь. Центр действий - группа адвокации в рамках организации GMHC (Gay Men's Health Crisis) в Нью-Йорке - сталкивается с иными проблемами, чем организация Brave New Day, расположенная в Миссисипи, сельские члены которой настолько ограничены стигмой ВИЧ, что некоторые из них могут посещать собрания лишь раз в год.

В этой главе представлены подходы к созданию сетей, которые могут быть адаптированы и использованы большинством сетей. Основное внимание уделяется сотрудничеству с союзниками на местном уровне и на уровне штата, поскольку, как бывший спикер парламента США, в этой главе рассматриваются следующие вопросы

Член Палаты представителей Конгресса США Тип О'Нил однажды сказал: "Вся политика - местная". Когда вы пытаетесь что-то изменить в своем штате или сообществе, вашими самыми сильными союзниками, скорее всего, будут уважаемые люди и организации на уровне штата и на местном уровне.

Несколько национальных организаций также могут быть очень полезными союзниками, включая US PLHIV Caucus, [Sero Project](#), Positive Women's Network - USA, HIV Prevention Justice Alliance, [AIDS United](#) и другие. Эти более крупные группы могут помочь в освещении ваших адвокационных инициатив, предоставить предложения по стратегии и..., Иногда они могут подсказать вам, как получить финансирование для своей работы. Безусловно, полезно следить за их рассылками и вступать с ними в контакт.

### Составление карты текущих и возможных новых союзников

Большинство сетей ЛЖВ уже имеют или могут установить отношения по крайней мере с несколькими внешними организациями, включая:



- Ваш местный Совет по планированию Райана Уайта (или его Общественный консультативный совет)
- Офисы по ВИЧ/СПИДу в департаментах здравоохранения вашего штата и округа
- Местные общественные организации (ОО), предоставляющие услуги по ведению случая или другие услуги
- ВИЧ/СПИД-сервисные организации (НАСО) и другие медицинские учреждения, услугами которых пользуются ваши члены



- Колледжи и университеты
- Места проведения клинических исследований
- Организации, занимающиеся вопросами ЛГБТКИ
- Организации, работающие над другими гражданскими свободами и вопросами расовой, гендерной и экономической справедливости
- Соседские и общественные активисты
- Местные религиозные лидеры и организации

Вероятно, вы уже знаете, чего ожидать от некоторых или всех этих организаций. Как же вам поступить, если вы хотите взяться за проект, требующий большей внешней поддержки, чем вы получали от них в прошлом? Если вашим главным препятствием является нехватка ресурсов, то это, скорее всего, проблема привлечения средств (см. главу "Привлечение средств").

Если речь идет об адвокации (вам нужно изменить общественную политику или мнение), вы, возможно, захотите подойти к этому вопросу как к задаче взаимодействия с общественностью. Если вы сможете привлечь партнеров из этого списка, которые разделяют вашу цель, вы сможете придумать, как работать вместе, чтобы ее реализовать. Если все получится, этот успех будет иметь дополнительное преимущество - вам будет легче привлечь их к будущей совместной работе. Успех порождает доверие и уверенность между партнерами.

## Создание эффективных альянсов с другими группами

*Вот несколько основных правил:*

- ❖ Каждый должен извлечь из этого какую-то пользу
- ❖ Каждый имеет право голоса в том, что мы делаем вместе. Никто не должен пытаться взять на себя управление и контролировать процесс
- ❖ Мы не обязаны соглашаться во всем - только в том, как двигаться дальше в этом проекте. В разговоре всегда можно уважительно не соглашаться друг с другом, а затем вернуться к теме, по которой вы согласны и сотрудничаете.

В исследовании, посвященном созданию эффективных партнерств между активистами и исследователями, приводится ряд дополнительных характеристик, которые важны для создания альянсов в целом, включая:

- ❖ Необходимо рассматривать каждую сторону как имеющую свой вклад





- ❖ Люди демонстрируют свою приверженность сотрудничеству, посещая важные встречи и придерживаясь графика
- ❖ Четкие цели и гармоничные повестки дня имеют важное значение

## Тематическое исследование

Это лишь один пример, иллюстрирующий, как вы можете найти и привлечь соавторов:

<b>Задача:</b>	<b>Ваша сеть ЛЖВ хочет добиться от законодательного органа штата увеличения бюджета для вашего ADAP штата.</b>
<b>Шаг 1:</b> <b>ищете союзников</b>	Составьте список организаций, которые имеют хорошие возможности и, возможно, готовы вместе с вами отстаивать эту идею. На ум сразу же приходят местные HASO и другие группы, связанные с ВИЧ в вашем регионе. Что делать, если они не заинтересованы в сотрудничестве с вами или в прошлом мало занимались подобными вопросами?
<b>Шаг 2:</b> <b>установление контактов</b>	Все же стоит встретиться с ними, чтобы обсудить этот вопрос. Предложите посетить их офис или пригласить их на кофе. Обсудите этот вопрос и расскажите о том, как он связан с наилучшими интересами их клиентов. Попросите их предложить других потенциальных партнеров, которые могут быть заинтересованы. Это может привести к тому, что они познакомят вас с новыми ценными союзниками. Предложите им следить за ходом вашей правозащитной деятельности, на случай если они захотят присоединиться к вам позже. По возможности, никогда не закрывайте дверь для потенциальных союзников.
<b>Шаг 3:</b> <b>придумывать новых потенциальных союзников</b>	Поищите другие организации или влиятельных людей, которые также обращают внимание на государственное финансирование программ здравоохранения. Возможно ли наладить с ними партнерские отношения и выработать позицию по защите интересов, которая учитывала бы как их потребности, так и потребности вашей сети? Возможно, вам захочется провести <b>мозговой штурм</b> , чтобы составить список других групп, к которым вы могли бы обратиться. Мозговой штурм - это упражнение, в котором вы не ограничиваете себя - поэтому предлагайте все возможные идеи, которые приходят вам в голову! После этого решите, какие из них вы хотите продолжить.



<p><b>Шаг 4:</b></p> <p><b>выяснить, как представить его</b></p>	<p>Помните правило, описанное выше: "Каждый должен что-то получить от этого"? Спросите себя, какие группы из тех, что вы выбрали для мозгового штурма, могли бы реально продвинуть свои цели, сотрудничая с вами.</p> <p>Решите, как вы представите эту возможность в разговоре с ними. Для этого конкретного примера, при изучении конкретных примеров, вы можете использовать эти пункты при общении с потенциальными партнерами:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Местное онкологическое общество</i> - "высокие цены на лекарства являются <b>большой проблемой как для ЛЖВ, так и для людей с раком</b>. Можете ли вы поддержать нас по программе ADAP, если мы поддержим вас по законодательству о финансировании онкологических заболеваний?"</li> <li>• <i>Группы по защите прав инвалидов</i> - "ЛЖВ классифицируются как <b>инвалиды</b>. Можете ли вы поддержать нас по ADAP, если мы поддержим вас по другому вопросу прав инвалидов?"</li> <li>• <i>Группы по защите гражданских прав</i> - "<b>ACLU поддерживает</b> наше право на конфиденциальный доступ к лекарствам. ADAP является важной частью этого. Поможете ли вы с ADAP, если мы поможем вам с другим законопроектом о гражданских правах?"</li> <li>• <i>Группы по гепатиту С (гепатиту С)</i> - "люди часто являются <b>ко-инфицированными ВИЧ и гепатитом С</b> - будете ли вы защищать интересы этих членов, присоединившись к нам в ADAP?"</li> <li>• <i>Ассоциации врачей, медсестер, студентов-медиков</i> - "Американская ассоциация студентов-медиков (<b>AMSA</b>) регулярно выступает за финансирование борьбы с ВИЧ/СПИДом на национальном уровне. Может ли ваше местное отделение поддержать это на местном уровне?"</li> </ul>
<p><b>Шаг 5:</b></p> <p><b>привлечь других новых сторонники</b></p>	<p>Другие союзники могут быть готовы поддержать вас публично, не получая взамен никаких подразумеваемых или явных выгод. Поскольку их поддержка может помочь усилить вашу адвокацию, важно также обратиться к ним. К ним можно отнести:</p> <p>Популярный обозреватель местной газеты, который, если его попросят, может написать колонку о вашем вопросе</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Представители духовенства или научные эксперты, которые могли бы подписать письма в редакцию или письма законодателям вашего штата по этому вопросу</li> <li>• Местные выборные должностные лица, которые могут общаться с другими законодателями</li> <li>• Национальные адвокационные организации, поддерживающие вопросы ЛЖВ</li> </ul>



Большинство из нас общается с членами своей семьи иначе, чем с коллегами по работе. Поскольку мы обычно менее близки с людьми, с которыми работаем, мы склонны быть немного более вежливыми и осторожными в общении с ними.

Аналогичным образом, полезно проявлять осторожность при построении отношений сотрудничества между организациями.

особенно когда новые партнеры учатся доверять друг другу.



Имеет смысл тщательно продумать, какой человек в вашей сети лучше всего подходит на роль ведущего представителя в той или иной коалиции или альянсе. Это может быть не тот же человек, который возглавляет внутренние встречи вашей сети (это скорее "семейная" обстановка). Это также можете быть не вы - потому что вопросы адвокации касаются не только нас самих. Ваша группа выбирает человека на роль своего посла - ответственного за то, чтобы внимательно выслушать интересы и проблемы вашего потенциального союзника, задать вопросы, чтобы узнать больше о его приоритетах, и изучить возможности сотрудничества, которое может принести пользу обеим группам.

Помните, что ваши потенциальные союзники, скорее всего, и так перегружены работой и недофинансированы. По этой причине они с большей вероятностью примут участие, если план совместной работы как можно меньше увеличит их рабочую нагрузку. Они также, скорее всего, будут более открыты, если в результате совместной работы они смогут добиться успехов, о которых смогут сообщить своим советам директоров и спонсорам.

Даже если потенциальный союзник не примет ваше предложение, важно произвести хорошее впечатление и оставить дверь открытой для будущего сотрудничества. Вы можете спросить: "Как вы думаете, с кем еще мне стоит поговорить об этом?", а если они сделают предложение, спросите: "Ничего, если я скажу, что вы мне их посоветовали?". Большинство людей любят, когда к ним обращаются за советом.

Также полезно поддерживать периодические контакты с организациями, которые отклонили предложение о сотрудничестве. Их отношение к сотрудничеству может измениться после того, как вы добьетесь успеха, и ваши организационные интересы могут совпасть с их интересами в будущем.

## Построение справедливых и подотчетных внешних отношений

Когда две или более организаций сотрудничают, доверие к каждой из них (в том числе со стороны финансирующих организаций) в определенной степени находится под угрозой. Большинство организаций проявляют осторожность в том, когда и как они выражают свою солидарность с другими организациями, особенно когда речь идет о таких спорных вопросах, как ВИЧ.

Если партнер по адвокации вдруг публично скажет или сделает что-то, с чем вы не согласны, это может негативно сказаться на репутации вашей группы. Понимая это, вполне логично, что ваши новые партнеры по сотрудничеству могут испытывать те же опасения в отношении вас!

Вы можете уменьшить эти опасения, если с самого начала будете ответственны и позитивно настроены по отношению к своим новым партнерам. Это означает:

- Выполнение всех обязательств, которые вы берете друг перед другом (включая посещение собраний, соблюдение сроков и т.д.)
- Хорошо отзывайтесь о своих партнерах



- Предложение обсудить сотрудничество с их советами директоров, если это будет полезно

Будьте хорошим партнером, но будьте подлинным.



## Партнерские встречи: Подготовка, проведение, последующие действия

Разумно - особенно в новых партнерствах - готовить письменную повестку дня перед каждой встречей и составлять резюме, которое вы распространяете после, четко перечисляя "шаги действий", согласованные на встрече.

Да, это требует большей работы, чем просто неформальное общение с партнерами и устные договоренности. Однако это окупается тем, что позволяет вам избежать недопонимания или разногласий, которые могут сорвать потенциально продуктивное сотрудничество.

Своевременное начало и окончание встреч (как личных, так и по телефону) также свидетельствует о вашем уважении к и без того напряженному графику каждого.

Чтобы дела шли без задержек, полезно:

- Попросите партнеров уточнить, есть ли у них время, чтобы взяться за задачу и выполнить ее. Например, вы можете сказать: "Если у вас нет времени на составление заявления по этому поводу, не могли бы вы рассмотреть проект, который я напишу?". Это побуждает людей заключать реалистичные соглашения и придерживаться графика. Это также показывает, какой вы замечательный партнер!
- Распространять письменное резюме решений, принятых на каждом заседании. Рассылка всем участникам дает возможность внести коррективы, если они не согласны с вашим счетом.
- Включите в резюме график с указанием срока, к которому и кем должно быть выполнено каждое задание. Это поможет удержать людей от откладывания выполнения заданий.
- В конце каждой встречи договоритесь о дате следующей встречи и пересмотрите весь график проекта ("Итак, мы сделаем X, Y и Z к 1 марта, и тогда по графику мы закончим работу к 31 июля").

С самого начала установите порядок принятия важных решений, когда ключевые люди отсутствуют:

- Являются ли такие решения окончательными или они могут быть пересмотрены на следующем заседании?
- Призывают ли членов Совета подавать письменные комментарии до начала заседания, если они заранее знают, что будут отсутствовать?
- Можете ли вы взять на себя обязательство рассылать повестки дня всех собраний как



минимум за неделю до собрания, чтобы все были готовы и присутствовали, если это возможно, или могли представить комментарии, если они не могут присутствовать?



Эти шаги могут показаться излишне формальными. Но они помогут вам завоевать доверие ваших новых союзников (особенно если вы сами будете выполнять работу по составлению резюме и т.д.). Эти шаги показывают, что вы уважаете их время и энергию, являетесь надежным партнером и отвечаете за то, за что беретесь.

### Внутренняя/внешняя тактика

Бывают случаи, когда полезно работать с организациями, стиль которых сильно отличается от вашего. Есть старое выражение, что каждому движению "нужны свои метатели яиц и свои создатели омлета" - это означает, что могут быть полезны различные стратегии, включая классическую модель "внутри/снаружи".

Иногда двум организациям выгодно сотрудничать в частном порядке для достижения общих целей, даже если публично считается, что по большинству вопросов они находятся на расстоянии друг от друга. Например, отделения АСТ UP, известные своими весьма заметными демонстрациями и протестами на улицах, также сотрудничали "за кулисами" с адвокативными партнерами в офисах департаментов здравоохранения, финансируемых правительством, чтобы добиться изменений.

Такие неформальные союзы характерны для подхода к адвокации "изнутри/снаружи". При четком планировании и доверии этот подход может быть очень эффективным, чтобы заставить политиков серьезно отнестись к вашим требованиям и действовать в соответствии с ними. Он особенно полезен в тех случаях, когда целевым политикам нет дела до вашего вопроса, и они не реагируют на него, даже когда к ним обращаются очень авторитетные адвокаты.

Если политические деятели не реагируют, возможно, пришло время усилить давление, привлекая внимание прессы. Чтобы привлечь прессу, "внешние" активисты могут привлечь внимание к проблеме с помощью ненасильственных демонстраций, "акций смерти", голодовок, маршей, бдений и очень заметных форм гражданского неповиновения. Освещая эти акции, пресса, естественно, обращается к соответствующим политикам за ответными заявлениями, тем самым заставляя их решать эти вопросы.

### Примеры внутренних/внешних стратегий

Снаружи	Внутри	Оптимальный результат
Бастующие пикетчики	Профсоюзные переговорщики	Изменения в контракте





Гражданское неповиновение

Лидеры НПО и сообществ

Изменения в  
законодательстве/по  
литике/решениях по  
финансированию



### Примеры внутренних/внешних стратегий

Митинг, общественный молебен, бдение	Духовенство и другие уважаемые авторитеты	Изменения в законодательстве/политике/решениях по финансированию
Активисты привлекают потребителей к участию в общественном бойкоте	Пресса рекламирует бойкот	Компания меняет свою политику

Если подход "внутри/снаружи" эффективен, он побуждает законодателей, политиков и иногда корпорации вести переговоры с "разумными" (внутренними) защитниками, потому что внешние защитники являются более сложными, ставя их в неловкое положение в прессе или вызывая гневные звонки и письма от избирателей. Такие публичные действия могут сделать игнорирование проблемы более неприемлемым.

Доктор Мартин Лютер Кинг-младший, мастер этого подхода, писал, что "цель нашей программы прямого действия - создать ситуацию, настолько насыщенную кризисом, чтобы она неизбежно открыла дверь для переговоров".

Если вы планируете кампанию с использованием тактики "внутри/снаружи", все вовлеченные стороны могут по стратегическим соображениям предпочесть сохранить свои обсуждения в тайне, только между собой, а не предупреждать объекты адвокации об их скоординированных усилиях. Однако четкая коммуникация и доверие очень важны для того, чтобы согласовать время и содержание действий каждой группы. Это дает прессе целостную картину ситуации и информативные тезисы, которые они могут использовать для объяснения общественности.

### Несколько слов предостережения

Играя роли "хороший полицейский/плохой полицейский", легко начать думать, что собственная группа умнее, храбрее или преданнее другой. В идеале мы все просто делаем то, что умеем лучше всего, для достижения общей цели.

Как сказала Вайнона ЛаДюк, активистка движения за права коренных американцев и экологическую справедливость: "Не существует феи социальных перемен. Есть только изменения, сделанные руками отдельных людей".



## Обучение СМИ правильному изложению наших историй

Если вы являетесь открытой группой (см. главу "Набор персонала"), заметность в СМИ является частью внешнего присутствия вашей сети. Хорошее освещение в прессе эффективно передает ваше послание. Оно также станет впечатляющим дополнением к вашим отчетам и другим материалам, которые вы отправляете спонсорам и союзникам.

Но получить хорошую прессу в наши дни бывает непросто. Многие СМИ считают, что с ВИЧ "покончено" - тема больше не заслуживает внимания. Особенно трудно получить хорошее освещение в тех регионах, где сильна стигма в отношении ВИЧ, и репортеры склонны изображать ЛЖВ как жертв или злодеев. Такие образы ужасают; их исправление - одна из важных [функций сети ЛЖВ](#).

Если вы решили "заявить о себе" как о сети ЛЖВ (см. главу "Вербовка"), имеет смысл оповестить местные СМИ о своем присутствии сразу же после создания сети. Вы можете сделать это, разослав информацию в местные печатные и электронные СМИ о создании вашей сети и поделившись с ними материалами, такими как перечисленные ниже ресурсы.

Если вы получаете искаженную или неинформативную информацию о ВИЧ в прессе в вашем регионе, одним из продуктивных ответных действий является просьба о встрече с редакцией газеты, теле- или радиостанции, ответственной за дезинформацию. Вот [ресурс, содержащий советы по этому процессу](#), в том числе о том, как запросить такую встречу; в этой [статье описывается, как подготовиться](#) и эффективно провести встречу с редакцией.

## Три проактивные стратегии для повышения шансов на получение хорошей прессы

### 1. *Выращивайте хороших репортеров и помогайте им узнать вас.*

Большинство репортеров приветствуют положительные отзывы. Определите репортеров, которых вы уважаете - независимо от того, освещают они "ваши вопросы" или нет.

Делайте им комплименты по телефону или электронной почте, когда они готовят хороший материал. Если это действительно хороший материал, напишите письмо редактору, публично поблагодарив репортера за него, и скопируйте его. Всем нравится получать хорошую прессу, даже репортерам!

Вы также можете предложить репортеру связаться с вами, если ему или ей когда-нибудь понадобится информация о ВИЧ. Приглашайте их на мероприятия вашей сети, особенно на пресс-конференции. Если вы будете делать это регулярно, это повысит вероятность того, что кто-то из этого новостного издания обратится к вам как к источнику информации, если он будет работать над статьей, связанной с ВИЧ.

# SERO+



2. *Понять условия их труда.*



СМИ очень привязаны ко времени. "Если это произошло сегодня, то это новость" - это общепринятая в отрасли мантра. Большинство репортеров работают в сжатые сроки.

Разумнее всего отвечать на звонки или электронные письма от них как можно скорее и заранее спрашивать, когда у них крайний срок. Затем предложите перезвонить им через 10 минут (или 30 минут - если срок более длительный). Это даст вам время, чтобы придумать сильное, лаконичное заявление на заданную тему. Короткие, достойные хэштега комментарии имеют гораздо больше шансов попасть в печать или в эфир, чем длинные и сложные.

Также полезно спросить репортеров, не нужна ли им дополнительная информация по данному вопросу, и предложить им получить информацию. Быстрый поиск в Интернете и отправка им точной информации, которая им нужна, повысит ваши шансы на то, что вам позвонят в будущем. Также может быть полезно погуглить репортера и прочитать другие статьи, написанные им или ею. Если вы найдете ту, которая вам понравится, вы можете похвалить репортера за нее - еще один способ сделать себя популярным!

### 3. Предложите им несколько хороших руководств по стилю.

*Освещение ВИЧ в СМИ иногда бывает плохим только потому, что репортеры не знают, какой язык уместен. Хорошей идеей будет предложить им следующие руководства по стилю в качестве потенциально полезных инструментов.*

Их также полезно брать с собой на заседания редакционного совета (см. пункт выше о том, что делать, если вы видите несправедливое или вводящее в заблуждение освещение событий).

- [Руководство по стилю: Репортажи о людях с ВИЧ и СПИДом](#), составленное журналом "ВИЧ Плюс
- [Справочное руководство GLAAD Media](#) по языку, подходящему для вопросов, связанных с жизнью ЛГБТКИ, включая наш опыт жизни с ВИЧ или пострадавших от него
- Руководство Mic.com "[Вот как уважительно говорить о ВИЧ](#)".
- Сеть позитивных женщин - США на тему "[Пять вещей, которые медиа-мейкеры могут сделать СЕЙЧАС, чтобы противостоять стигме в связи с ВИЧ](#)"

### Избранные ссылки

Journal of Poverty, "[Общественные активисты и университетские исследователи, сотрудничающие в области доступного жилья: Двойные взгляды на опыт](#)"

([http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=cplan\\_papers](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=cplan_papers))

Brainstorming.co.uk, "[Что такое мозговой штурм?](#)" (<http://www.brainstorming.co.uk/tutorials/whatisbrainstorming.html>)



Сила более могущественная, "[198 методов ненасильственных действий](http://www.aforcemorepowerful.org/resources/nonviolent/methods.php)" (<http://www.aforcemorepowerful.org/resources/nonviolent/methods.php>)

Be Freedom, "[Введение в стратегию "внутри/снаружи"](https://befreedom.co/introduction-to-the-insideoutside-strategy/)" (<https://befreedom.co/introduction-to-the-insideoutside-strategy/>)

Community Catalyst, "[Влиять на редакционные статьи: Проведение заседания редакционного совета](http://www.communitycatalyst.org/doc-store/publications/Editorial_Board_Meetings-Tip_Sheet.pdf)" ([http://www.communitycatalyst.org/doc-store/publications/Editorial\\_Board\\_Meetings-Tip\\_Sheet.pdf](http://www.communitycatalyst.org/doc-store/publications/Editorial_Board_Meetings-Tip_Sheet.pdf))

The Fairmount Group, "[Пять шагов для эффективного заседания редакционного совета](http://thefairmountgroup.com/five-steps-effective-editorial-board-meeting/)" (<http://thefairmountgroup.com/five-steps-effective-editorial-board-meeting/>)

Журнал "ВИЧ Плюс", "[Руководство по стилю: Репортажи о людях с ВИЧ и СПИДом](http://www.hivlawandpolicy.org/sites/www.hivlawandpolicy.org/files/HIVPlusStyle%20Guide.pdf)" (PDF) (<http://www.hivlawandpolicy.org/sites/www.hivlawandpolicy.org/files/HIVPlusStyle%20Guide.pdf>)

GLAAD, "[Справочник по СМИ](http://www.glaad.org/sites/default/files/GLAAD-Media-Reference-Guide-Tenth-Edition.pdf)" (<http://www.glaad.org/sites/default/files/GLAAD-Media-Reference-Guide-Tenth-Edition.pdf>)

Mic.com, "[Вот как уважительно говорить о ВИЧ](https://mic.com/articles/128718/how-to-talk-about-hiv#.I7xPYtHz8)" (<https://mic.com/articles/128718/how-to-talk-about-hiv#.I7xPYtHz8>)

Сеть позитивных женщин - США, "[Пять вещей, которые медиа-мейкеры могут сделать СЕЙЧАС, чтобы противостоять стигме в связи с ВИЧ](https://pwn-usa.org/media/five-things-stand-up-to-hiv-stigma/)" (<https://pwn-usa.org/media/five-things-stand-up-to-hiv-stigma/>).



## ГЛОССАРИЙ

---

ableism - система дискриминации людей с ограниченными возможностями

подотчетность, ответственность - ожидание того, что человек или группа будут выполнять обязательства и вести себя в соответствии с соглашениями, которые они заключают с другими людьми или группами.

активизм - политика или действия по проведению кампаний с целью осуществления политических или социальных изменений

адвокация - работа по публичной поддержке или рекомендации определенной политики,

дела, группы или отдельного лица ADAP - "Программа лекарственной помощи при СПИДе"

союзник, союзники - люди из разных групп, сообществ, происхождения или опыта, объединяющиеся для взаимной выгоды, для достижения общей цели или для поддержки конкретной группы или сообщества

ASAP - "как можно скорее"

ASO (см. также *HASO*) - "организация по оказанию услуг в связи со СПИДом"

совет директоров ("совет") - группа людей, которые несут юридическую и финансовую ответственность за организацию; они также определяют политику и следят за тем, чтобы организация выполняла свою миссию

подзаконные акты - правила, определяющие поведение членов группы

кампания - организованная и активная работа по достижению политической или социальной цели

консультативный совет сообщества - группа людей, на которых больше всего влияет работа или услуги учреждения, которые информируют о политике и практике этого учреждения

СВО - "организация, основанная на сообществе"

коллектив - предприятие или проект, в котором люди работают совместно и помогают друг



другу в достижении общей цели





конфликт - серьезное разногласие или несогласованность между отдельными

лицами или группами консенсус - общее, часто единодушное (все на одной

стороне) согласие - конкретные вещи, произведенные в результате процесса

фасилитатор - человек или предмет, который облегчает действие или процесс (например, встречу) в результате своего присутствия и руководства

фонд (некоммерческий или благотворительный) - организация, роль которой частично заключается в пожертвовании средств и поддержке других организаций

грант - денежные средства, предоставляемые организацией (например, фондом) группе или отдельному лицу для определенной цели

HASO (см. также ASO) - "организация, оказывающая услуги в сфере ВИЧ/СПИДа"

гомофобия - система предубеждений против людей, которые идентифицируют или воспринимаются как гомосексуалисты, геи, лесбиянки, бисексуалы и/или педики, а также поведение, основанное на этих предубеждениях

стимул - оплата, подарок или другая выгода, которая мотивирует людей совершить действие или участвовать в деятельности

IRS - "Служба внутренних доходов", национальный департамент, управляющий

нашей налоговой системой LGBTQI - "лесбиянки, геи, бисексуалы,

трансгендеры, педики, интерсексуалы".

СМИ (см. также *пресса*) - собирательный термин для обозначения механизмов и создателей средств массовой коммуникации (например, вещательное телевидение или радио; издание газет, журналов или книг; Интернет)

модератор - человек, который руководит или направляет собрание или дискуссию

НПО - "неправительственная организация" (обычно это зарегистрированная в IRS некоммерческая организация)

аутрич - вовлечение группы в работу и/или общение с окружающими сообществами

# SERO+



Равный - человек того же возраста, статуса или способностей, что и другой человек



навигация "равный равному" - более опытный ЛЖВ оказывает поддержку в доступе к соответствующим услугам человеку, который только начинает получать помощь при ВИЧ-инфекции

филантропия - стремление содействовать благополучию других людей, особенно путем щедрого пожертвования денег на цели, которые приносят пользу другим людям

совет по планированию - группа, созданная для руководства тем, как расходуются средства, выделяемые правительством США на программу Райана Уайта по ВИЧ/СПИДу

ЛЖВ - "люди, живущие с ВИЧ"

пресса (см. также *СМИ*) - печатная журналистика и/или журналисты, рассматриваемые в совокупности; также освещение в/из них

PSA - "объявление об оказании услуг населению" (обычно по радио или телевидению)

расизм - система предубеждений, при которой люди оцениваются по-разному из-за их расовой принадлежности

Программа Райана Уайта по ВИЧ/СПИДу - крупнейшая финансируемая из федерального бюджета система ухода, включающая первичную медицинскую помощь и жизненно важные вспомогательные услуги, обслуживающая людей в США, живущих с ВИЧ, которые имеют низкий доход, не застрахованы или недостаточно застрахованы

серофобия - иррациональный страх заразиться ВИЧ или другими инфекционными

заболеваниями от ЛЖВ или других людей сексизм - система предубеждений по признаку пола

или гендера

солидарность - единство или согласие чувств или действий, особенно среди людей с общими интересами

трансфобия - система предвзятого отношения к людям, которые идентифицируют себя или воспринимаются как трансгендерные и/или гендерно неконформные

## Избранные ссылки

# SERO+



[Глоссарий AIDSinfo](https://aidsinfo.nih.gov/education-materials/glossary) (<https://aidsinfo.nih.gov/education-materials/glossary>)



Управление медицинских ресурсов и услуг, "[О программе Райана Уайта по ВИЧ/СПИДу](https://hab.hrsa.gov/about-ryan-white-hiv-aids-program/about-ryan-white-hiv-aids-program)"  
(<https://hab.hrsa.gov/about-ryan-white-hiv-aids-program/about-ryan-white-hiv-aids-program>)

HIVE Online, "[HIV #LanguageMatters: Борьба со стигмой путем использования предпочтительного языка](https://www.hiveonline.org/wp-content/uploads/2016/01/Anti-StigmaSign-Onletter-1.pdf)" (PDF) (<https://www.hiveonline.org/wp-content/uploads/2016/01/Anti-StigmaSign-Onletter-1.pdf>)

Проект The Well, "[Как стать адвокатом для себя и других](http://www.thewellproject.org/hiv-information/how-be-advocate-yourself-and-others)" (<http://www.thewellproject.org/hiv-information/how-be-advocate-yourself-and-others>)

Проект "Колодец", "[Место за столом: Иметь право голоса при планировании и принятии решений по ВИЧ](http://www.thewellproject.org/hiv-information/place-table-having-voice-hiv-planning-and-decision-making)" (<http://www.thewellproject.org/hiv-information/place-table-having-voice-hiv-planning-and-decision-making>)

Проект "Колодец", "[Почему раса имеет значение: Женщины и ВИЧ](http://www.thewellproject.org/hiv-information/why-race-matters-women-and-hiv)"  
(<http://www.thewellproject.org/hiv-information/why-race-matters-women-and-hiv>)

## БЛАГОДАРНОСТИ

В создании инструментария Проекта расширения возможностей сети (NEP) принимали участие многие люди и финансисты, и Sero выражает им свою признательность. Но самая большая благодарность выражается Энтони Вуду и его коллегам из Фонда Иттлсона. Они понимают, как сети людей, живущих с ВИЧ (ЛЖВ), улучшают показатели здоровья, снижают интернализированную стигму, возникающую в результате изоляции, и являются важным средством адвокации. Этот инструментарий не существовал бы без поддержки Фонда Иттлсона.

В самом начале проекта Кэрри Элизабет Фут и Тамара Килрой вызвались провести качественное и количественное исследование, чтобы изучить состояние сетей ЛЖВ в США (копию отчета можно найти здесь [SERO Survey Talk](#)).

Их страсть, опыт и щедрость задали тон, который отражался на протяжении всего проекта. Особая благодарность Эшли Шерроу, ассистенту-исследователю, магистратура, Университет Индианы, и Эндрю Дреа, ассистенту-исследователю, магистратура, Университет Индианы.

Особая благодарность также выражается консультантам Анне Форбс, Оливии Форд и Кену Пинкеле, которые сыграли решающую роль в разработке, составлении и редактировании инструментария, а также директору проекта Синди Стайн, чья приверженность и руководство поддерживали проект на должном уровне.

Десятки людей, живущих с ВИЧ, союзников и адвокатов предоставили свои комментарии, участвовали в обзорах, исследованиях или иным образом принимали участие в создании данного инструментария. Мы высоко ценим их усилия. Этот список неполный, но мы хотели бы особо отметить некоторых из них:

▶ Хадиджа Абдулла	VA	Ванда Брендл-Мосс	NC
▶ Барб Карделл	CO	Джада Кардона	LA
▶ Сесилия Чанг	CA	Уоррен Александр	AL
		Даты	
▶ Фернандо де Хойос	FL	Терл Глисон	NC
▶ Ари Хэмптон	MI	Тами Хоут	IA

- ▶ Анхель Эрнандес PR
- ▶ Брайан Джонс OH
- ▶ Камария Лаффри FL
- ▶ Сурадж Мадури IL
- ▶ Сьюзен Малл PA

- Тимоти С. Джексон AL
- Марк С. Кинг MD
- Штанговый замок AZ
- Мэри Элизабет Марр AL
- Ник Николас MS

▶ Наима О'Нил	OH	Вахида Шабазз-Эль	PA
▶ Эндрю Спилденнер	NY	Седрик Стердевент	MS
▶ Роберт Саттл	NY	Валери Войцехович	FL
▶ Эштон П. Вудс	TX		

Наконец, самая главная благодарность - нашему сообществу ЛЖВ, особенно тем из нас, кто работает в своих районах, сообществах и регионах, чтобы объединить людей, живущих с ВИЧ, для создания сообщества, улучшения показателей здоровья, повышения качества жизни и предоставления всем нам, живущим с ВИЧ, возможности говорить коллективным голосом. Спасибо.