

# План адвокационной работы против криминализации ВИЧ

## 2. Анализ влияния

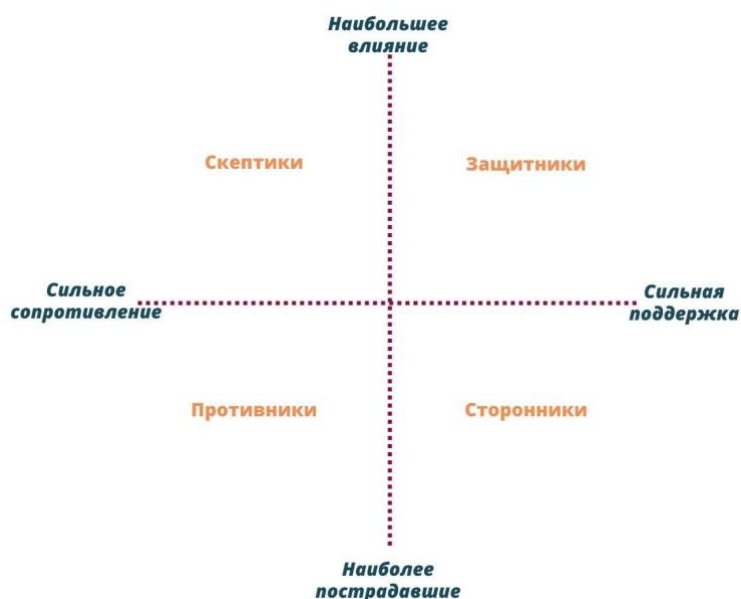
С помощью группового упражнения по определению ролей влияния с учетом социально-экономического контекста вы получите необходимые данные для формирования стратегии кампании. Определите: кто обладает влиянием для реализации изменений? Какие группы подвергаются наибольшему негативному влиянию? Кто, вероятно, окажется нашими самыми сильными противниками? Кто станет нашими самыми влиятельными сторонниками?

Подумайте обо всех стейкхолдерах, которые могут быть вовлечены в реализацию вашей кампании, - в качестве скептиков, защитников, противников или сторонников. Например:

- Государственные министерства
- Местное правительство
- Лидеры сообщества
- Лидеры религиозных общин
- Поставщики услуг в области здравоохранения
- Организации в сфере ВИЧ
- Агентства ООН (напр., ЮНЭЙДС, ПРООН и др.)
- Доноры (напр., PEPFAR, Глобальный фонд и др.)
- Секс-работники
- Трансгендерные люди
- Геи, бисексуалы и другие мужчины, имеющие секс с мужчинами
- Защитники репродуктивного и сексуального здоровья и прав
- Женские инициативы
- Молодежь
- Антирасистские группы и инициативы в области расовой справедливости
- Защитники прав иммигрантов
- Люди, выступающие в поддержку тюремной реформы, или аболиционисты

Это не исчерпывающий список. Каждый раз схема анализа влияния будет выглядеть по-разному. Анализ имеет решающее значение для определения ключевых заинтересованных сторон, союзников и защитников, а также целей адвокации.

Используя приведенную ниже схему в качестве образца, отмечайте на ней определенных вами игроков.



Адаптировано из материалов Amnesty International – «Определение влияния», «Политика тела», стр. 16-17, и Правовой сети по ВИЧ – «Анализ влияния» – из документа «Адвокация и социальная справедливость», стр. 21.