

- Правильное **информирование** благополучателей – **основа для вовлечения** («правильное» = подробное, прозрачное, честно описывающее ограничения, не провоцирующее конфликты со специалистами, позволяющее клиенту осознавать и отстаивать свою позицию).
- Важна **обратная связь от благополучателей**, получаемая как в ходе специальных процедур ее сбора, так и в непосредственной работе и общении. **Без учета мнения** благополучателя в некоторых случаях просто не удастся планировать содержание работы специалистов, либо это **работа кажется благополучателям нерелевантной и не достигает ценных для них результатов.**
- Вовлекающий **специалист несет ответственность**: готов вносить изменения в свою деятельность; а также вести диалог и просветительскую работу по поводу вовлечения благополучателей с другими специалистами / организациями, которые тоже работают с ними; учитывать **возможные риски.**
- **Осталось за кадром: Что такое вовлечение (модели, границы) ?**

- Исследования с участием благополучателей: обсуждение конкретных проектов – 9
- Более глубокое знакомство с практиками по созданию сообществ благополучателей (в том числе, работы онлайн) – 8
- Создание базы данных социальных результатов, достигаемых именно в ходе вовлечения благополучателей и/или благодаря их вовлечения – 6
- Более глубокое знакомство с практиками самоадвокации, а также анализ влияния перехода от оказания услуг к самоадвокации на стратегию организации – 4
- Дискуссия о потенциальных возможностях стандартизации практик вовлечения благополучателей – 3

Примеры запросов на методическую поддержку

- Разработка анкеты обратной связи от клиенток проекта.
- Разработка инструментов/знакомство с опытом разработки инструментов сбора обратной связи благополучателей и использованием ее для развития работы с целевой аудиторией.
- Нам было бы полезно получить методическую поддержку по нашему исследованию форматов помощи выпускникам
- Консультация о внедрении практики самоадвокации среди подопечных
- Интересен опыт стандартизации практик вовлечения немотивированных клиентов, таких как семьи, сопровождаемые государственными уполномоченными организациями по условиям договора о приемной семье
- Рассчитывала, что будет также разбор ситуаций с семьями в трудной ситуации, хотя результаты коллег также очень порадовали. У меня вопрос - есть ли материалы по преодолению семьей фатализма в отношении своей ситуации и постоянного ожидания помощи извне? Подскажите, пожалуйста.

- **ПРИНЦИПЫ.** Осмысленное и доступное для всех вовлечение начинается с приверженности общим принципам и ценностям.
- **ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ (ЦЕЛЬ).** Основная цель – совершенствование услуг. Цель должна одинаково пониматься всеми участниками и отражать возможности и границы изменений. У каждого должна быть понятная РОЛЬ в достижении цели.
- **ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ.** Клиентов нужно вовлекать на всех уровнях, на которых для них есть ЦЕЛЬ. Мнения прямых благополучателей и их опекунов должно учитываться отдельно. Нужно продумать варианты РОЛЕЙ благополучателей, вовлеченных в работу организации (консультант, амбассадор, «дружественный критик» и др.).
- **ПРОЦЕСС** включает в себя собственно деятельность по вовлечению (прозрачные критерии участия в разных активностях, формат этих активностей...), коммуникацию (понятный язык, донесение решений до всех благополучателей...), поддержку и подготовку (навыки для успешного вовлечения), организационные вопросы (например, компенсация за проезд, если благополучатели приезжают на встречу)
- **ВЛИЯНИЕ.** Вовлечение должно приводить к совершенствованию услуг и повышению благополучия клиентов и специалистов, а также приводить к позитивным личностным изменениям у участников (например, развитию навыков или уверенности).

Уровень вовлечения	Вклад вовлечения в достижение социальных результатов
Индивидуальный (работа со случаем: план и его реализация)	Повышение самооценки; удовлетворенности услугами; более полное достижение других социальных результатов за счет согласия с целями и задачами работы, возможности выбора и контроля .
Уровень местного сообщества	Потенциальная возможность получения поддержки «равный равному», развития жизнестойкости, рост социального капитала.
Операциональный уровень (оказание социальных услуг)	Повышение качества услуг; повышение качества жизни благополучателей (например, за счет снижения недобровольных или субъективно неподходящих для них видов помощи); улучшение отношений со специалистами.
Стратегический уровень (планирования и руководства в сфере социальных услуг)	Потенциальная возможность для улучшения / упрощения коммуникаций и повышения доступности услуг для благополучателей. Положительное влияние на процесс принятия решений и на отношение специалистов к благополучателям. Участие благополучателей в формулировании результатов работы проекта / услуги позитивно влияет на предыдущие уровни.
Мониторинг и оценка	

Оценочный вопрос	Уровень результатов
<p>1. Каковы ожидаемые результаты вовлечения? <i>Любые подходы к оценке ВЛИЯНИЯ вовлечения должны учитывать его ЦЕЛЬ.</i></p>	
<p>2. Каковы фактические изменения, которые произошли в проекте, услуге или организации в целом благодаря вовлечению? <i>(Мониторинг в процессе или оценка в финале)</i></p>	Непосредственные результаты
<p>3. Как благополучатели ощущали себя в процессе вовлечения? <i>(Опросник или интервью в конце проекта)</i></p>	
<p>4. К каким изменениям (социальным результатам) проекта / оказания услуги привело вовлечение благополучателей? Что произошло именно благодаря вовлеченности благополучателей? <i>(Мониторинг в процессе или оценка в финале)</i></p>	Социальные результаты
<p>5. К каким незапланированным / выходящим за пределы целей и задач проекта или услуги результатам привело вовлечение благополучателей (например, стали ли сотрудники организации или социальное окружение благополучателей по-новому относиться к их проблемам или лучше понимать их представления о благополучии)?</p>	

- «Вовлечение» – изменение позиции с «только благополучателя» к «активному со-участнику». Но что делать с «немотивированными» клиентами, которые даже не приняли позицию «благополучателя» ?
- Что сначала: преодоление выученной беспомощности в работе с индивидуальным случаем как подготовка к участию? Или участие в работе организации как способ получения нового опыта?
- Если оставить выбор на усмотрение благополучателей, не возникнет ли «эффект Матфея» (вовлекаться будут те, кто уже достиг хороших результатов, а те, кому трудно, «выпадут» еще сильнее)?

- Работа с мотивацией клиента – индивидуальная работа в компетенции психолога / социального работника. Что можно изменить **на организационном уровне**, чтобы это поддерживало мотивацию к изменениям? Мотивацию к вовлечению?
- Как понять, что клиент готов вовлекаться?

Возможна (и нужна ли) единая модель вовлечения родителей в ТЖС?

- Общие принципы
- Универсальные процедуры (обучение сотрудников методам вовлечения; оценка влияния вовлечения)
- Разные акценты в зависимости от содержания и логики проекта / услуги («родительское лидерство» - акцент на развитии у родителей навыков публичных выступлений / работы с группой в качестве ко-тренера; вовлечение кровных семей, чьи дети временно живут в приемных семьях – акцент на взаимодействии всех стейкхолдеров и в включении родителей в работу над индивидуальным планом)