

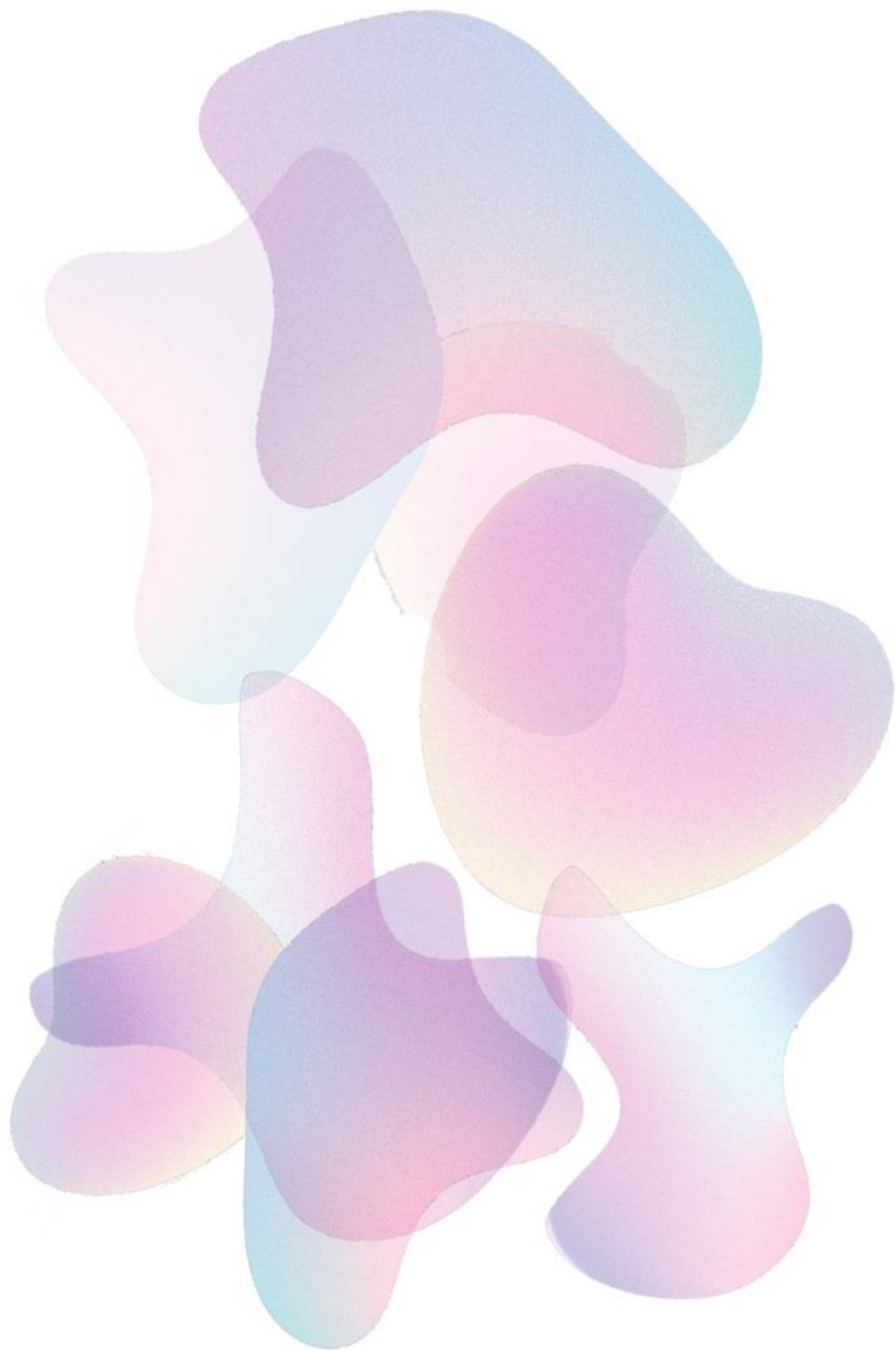
# **Preporuke za web outreach i protokol**

**Rad sa ljudima koji koriste droge,  
sa fokusom na upotrebu NPS i stimulanasa  
i rad sa marginalizovanim zajednicama  
na Zapadnom Balkanu**



reGeneration

**Beograd, 2023.**



Ove preporuke je razvila **NVO Re Generacija** (Srbija), autor: **Srđan Kukolj**, ko-autori, **Nina Šašić** i **Stefan Pejić**.

Izradu ovih preporuka su nadgledale **Zhannat Kosmukhamedova**, *Regional EECA advisor (HIV/drug policy)*, *Law Enforcement and HIV global focal point*, i **Gorica Popovic**, *UNV specialist for law enforcement and HIV, UNODC*

© Kancelarija Ujedinjenih nacija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC) 2023

Prava zaštićena.

*Ovaj dokument se može kopirati, distribuirati i prilagođavati u nekomercijalne svrhe ukoliko se navede referenca na ovaj dokument, kao što je ispod opisano. U svakom slučaju, upotreba ovog dokumenta ne implicira da UNODC odobrava bilo koju konkretnu organizaciju, proizvod ili uslugu.*

*Neovlašćeno korišćenje imena ili logoa UNODC nije dozvoljeno. Prilagođavanje ovog dokumenta zahteva dozvolu od UNODC RPOEE. U slučaju prevođenja teksta dokumenta, beleška objašnjenja se prilaže uz predložen citat:*

*«Ovaj prevod nije stvorila Kancelarija Ujedinjenih nacija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC). UNODC nije odgovorna za sadržaj niti tačnost ovog prevoda. Originalna verzija na engleskom jeziku predstavlja zakonski obavezujuće autentično izdanje».*

*Svaka medijacija u sporovima se vrši u skladu sa pravilima Kancelarije Ujedinjenih nacija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC).*

*Materijali trećih lica. Upotreba materijala trećih lica u ovom dokumentu, poput tabela, cifri ili fotografija, smešta na korisnika odgovornost za dobijanje dozvole za takvu upotrebu od trećih lica i dozvole od vlasnika autorskih prava. Rizik od potraživanja izazvanog kršenjem prava trećeg lica u vezi sa bilo kojom komponentom dokumenta leži isključivo na korisniku.*

*Opšte odricanje od odgovornosti: Oznake i prikazi koji se koriste u ovoj publikaciji ne podrazumevaju izražavanje mišljenja Kancelarije Ujedinjenih nacija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC) o pravnom statusu bilo koje zemlje (teritorije, grada ili oblasti) ili njenih vlasti, niti o razgraničenju njene granice. Tačkaste i isprekidane linije na kartama označavaju približne linije granica, o kojima nema potpune saglasnosti.*

*Pominjanje konkretnih organizacija, kompanija ili određenih dobara ili programa ne znači da ih Kancelarija Ujedinjenih nacija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC) odobrava ili preporučuje u poređenju sa drugim sličnim po prirodi, koji nisu pomenuti. Greške i propusti su isključeni, nazivi patentiranih proizvoda su odvojeni početnim velikim slovima.*

*Kancelarija Ujedinjenih nacija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC) je preduzela sve razumne predostrožnosti da proveri informacije sadržane u ovoj publikaciji. Međutim, objavljeni materijal se distribuira bez ikakvih garancija, izričitih ili implicitnih. Odgovornost za tumačenje i korišćenje materijala leži na čitaocu. Ni u kom slučaju Kancelarija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC) nije odgovorna za štetu nastalu njegovom upotrebom.*

## Zahvalnica

Ove preporuke je izradila Kancelarija Ujedinjenih nacija za borbu protiv droge i kriminala (UNODC) Regionalna kancelarija za istočnu Evropu u saradnji sa NVO Re Generacija.

Preporuke je izradila **NVO Re Generacija**, **Srđan Kukolj** (Srbija) pod nadzorom **Zhannat Kosmukhamedova** *Regional EECA advisor (HIV/drug policy), Law Enforcement and HIV global focal point*, i **Gorice Popović**. *UNODC law enforcement and HIV specialist (UNV)*

Razvoj ove publikacije ne bi bio moguć bez značajnog i neprocenjivog vođstva i doprinosa **Nine Šašić** i **Stefana Pejića**, koji imaju iskustva u razvijanju i sprovođenju *web outreach* usluga, naročito kada je reč o temama koje se pomunju u ovoj publikaciji, and have offered



## Sadržaj

Pozadina .....	7
Šta su ove preporuke, i kome su namenjene? .....	7
Lokalni kontekst.....	9
Šta je <i>web outreach</i> , i zašto nam je potreban? .....	12
Alati za <i>web outreach</i> – odakle počinjemo? .....	14
Zadaci <i>web outreach</i> -a .....	15
<b>Principi komunikacije sa klijentima:</b> .....	15
Pristupi .....	18
Pre nego što počnete .....	19
<i>Web outreach</i> – vaš tim .....	21
<b>Outreach</b> koordinator .....	21
<b>Osnovna zaduženja:</b> .....	21
<b>Glavne kompetencije:</b> .....	21
<b>Outreach</b> radnici .....	22
<b>Osnovna zaduženja:</b> .....	22
<b>Glavne kompetencije:</b> .....	22
Preporučeni protokol za sesije Zoom savetovanja .....	25
<b>Postavljanje Zoom sastanka</b> .....	26
<b>Anonimnost</b> .....	26
<b>Podešavanje čekaonice</b> .....	27
<b>Uključivanje u Zoom savetovanje:</b> .....	27
<b>Prvi kontakt</b> .....	28
<b>Šifra za vođenje evidencije o savetovanju</b> .....	28
<b>Kraj svake sesije savetovanja</b> .....	29
Koje informacije mogu dobiti? .....	29
Sistem upućivanja - šta, kako, i kome .....	30
Monitoring – kako izveštavati o savetovanju .....	31
Evaluacija – napravite anonimnu anketu za povratne informacije .....	31
Studija slučaja: primer paketa <i>web outreach</i> aktivnosti .....	32
Iz iskustva: nekoliko praktičnih saveta i trikova .....	33

Informacije koje treba deliti sa klijentima o brizi o sebi i upotrebi psihostimulativnih droga: 34	
Saveti za deljenje sa klijentima koji koriste stimulanse bez injektiranja: .....	35
Korisni resursi: <i>online</i> alati i publikacije.....	37
Aneks 1 - Šablon sistema upućivanja .....	38
Aneks 2 – Šablon za monitoring .....	39
Aneks 3 – Šablon za evaluaciju .....	40
Reference.....	41



## Pozadina

Potreba za ovim dokumentom potekla je od činjenice da NVO Re Generacija sprovodi *web outreach* aktivnost među izbeglicama koje pristižu u Republiku Srbiju kao rezultat humanitarne krize u Ukrajini u okviru projekta "Hitna podrška pružanju HIV i usluga smanjenja štete među ključnim populacijama u Ukrajini i izbeglicama u odabranim susednim državama". Ova aktivnost treba da se fokusira na upotrebu NPS i stimulanasa i u okviru nje NVO Re Generacija razvija sistem upućivanja za usluge HIV prevencije, savetovanja i terapije, usluge povezane sa smanjenjem štete i terapijom u vezi sa upotrebom supstanci, kao i druge opšte usluge koje pružaju zdravstvenu i socijalnu pomoć ili podršku.

Kao takav, ovaj dokument je zasnovan na, i prilagođen od, UNODC-jevog dokumenta Recommendations "Web-Outreach for People Who Use Drugs", i dodatno informisan sopstvenim prethodnim iskustvima stručnjaka NVO Re Generacija u terenskom radu, *outreach*-u i *online* savetovanju. Na osnovu ovih profesionalnih iskustava, našeg obrazovnog profila u društvenim naukama, i našeg poznavanja lokalnog konteksta kad je reč o upotrebi supstanci, zakonskom okviru, ilegalnim tržištima, itd. proširili smo i izmenili preporuke koje je pružio UNODC kako bi odražavale obrasce upotrebe supstanci i potrebe ključnih populacija u Srbiji.

## Šta su ove preporuke, i kome su namenjene?

Ovaj dokument je razvijen radi obezbeđivanja kako opštih smernica tako i praktičnih uputstava I saveta za sprovođenje *web outreach* rada među osobama koje koriste droge (OKKD), uz fokus na upotrebu novih psihoaktivnih supstanci (NPS) i stimulanasa. Kao takav, on je namenjen upotrebi od strane stručnjaka koji rade u oblasti smanjenja štete u organizacijama civilnog društva (OCD) u Republici Srbiji i regionu Zapadnog Balkana.

Ovaj dokument skicira opšti pristup, i kao takav može biti prilagođen kako bi se uklopio u kapacitete i potrebe organizacije i lokalnog konteksta. Svaka OCD koja želi da koristi principe I savete koji se mogu pronaći u ovom dokumentu mogu ih proširiti i izmeniti u skladu sa njihovom specifičnom oblašću stručnosti, iskustvom, resursima i microsocijalnim kontekstom u kom funkcionišu. U praksi, ovo bi podrazumevalo izmenu pristupa kad je reč o konkretnom delu dokumenta – na primer, stepen upotrebe specifičnih *online* platformi razlikuje se prema lokalno, pa su precizni kanali komunikacije predloženi u ovom dokumentu podložni korekciji u skladu sa njihovom relativnom popularnošću u okviru lokalnog konteksta.

Osim toga, ove smernice se mogu prilagoditi i za rad sa drugim ključnim populacijama, npr. populacijama pod povećanim rizikom od HIV-a, viralnih hepatitisa, polno prenosivih infekcija (PPI), tuberkuloze (TB) – uključujući seksualne radnike, muškarce koji imaju seks sa muškarcima (MSM), trans osobe i žene koje žive sa HIV-om. Mogu biti prilagođene i za rad sa različitim populacijama pod povećanim rizikom od upotrebe psihoaktivnih supstanci, sa ili bez posebnog fokusa na NPS i stimulanse, a takođe mogu biti prilagođene radu sa različitim podgrupama OKKD, kao što su izbeglice ili žene koje su iskusile nasilje. Svaka OCD koja koristi

ovaj document kao resurs bi trebalo da pojasni svojim *outreach* radnicima da je ovde izložen pristup čvrst osnov za *outreach* rad sa OKKD, ali da bi egzaktn pristup trebalo skrojiti prema specifičnoj zajednici u kojoj se *outreach* sprovodi, lokalnom zakonskom i sociokulturnom kontekstu, kao i organizaciji koja sprovodi *outreach*.

Neophodno je da čitalac ima na umu činjenicu da je ovaj dokument informisan iskustvima direktnog rada sa kako lokalnim tako i izbegličkim zajednicama, i stoga se može smatrati našom dužnošću da podvučemo da prema našem iskustvu i našem iskrenom verovanju prilikom dizajniranja i implementacije *web outreach* aktivnosti bilo koje vrste i za bilo koju zajednicu nije dovoljno da jedna OCD jednostavno prilagodi ove (ili bilo koje) preporuke, već bi jako mnogo izgradnje zajednice i građenja poverenja trebalo da prethodi ovim preporukama i da ih prati kako bi *outreach* rad bio uspešan. Ovo je svakako teže, i istovremeno bitnije, u relativno izolovanim i hermetičnim zajednicama i novopridošlim zajednicama u lokalnom kontekstu. Kako se *web outreach*, u većoj meri nego tradicionalna verzija *outreach-a*, oslanja na nevidljiv doseg i privlačenje zajednice pružaocu usluge, ovaj poduhvati građenja zajednice i poverenja je od najvećeg značaja. Ovaj značaj je još i veći kada se uzmu u obzir neke visokospecifične situacije, kao što je činjenica da su u Istočnoj Evropi zakonski okvir i socijalni tretman HIV-a, NPS, droga i LGBT zajednice stroži u poređenju sa drugim oblastima, što za posledicu ima to da je ovim zajednicama prijatnije u *online* okruženjima i da su one sklonije komunikaciji u okviru ovih ograničenja, što nije slučaj sa ovim zajednicama na Balkanu. U tom smislu, uvek je potrebno prilagoditi protokole i kombinovati pristupe *live* i *web outreach-a*.



## Lokalni kontekst

Ova publikacija se fokusira na rad sa osobama koje koriste droge, naročito nove psihoaktivne supstance i stimulanse.

U pogledu terminologije, ova publikacija će se odnositi na NPS onako kako ih definišu Ujedinjene nacije. Nove psihoaktivne supstance (NPS) su definisane od strane Ujedinjenih nacija kao bilo koja supstanca u čistom obliku ili u obliku preparata koja nije uključena u Jedinstvenu konvenciju Ujedinjenih nacija o opojnim drogama iz 1961. godine ili u Konveenciju ujedinjenih nacija o psihotropnim supstancama iz 1971. godine i koja predstavlja pretnju po javno zdravlje.<sup>1</sup>

Kao što se navodi u "New psychoactive substance use in the Republic of Serbia: Research results"<sup>2</sup>, pojava NPS u Srbiji se može pratiti unazad do 2010–2011. godine, dok njihova rastuća popularnost proizlazi iz pojave sintetičkih kanabinoida i njihove dostupnosti kroz "Smart Shops" od 2013–2014. godine.

Nisu sve nove psihoaktivne supstance nove u smislu da su nedavno sintetizovane, i u zavisnosti od konteksta države i istorije njenog tržišta droga, neke psihoaktivne supstance mogu biti shvaćene kao "nove".

U tom smislu, povratkom na rezultate istraživanja o upotrebi NPS u Srbiji<sup>3</sup> sledeće supstance se percipiraju kao nove, od strane korisnika:

- GHB/GBL ("dži")
- Različiti sintetički kanabinoidi ("biljni tamjan," "spajs," "crna mamba")
- 2CB
- PCP/3MEOPCP
- Alpha-PVP (PVP)
- Ketamin (K, ket, special K)
- Mefedron (mjau mjau)
- Flex (sintetički kokain)
- 25I-NBOMe

Iznad pomenuti izveštaj o istraživanju navodi da postoje dve glavne grupe ljudi koji koriste NPS u Srbiji - muškarci koji imaju seks sa muškarcima (MSM) koji ih koriste uglavnom u seksualizovanim okruženjima, i oni koji koriste droge u rekreativnim setinzima poput žurki i festivala.

<sup>1</sup><https://www.unodc.org/LSS/Page/NPS>

<sup>2</sup>[https://old.harmreductioneurasia.org/wp-content/uploads/2020/09/2020\\_8\\_20\\_EHRA\\_NPS-Report\\_Serbia\\_EN.pdf](https://old.harmreductioneurasia.org/wp-content/uploads/2020/09/2020_8_20_EHRA_NPS-Report_Serbia_EN.pdf)

<sup>3</sup> Isto kao iznad

Vredi napomenuti da *drug checking* usluge nisu dostupne u Srbiji, pa ne možemo steći jasnu sliku o svim NPS dostupnim na tržištu – jedini načini da saznamo za njih jesu kada drogu zaplene bilo granična kontrola/carina, policija, bilo u slučaju predoziranja, testiranjem u Nacionalnom Centru za kontrolu trovanja na Vojnomedicinskoj akademiji, ili na Institutu za toksikologiju i farmakologiju.

Kao što je pokazano u publikaciji "Smernice za #BezbedanParty: predlozi za unapređenje javnih politika u cilju povećanja bezbednosti mladih u noćnom životu", terenski podaci redovno prikupljeni od strane NVO Re Generacija u setinzima noćnog života su tokom proteklih nekoliko godina više puta ukazali na činjenicu da su, osim alkohola i kanabisa, najčešće konzumirane psihoaktivne supstance stimulansi – pre svega amfetamini, kokain, MDMA i ekstazi. Podaci takođe otkrivaju da se stimulansi često mešaju, odnosno koriste simultano, s alkoholom, kanabisom i drugim vrstama psihoaktivnih supstanci. Formulacije ispitanika ukazuju na činjenicu da je ovo dobro poznata, rasprostranjena i prihvaćena praksa u zajednici. Istraživanje o klabinu i zdravlju mladih<sup>4</sup>, kao i o bezbednosti mladih u setinzima noćnog života<sup>5</sup>, takođe ukazuju na značajnu prevalencu rizičnog ponašanja poput mešanja supstanci, nezaštićenih seksualnih odnosa, deljenja opreme za ušmrkavanje, konzumiranja nepoznatih supstanci, itd.

Postojeći podaci u pogledu prevalencije upotrebe NPS i stimulanasa ograničeni su mnoštvom faktora. Pre svega, nikakvi zvanični podaci na ovu temu se ne prikupljaju niti analiziraju. Štaviše, zvanični podaci o upotrebi ilegalnih supstanci odnose se skoro isključivo na kontekst osoba koje injektiraju drogu i stoga se tiče upotrebe opijata. Ovi podaci, međutim, su retko pravilno kontekstualizovani i opseg njihove relevantnosti se retko precizira, što stvara dosta prostora za zablude. Osim toga, dostupni zvanični podaci o upotrebi droga su prilično oskudni, što, u sprezi sa nedostatkom kontekstualizacije i disagregacije, čini primenljivost ograničenom. Podatke povezane specifično sa upotrebom NPS i stimulanasa prikupljaju i analiziraju OCD i oni stoga zavise od pojedinačnih projekata i programa, te se kao takvi odnose na visokospecifične kontekste. Postoje ograničeni, gotovo slučajni, uvidi u prevalencu upotrebe nekih supstanci u segmentima opšte populacije (npr. među mladima), ali oni nisu sistematični jer upotreba supstanci nije glavna tema istraživanja u ovim slučajevima.

Kada je reč o *web outreach* programima u Srbiji, koliko ova organizacija zna ne postoji nijedan takav program usmeren na osobe koje koriste NPS/stimulanse i koje su u riziku od HIV-a. Ovo nije praksa koja je česta među pružaocima usluga u zajednici u lokalnom kontekstu, ali jeste jedna sa velikim potencijalom za dopunjavanje, prilagođavanje i unapređenje programa i usluga koje se već pružaju ovim zajednicama kako bi se ispunile njihove potrebe. Stoga je verovatno neophodno pomoći pružaocima usluga u uspostavljanju *web outreach* programa za ove ciljane populacije u Srbiji, jer ima razloga da se veruje da bi *web outreach* bio koristan i dobro prihvaćen među OCD koje rade u ovoj oblasti – ova pretpostavka je potvrđena činjenicom da je,

---

<sup>4</sup><https://www.regeneracija.org/post-slider/3090/>

<sup>5</sup><https://www.regeneracija.org/bezbedanparty/smernice-za-bezbedanparty-predlozi-za-unapređenje-javnih-politika-u-cilju-povećanja-bezbednosti-mladih-u-nocnom-zivotu/>

nakon treninga pilotiranog u okviru ovog projekta, jedna OCD koja radi u oblasti prevencije HIV-a i PPI i promocije seksualnog i reproduktivnog zdravlja pilotirala sopstvene usluge *web* konsultacija.



## Šta je *web outreach*, i zašto nam je potreban?

Kako bismo razumeli *web outreach*, prvo moramo znati na šta se odnosi "tradicionalni" *outreach*. *Outreach* u smanjenju štete može se definisati kao "sistematičan pristup pružanju usluga osobama koje koriste droge i njihovim seksualnim partnerima u najprijatnijem mogućem setingu"<sup>6</sup>. Istovremeno, Evropski centar za praćenje droga i zavisnosti od droga (EMCDDA) shvata *outreach* kao "aktivnosti koje za cilj imaju uspostavljanje kontakta sa OKKD klijentima na njihovim uobičajenim mestima – na ulici, kod kuće, u klubovima"<sup>7</sup>.

Kao što se vidi iz ovih definicija, jedna od ključnih komponenti *outreach*-a je **setting** – kontakt treba uspostaviti u **prostorima samih zajednica**, prema **njihovim pravilima** i vodeći računa o **njihovoj prijatnosti**. Izlazak na teren je preduslov za *outreach*, pa se *outreach* često izjednačava sa terenskim radom i principi ponašanja u terenskom radu mogu lako biti primenljivi. Premda se *web outreach* odigrava u virtuelnom prostoru društvenih mreža i komunikacijskih platformi, on deli mnoge od istih osobina koje ima "tradicionalni" *outreach*, u smislu da stvara prostor za komunikaciju – i pružanje usluga - u setingu koji je, u najmanju ruku, poznat ciljnoj zajednici. *Web outreach* takođe nastoji da sprovodi komunikaciju i **pruži usluge što je moguće prijatnije i sa što je više moguće podrške ciljnoj populaciji**, vodeći računa o njihovim interesima i s ciljem da ih osnaži. Uopšte uzev, *web outreach* obavlja sve glavne funkcije "tradicionalnog" *outreach*-a - kontaktiranje, savetovanje, privlačenje i zadržavanje OKKD u programima smanjenja štete, ali uz dodatni element obavljanja ovih funkcija kroz upotrebu internet stranica, društvenih mreža i medija, aplikacija za upoznavanje, aplikacija za slanje poruka i platformi za komunikaciju, kao i specijalizovanih foruma, uključujući forume na Darknetu.

Ipak, zbog te jedne vrlo specifične razlike između "tradicionalnog" i *web outreach*-a, postoje određene razlike kada je reč o obimu i mogućnostima korišćenja svakog od njih. Imajući to u vidu, uključili smo sledeću tabelu u kojoj se navode relativne prednosti i ograničenja *web outreach*-a u poređenju s njegovim "tradicionalnim" pandanom:

---

<sup>6</sup><https://www.unodc.org/documents/southasia/publications/sops/outreach-for-injecting-drug-users.pdf>

<sup>7</sup>[https://www.emcdda.europa.eu/system/files/publications/134/Insight2\\_189079.pdf](https://www.emcdda.europa.eu/system/files/publications/134/Insight2_189079.pdf)

Prednosti	Ograničenja
Povoljniji – postoje troškovi, ali ne uključuje proizvodnju jednokratnih materijala za smanjenje štete, troškove prevoza, potreban je manji broj osoblja u zavisnosti od tipa usluge koja se pruža	Ograničen na usluge savetovanja, podrške i upućivanja, ne može pružiti usluge koje zahtevaju fizičke materijale ili intervencije
Logistički jednostavniji – jednostavniji za uspostavljanje i sprovođenje, ne zahteva putovanje, štampanje i transport materijala, uopšte uzev zahteva manje resursa i manje raznovrsne resurse	Pruža ograničenije skupove podataka nego <i>outreach</i> uživo, u zavisnosti od platforme možete biti sposobni da prikupite malo ili nimalo informacija osim onoga što korisnik direktno kaže
Prilagodljiviji u pogledu upravljanja vremenom, geografske lokacije, itd.	Ograničen na tehnološki osposobljene pojedince i one koji imaju pristup internetu, te stoga možda nije svima pristupačan
Uopšteno govoreći, više ljuti se može dosegnuti, kao što je iznad pomenuto	Usluge nisu pružene u prostorima i kontekstu zajednica, one moraju doći vama (videti poglavlje "Pristupi")

Na osnovu gornje tabele, može se sa sigurnošću zaključiti da *web outreach* ne zadovoljava sve moguće zahteve *outreach*-a i stoga ne može u potpunosti zameniti "tradicionalni" *outreach*. Ipak, takođe je očigledno da "tradicionalna" verzija *outreach*-a nije uvek izvodljiva (pristupačna ili moguća iz mnoštva razloga, o čemu svedoči iskustvo iz nedavne globalne pandemije virusa COVID19, tokom koje su mnoga mesta širom sveta imala periode zatvaranja i uvođenja policijskog časa) ili, kad smo već kod toga, čak ni dovoljna niti optimalna. Na osnovu ove kratke analize, smatramo da je *web outreach* uvek korisna i potencijalno čak esencijalna dopunska usluga, i da bi ga uvek trebalo koristiti kao dopunu "tradicionalnom" *outreach*-u sprovedenom na terenu (kad god je moguće).

## Alati za *web outreach* – odakle počinjemo?

Alati potrebni za obavljanje *web outreach*-a zavise u velikoj meri od konkretne situacije u pogledu propozicija projekta koji sprovodite, ukoliko je *outreach* u okviru projekta, ili kapaciteta i resursa kojima vaša organizacija raspolaže u datom trenutku – u slučaju da *web outreach* čini deo redovnog spektra usluga koje vaša organizacija pruža. U svakom slučaju, jedan element bez kog se nijedna *web outreach* usluga ne može obaviti su *outreach* radnici. Precizan obrazovni i iskustveni profil ovih radnika, i nadasve sadržaj treninga koje se zahteva da prođu, mogu biti skrojeni prema potrebama vaše organizacije i/ili projekta.

Kada je reč o alatima koje će ovi *outreach* radnici koristiti, u *web outreach*-u će oni pripadati različitim tehnologijama i vrstama platformi u zavisnosti od tačnog tipa *web outreach*-a koji se pruža (npr. direktna ili indirektna komunikacija, masovna komunikacija ili jedan-na-jedan sesije) i tačnog/tačnih kanala komunikacije koji se koriste. Tipični alati za *web outreach* uključuju:

- Internet stranice
- Aplikacije za slanje poruka (različite četove, kanale, grupe, privatne poruke)
- Društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok)
- Specijalizovane forume – i otvorene i skrivene (kao što je Darknet) segmente interneta, uključujući sajtove/aplikacije za upoznavanje za muškarce koji imaju seks sa muškarcima (MSM)
- Aplikacije za pametne telefone - uključujući aplikacije za upoznavanje (Tinder, Grindr, Badoo)
- Email biltene i mejling liste
- Čet botove (rade na sajtovima, u aplikacijama za slanje poruka) – mogu biti programirani da sprovedu segmente otvaranja i zatvaranja rudimentarne komunikacije (pozdrave i slično), upućujući na *web outreach* aktivnosti

Većinu vremena, tim će koristiti više alata istovremeno, za različite namene u okviru dometa *web outreach*-a. Primera radi, vaš tim može nuditi sesije savetovanja jedan-na-jedan na platform za komunikaciju kao što je Zoom. Osim platform gde se komunikacija odvija, tim će koristiti društvene mreže poput Instagrama i možda mejling liste/email biltene, svoju internet stranicu, itd. da širi informacije o *web outreach* usluzi.

Vaš tim bi trebalo da je već mapirao najbolje moguće alate, na osnovu kapaciteta tima i potreba zajednica, izabrao platform ili platform koje će se koristiti, upoznao se sa njima, i maksimizirao svoje kapacitete za korišćenje ovih alata, pre početka aktivnosti.

## Zadaci *web outreach*-a

Zadaci *web outreach*-a su da:

- **Obavesti** ciljnu grupu o dostupnim uslugama putem društvenih mreža
- **Informiše** i savetuje OKKD o širokom spektru pitanja povezanih sa pristupom uslugama smanjenja štete, zdravstvene zaštite, prevencije transmisije infekcija, itd.
- **Poveže** OKKD sa različitim uslugama – programima smanjenja štete u NVO, državnom zdravstvom i socijalnom zaštitom, itd.
- **Prikupi** i analizira terenske podatke kako bi se predvideli novi trendovi u obrascima upotrebe, u svrhu prilagođavanja postojećih programa smanjenja štete ovim novim trendovima
- **Zadrži** OKKD unutar programa smanjenja štete kroz traženje povratnih informacija o stepenu zadovoljstva pruženim uslugama, motivacione i promotivne aktivnosti, kao i obezbeđivanje prostora za komunikaciju sa vršnjacima/parnjacima

### Principi komunikacije sa klijentima:

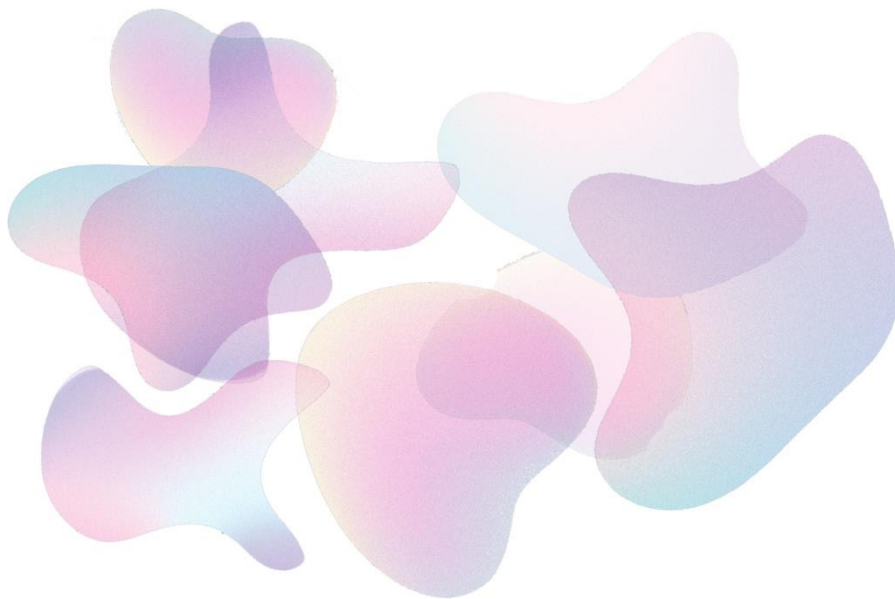
- **Poštovanje privatnosti klijenta** – nemojte postavljati lična pitanja povezana sa bračnim statusom, seksualnom orijentacijom, finansijskom situacijom, mestom prebivališta, postojanjem hroničnih oboljenja, i druga pitanja koja nisu direktno povezana sa temom razgovora. Ne tražite da vam kažu svoje ime. Ne insistirajte na informacijama koje klijent nije sam ponudio; ako nije siguran da li razume nešto što je klijent rekao, radnik bi trebalo da proveri da li je ispravno čuo/razumeo, a ako misli da je neka informacija relevantna za temu razgovora onda može oprezno pitati da li sme da postavi to pitanje, odnosno proveriti da li je klijent voljan da podeli tu informaciju.
- **Neosuđujuć stav** – *outreach* radnik se mora pripremiti za mogućnost da će tokom sesije čuti nešto što će u njemu (*outreach* radniku) proizvesti snažnu emocionalnu reakciju ili osudu, npr. da je klijent nasilan prema članovima porodice, da prodaje ilegalne supstance, ne otkriva svoj HIV pozitivan status seksualnim partnerima... U takvim situacijama stav radnika prema klijentu i ton komunikacije sa klijentom moraju ostati neosuđujući i ne-emotivni, a savetnik se mora fokusirati na temu trenutnog razgovora. U slučaju da sadržaj razgovora i informacije dobijene tokom konsultacija čine da radnik pretpostavi da postoji pretnja po život ili zdravlje bilo samog klijenta bilo drugih osoba, treba da ostane smiren i postupa prema protokolu (linija za prevenciju samoubistva, sačekati da ostvare vezu, deeskalirati situaciju).
- **Etikecija** – savetnik i klijent će se na početku sesije dogovoriti o pravilima čije će pridržavanje obezbediti najglatkiji mogući tok sesije i najviši mogući stepen prijatnosti za oba učesnika; klijent će odlučiti da li je jednostavnije/bezbednije za njega da uključi ili isključi kameru, da govori ili da kuca... radnik nipošto neće insistirati na uključivanju

kamere, na početku sesije će obavestiti klijenta da sesija može trajati do X minuta, da je anonimna i poverljiva, da klijent može u bilo kom trenutku prekinuti sesiju ako želi, da bi klijent trebalo da naznači ako se iz bilo kog razloga i u bilo kom trenutku ne bude osećao prijatno ...

- **Podsticanje pozitivnih promena u životu klijenta** – klijent može tokom sesije navesti neke pozitivne promene koje je napravio i koje su mu bitne, poput smanjenja doze supstance koju koristi, zamene neke supstance drugom, smanjenja učestalosti upotrebe, prekid deljenja opreme za korišćenje supstanci, itd. Vršnjački radnik može smatrati neke od ovih promena nedovoljno velikim ili ozbiljnim, odnosno neodgovarajućim (npr. vi mislite da je klijentu potreban program rehabilitacije/supstituciona terapija, a on je pokušao da se detoksifikuje ili da smanji učestalost upotrebe supstanci) – ali te promene su najčešće rezultat vrednog rada i ogromne količine napora od strane klijenta i dokaz da je klijent svestan činjenice da je njegova upotreba problematična, kao i njegove volje i želje da modifikuje te obrasce ponašanja, i stoga bi ih trebalo uvek dočekati uz podršku i pohvale. Ovi koraci predstavljaju dobru polaznu tačku za prelazak na još adekvatnije mere i neophodno je osnažiti klijente da primete problematičnu prirodu svojih obrazaca upotrebe psihoaktivnih supstanci i da razviju sopstvene (uz pomoć ukoliko je potrebno) programe za zaštitu/smanjenje štete skrojene prema njihovim specifičnim potrebama.
- **Princip “ne čini štetu”** – vršnjački i *outreach* radnici imaju širok spektar kompetencija, različite nivoe i/ili oblasti stručnog znanja, različita iskustva relevantna za temu konsultacija (npr. upotreba psihoaktivnih supstanci, život sa HIV-om, problem s mentalnim zdravljem...), a imaju i različite osobine ličnosti. Zbog svega toga, nekad njihov pristup može biti previše formalan, ili previše neformalan. Ako imate utisak da klijent ne razume ono što govorite, pitajte ih (na neuvredljiv način, dakle ne “da li razumeš ovo, da li ti je ovo jasno” već npr. “Da li to ima smisla”, “šta misliš o tome, da li je to dobra ideja, da li bismo mogli to da uradimo?”). Izbegavajte žargon, naročito ako niste sigurni da li klijent deli vaš “rečnik”, a kada klijent iskoristi neformalan izraz slobodno proverite da li ste ispravno razumeli (“kada kažeš \_\_\_\_, da li misliš na ovo?”) Vodite računa da klijent ne bude previše pasivan i da učestvuje u komunikaciji. Povremeno proverite da li prati tok razgovora i da li se slaže sa predlozima. Probajte da učinite da klijent sam dođe do konkretnih zaključaka umesto da mu ih vi “servirate”. Ne bi trebalo da stekne utisak da savetnik biva snishodljiv i nameće im rešenja, već da su dati predlozi zapravo rezultat obostrane komunikacije i obostranog razumevanja problema. Ako ne znate nešto ili niste sigurni u nešto, nemojte deliti neproverene informacije. Recite da ne znate tačno, ali da ćete odmah proveriti, ili da klijent može to da proveriti na sledećoj adresi (prema modelu iz sistema upućivanja, dajte im kontakt odgovarajuće organizacije/institucije). Ne možete se pripremiti za apsolutno sve, i uvek se može dogoditi da vaš klijent postavi pitanje na koje u tom trenutku nemate pravi odgovor. U tom slučaju morate jasno da to komunicirate i nipošto ne smete davati informacije u koje niste sigurni.



- **Timski rad** – kako se klijenti često okreću radnicima koji pružaju vršnjačku podršku sa pitanjima na koja možda neće nužno taj konkretan radnik imati odgovor, u tom slučaju radnik kome je postavljeno pitanje može potražiti pomoć svojih kolega, odnosno uputiti klijenta na kolegu kog smatraju više odgovarajućim/bolje opremljenim za pružanje pomoći i podrške. Takođe, timski rad podrazumeva mogućnost organizovanja redovnih sastanaka ili sastanaka po potrebi, tokom kojih se može diskutovati o slučajevima koji su se pojavili (vodeći računa o poverljivosti, dakle govoreći uopšteno, samo o temama koje su pokrivene), primećenim trendovima, povratnim informacijama od korisnika, itd. Takvi sastanci mogu pomoći u unapređenju usluga i protokola.
- **Upoznajte svoju zajednicu** - OKKD nipošto nisu homogena populacija. Osim razlika unutar okvira njihovih iskustava i obrazaca ponašanja povezanih sa upotrebom droga, postoji i činjenica da je upotreba droga retko, ako ikada, jedini element koji ćete morati da uzmete u obzir. U zavisnosti od situacije (konkretnog projekta, lokalnog konteksta, itd.), sprovođenje *outreach*-a sa OKKD može podrazumevati sprovođenje *outreach*-a sa MSM zajednicom, zajednicom seksualnih radnika, ili sprovođenje *outreach*-a sa izbeglicama, sa ženama koje su iskusile nasilje... Stoga, *outreach* radnici moraju biti senzibilizovani za širok spektar iskustava, odgovora zasnovanih na traumama, i slično. Kako je priprema pola bitke, neophodno je da *outreach* radnici budu informisani o specifičnoj zajednici ili zajednicama sa kojima će raditi, ili će se najverovatnije susresti (ako neki projekat nije fokusiran na konkretnu zajednicu u okviru populacije). Treba unapred da znaju što je više moguće o mikro-kontekstu zajednice – njihove specifične potrebe i izazove, obrasce ponašanja i trendove, kolektivna iskustva, relevantne informacije iz njihovih kulturnih sistema – ali nipošto ne bi trebalo da zasnivaju svoj stil komunikacije na ovim pretpostavkama. Opšte informacije su tu da pripreme *outreach* radnika, ali zapamtite da nisu jednako primenljive na sve članove jedne zajednice i da je u *outreach*-u prvi princip uvek pažljivo postupanje u komunikaciji!



## Pristupi

Prilikom sprovođenja *web outreach*-a, kao i kod onog tradicionalnog, uzmite u obzir pristup zauzet u pogledu čina uspostavljanja kontakta sa OKKD. U praktične svrhe, ovaj pristup može biti podeljen u dve kategorije: **aktivan (proaktivan) i pasivan (reaktivan)**. U zavisnosti od konteksta, zajednice, okruženja, onoga sa čim se osećate prijatno, itd. možete biti skloniji upotrebi jednog od ova dva pristupa, ali je bitno imati na umu činjenicu da nije u pitanju "ili - ili" situacija, i da se oba mogu koristiti simultano (ako ne podjednako), u zavisnosti od gorepomenutih okolnosti.

	Aktivan pristup	Pasivan pristup
<b>Opis</b>	<i>Outreach</i> radnik započinje komunikaciju sa ciljnom grupom	<i>Outreach</i> radnik uspostavlja <i>outreach</i> i čeka da korisnik inicira komunikaciju
<b>Zadaci</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podići svest ciljne grupe o specifičnom pitanju, organizaciji ili uslugama</li> <li>• Proširiti informacije u okviru ciljne grupe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pružiti pomoć i/ili podršku putem <i>online</i> konsultacija na mnoštvo pitanja/tema (u zavisnosti od postavke)</li> </ul>
<b>Prednosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prilika za širenje velike količine informacija za kratak vremenski period</li> <li>• Prilika za doseganje relativno velike ciljne publike za kratak vremenski period sa relevantnim informacijama</li> <li>• Povećana vidljivost organizacije u virtuelnom prostoru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Krojen je prema potrebama korisnika</li> <li>• Nudi dublji pristup i uticaj</li> <li>• Manja je šansa da će nalog biti prijavljen ili blokiran</li> </ul>
<b>Nedostaci</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nije skrojen prema potrebama konkretnih korisnika, samo opšta i generička poruka</li> <li>• Zahteva maksimalnu jasnoću i jezgrovitost</li> <li>• Može biti ignorisan, percipiran kao spam, itd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proizvodi povećane troškove rada zbog uvećanja radnih sati</li> <li>• Zahteva blagovremen i visokokvalitetan odgovor od radnika, brzo razmišljanje kada se suoči sa kompleksnom situacijom za koju radnik mora brzo dati adekvatan savet</li> <li>• Rezultati mogu biti nepredvidljivi</li> <li>• Zahteva redovno, stalno prisustvo <i>outreach</i> radnika</li> </ul>

## Pre nego što počnete

Pre nego što započnete *web outreach*, postoje neke stvari koje treba imati na umu.

Pre svega, **poznajte svoju zajednicu**. Procena potreba je uvek dobrodošla, kako bi se obezbedilo da su vaše aktivnosti i usluge skrojene prema potrebama vaše zajednice. Osim procene potreba, preporučljivo je i opšte istraživanje vaše ciljne zajednice, jer je neophodno da znate što je više moguće ne samo o potrebama vaše ciljne grupe i problemima s kojima se njeni članovi najčešće suočavaju, već i o njihovim obrascima ponašanja, normama i vrednostima, kako biste prilagodili svoje programe i usluge, ali i svoju komunikaciju, ovim elementima. Ova vrsta procene zajednice možda neće uvek biti nužno opravdana – na primer, organizacija koja redovno pruža dobro definisan set *outreach* usluga konkretnoj zajednici će najverovatnije već imati istinski uvid u kulturu te zajednice. U oblasti smanjenja štete, ovo je izuzetno uobičajena situacija i znanje o konkretnim zajednicama se tipično akumulira tokom godina *outreach* rada poduprtog istraživanjem. Ipak, druga mogućnost je da organizacija tek širi svoje polje delovanja na *outreach* među novim zajednicama. U ovom slučaju, iako je još uvek optimalno sprovesti brzu studiju zajednice sa procenom potreba, i naročito ako sveobuhvatno istraživanje o zajednici ometaju finansijska, vremenska ili druga ograničenja, preporučeno je da dopunite sve opservacione i površne podatke otvorenim resursima poput relevantnih dubinskih analiza drugih organizacija koje su istraživale ovu zajednicu. Ipak, neophodno je da obavite bar brzu procenu potreba u vašoj zajednici. I nemojte oklevati da tražite od njih povratne informacije - uostalom, ove usluge su za njih!

Razmišljajte o kapacitetima organizacije i sastavu **vašeg tima**. Dodelite uloge u skladu sa ključnim kompetencijama, obrazovanjem i iskustvom radnika, i odlučite o ulogama u okviru tima. Jasno saopštite svim članovima tima koja je njihova uloga, kome direktno odgovaraju i šta se tačno očekuje od njih. Sve ovo zapišite i postavite dokument negde gde svi članovi tima mogu da mu pristupe i da vide svačije uloge i dužnosti.

Morate imati sve **protokole i procedure** spremne pre nego što krenete na ovo putovanje – imanje njih u pripravnosti će osigurati da svi znaju sve korake i da je svaka aktivnost koordinisana i dobro promišljena. Ipak, neke izmene mogu biti potrebne kada započnete sa svojim aktivnostima, jer se ne može unapred misliti na sve mogućnosti.

Pobrinite se da imate i pripremljen **system upućivanja**<sup>8</sup> - verovatno nećete biti sposobni da zadovoljite svačije potrebe, ali mogu postojati institucije i/ili organizacije na koje ih možete uputiti – mapirajte ih, to će učiniti da sve teče glatkije i obezbediti najviši mogući stepen zadovoljstva uslugama, čak i ako ne budete mogli da pružite dalju podršku. Poželjno je i da kontaktirate ove organizacije i institucije kako biste potvrdili da li, i pod kojim uslovima, one pružaju različite usluge. Osim samih usluga, zapamtite da takođe **proverite njihovu pristupačnost**. Organizacije i institucije koje su senzibilisane za rad sa specifičnim populacijama ili čije usluge su usmerene na specifične populacije – naročito one ranjive i

---

<sup>8</sup> Videti Aneks 1

marginalizovane – vrlo lako bi mogle više odgovarati korisnicima nego usluge namenjene opštoj populaciji. Imajući ovo u vidu, za svaku mapiranu uslugu vaš system upućivanja bi idealno trebalo da ima više opcija za upućivanje korisnika, u zavisnosti od društvene grupe ili zajednice kojoj pripadaju.

Naravno, uvek se moramo vratiti svojim uslugama i razmišljati o načinima za njihovo unapređenje, pa ovde ulaze u igru **monitoring**<sup>9</sup> i **evaluacija**<sup>10</sup> - ponovo, povratne informacije su bitne, tražite ih!

Ovo se možda čini kao mnogo posla, naročito ako nemate prethodnog iskustva sa *web outreach*-om, ali ne bojte se!

U narednim poglavljima, naći ćete korak-po-korak vodič za sve pomenute ključne korake.

---

<sup>9</sup> Videti Aneks 2

<sup>10</sup> Videti Aneks 3

## Web outreach – vaš tim

Kada je reč o sastavu *web outreach* tima, obično postoje dve vrste uloga koje se moraju ispuniti: uloga koordinatora *outreach*-a i uloge *outreach* radnika. U ovom odeljku priložen je kratak spisak sržnih dužnosti i kompetencija za svaku od ovih uloga.

### **Outreach koordinator**

Ova uloga bi obično bila dodeljena projektnom menadžeru, ali to može biti bilo koji iskusan član osoblja.

### **Osnovna zaduženja:**

- Organizacija *outreach*-a - organizacija rada tima
- Dodeljivanje uloga unutar tima - u zavisnosti od projekta, ako postoje različiti pod-tipovi uloga *outreach* radnika, koordinator bi dodelio ove uloge različitim radnicima
- Monitoring rada *outreach* radnika, što uključuje komunikaciju sa radnicima u slučaju bilo kakvih problema ili nesporazuma, potencijalno izdavanje upozorenja, kao i preduzimanje akcija kada je to potrebno
- Monitoring i evaluacija projekta - voditi računa o svim aktivnostima i kvalitetu njihove implementacije, pridržavanju protokola i rasporeda/rokova, kvalitetu svakog učinka, itd.
- Analiza dobijenih “terenskih” podataka - podaci dobijeni tokom *web outreach*-a se prikupljaju, unose u izveštaj i skladište prema dogovorenom Protokolu, a dužnost je koordinatora da analizira i interpretira ove skupove podataka kako bi se optimizovale pružene usluge i informisale buduće aktivnosti
- Izveštavanje - višim instancama unutar ili izvan organizacije i projektnog tima, što uključuje i redovne izveštaje o napretku i narativno i finansijsko izveštavanje na kraju projekta, kao i moguće neplanirane izveštaje u slučaju bilo kakvih incidenceata ili nepredviđenih okolnosti (ove situacije i postupanja treba da budu jasno opisani u Protokolu)

### **Glavne kompetencije:**

- Organizacione veštine - mora biti sposoban/na da radi više stvari odjednom i održava pregled svih vrsta aktivnosti, od kojih će se neke odvijati istovremeno, kao i da održi korak sa svim logističkim i administrativnim pojedinostima sprovođenja *outreach*-a
- Liderske veštine - mora biti sposoban/na da delegira i jasno komunicira s radnicima u pogledu njihovih uloga, očekivanja od njih, povratnih informacija o njihovom radu, itd.
- Analitički način razmišljanja - mora razmatrati odnose između različitih skupova podataka i primetiti bilo kakve obrasce, trendove i prevalencu specifičnih elemenata
- Prilagodljivost - mora biti sposoban/na da odgovori na trendove na sceni koji se brzo menjaju kako bi se pružio adekvatan odgovor na njih, pa osim znanja o prevalenci oboljenja povezanih sa drogama, HIV infekciji, viralnim hepatitisima itd. u lokalnom kontekstu i o efektima i rizicima upotrebe specifičnih supstanci, kao i postojećih opcija u

oblasti prevencije, smanjenja štete i lečenja kada je reč o upotrebi supstanci i povezanim rizicima, mora biti sposoban/na da reaguje brzo i u skladu sa informacijama koje se pojavljuju i nepredviđenim okolnostima

### **Outreach radnici**

Trebalo bi da poznaju zajednicu i da zajednica poznaje njih, i idealno bi bilo da potiču iz zajednice.

### **Osnovna zaduženja:**

- Uspostavljanje kontakta i odnosa sa ciljnom zajednicom na različitim *online* platformama - ovaj kontakt podrazumeva započinjanje komunikacije sa njima, moguće iniciranje ovog kontakta
- Informisanje i savetovanje članova zajednice o različitim problemima i temama (koje članovi zajednice pomenu ili podele)
- Upućivanje članova zajednice na druge stručnjake i pružaoce usluga ako je to potrebno, potencijalno i predlaganje drugih mesta za podršku i/ili pomoć na prvom mestu
- Zadržavanje članova zajednice u polju aktivnosti OCD koja sprovodi *web outreach* - produblјivanje i održavanje kontakta nakon što je on uspostavljen, stvaranje i obaveštavanje članova zajednice o prednosti i kanalu za nastavak podrške/komunikacije

### **Glavne kompetencije:**

- Vršnjački odnos sa ciljnom grupom - što znači da s ciljnom grupom dele relevantne sociokulturne karakteristike i/ili relevantna iskustva; postoji i poželjna mogućnost da bar neki od *outreach* radnika direktno pripada ciljnoj grupi, ali kako ovo nije uvek moguće postići, bitno je težiti ka najvećem mogućem stepenu sličnosti pozicije i iskustva između *outreach* radnika i ciljne zajednice
- Pouzdano korišćenje tehnologije neophodne za sprovođenje *web outreach*-a, uključujući pametni telefon, tablet, laptop ili računar, ali uključujući i nepohodan softver, kao što je Google i Microsoft Office, kao i različite platforme za komunikaciju i društvene medije/mreže (Zoom, Instagram, Discord, itd.)
- Komunikacione veštine, uključujući sposobnost čitanja psiholoških, socijalnih i emocionalnih pokazatelja i adekvatnog odgovaranja na bilo koji od tih znakova, kao i sposobnost to smirenog i neutralnog reagovanja na osetljive informacije, nagle promene raspoloženja, neželjene reakcije na pružene informacije i savete, i slično
- Znanje o efektima različitih psihoaktivnih supstanci i rizicima njihove upotrebe, postojećim opcijama za prevenciju, smanjenje štete i lečenje kada je reč i o upotrebi supstanci i o povezanim rizicima, kao i državnim i ne-državnim uslugama dostupnim kao pomoć i podrška za OKKD i različite podgrupe ove populacije; moraju imati najveći mogući stepen znanja o obrascima upotrebe i drugim obrascima ponašanja ciljne zajednice, efektima i rizicima koje ovi obrasci podrazumevaju, i dostupnosti različitih usluga koje nude pomoć i/ili podršku ciljnim zajednicama

- Poželjno je da radnik takođe bude obučen/na u oblasti društvenih nauka, uključujući prikupljanje i analizu terenskih podataka, i naročito da je obučen/na za rad sa marginalizovanim i ranjivim društvenim grupama - idealno, ova obuka bi uključivala komunikaciju i opšti pristup, istraživanje i etička razmatranja rada sa marginalizovanim i ranjivim grupama

Još jedan tip *outreach* radnika koji može, ali ne mora, biti deo vašeg tima - u zavisnosti od koncepta vašeg konkretnog projekta - jeste **Online konsultant**. Ovo mogu biti doktori - specijalizacija najpotrebnijih korisnicima, vršnjački konsultanti za HIV, hepatitis ili poremećaje upotrebe supstanci, psiholozi, socijalni radnici i voditelji slučaja, ili konsultanti drugih obrazovnih i stručnih profila. Njihove osnovne dužnosti odnose se na njihove dotične specijalnosti, i uključuju pružanje brzog, verodostojnog i neosuđujućeg *online* savetovanja o temama i pitanjima iz oblasti njihove stručnosti. Njihove glavne kompetencije, osim onih povezanih sa njihovom specijalnošću, jesu pouzdana upotreba tehnologija i softvera neophodnih za *web outreach*, iznad opisanih, potom komunikacione veštine i znanje o efektima i rizicima upotrebe supstanci, postojećim opcijama u oblasti prevencije, smanjenja štete i lečenja kada je reč i o upotrebi supstanci i o povezanim rizicima, kao i dostupnosti različitih usluga pomoći i/ili podrške, bilo državnih bilo nevladinih.

Treba uzeti u obzir i činjenicu da je možda **ključna kompetencija svih web outreach radnika** njihova sposobnost da stvore i održe granice u savetovanju. Ovo podrazumeva razumevanje kada problem štićenika može biti rešen samo putem online konsultacija, a kada je potreban još neki korak. Ovaj korak može uključivati zakazivanje sastanka uživo, ličan pregled štićenika od strane doktora, ili čak hitnu hospitalizaciju, upotrebu drugih hitnih službi, itd. Osim sposobnosti prepoznavanja ovih okolnosti i situacija, vršnjački radnik mora biti sposoban da ovo saopšti štićeniku na ne-preteći i blag način, kako ga ne bi antagonizovao, podstakao paničnu reakciju ili proizveo reakciju koja je na bilo koji način kontraproduktivna.

Još jedna, često zanemarena, kompetencija članova tima je **komunikacija**. Pojedinačne kompetencije i profesionalni kvaliteti članova tima mogu samo donekle pomoći. Postoji skrivena snaga u razvoju preciznih protokola unapred i obezbeđivanju da su svi članovi tima izuzetno upoznati sa ovim protokolima i sistemima upućivanja. Protokoli treba da uključuju sve od "scenarija" za opšte tačke komunikacije do postupanja u različitim nepredviđenim ili potencijalno problematičnim situacijama, informacije i opšte savete koje treba po potrebi podeliti sa štićenicima, opšte pristupe i načine komunikacije, i vođenje evidencije i izveštavanje. U ovom dokumentu može se naći šablon za razvijanje sveobuhvatnog i detaljnog protokola za *web outreach*.

Zaključno, premda je ovde predstavljeno raščlanjenje sastava i kompetencija tima zaista poželjno, vredni napomenuti da nije uvek moguće u potpunosti se pridržavati ovog modela. Stvarni sastav *web outreach* tima jedne organizacije direktno zavisi od profila i broja zaposlenih u toj organizaciji, spremnosti menadžmenta da razvija organizaciju u ovom pravcu, kao i količine finansijskih sredstava i donatorskih politika. Nedostatak resursa će često učiniti da organizacije prave kompromise tako što će se ograničiti na zapošljavanje jednog *outreach* radnika iz ciljne

grupe koji će raditi pod koordinatorom programa smanjenja štete. Stoga je preporučljivo tretirati ovo raščlanjenje kao optimalnu verziju, i smanjiti ga ili ga izmeniti u skladu sa specifičnim kontekstom i kapacitetima, sve vreme imajući u vidu činjenicu da bi se u pogledu njegovih elemenata trebalo praviti kompromis samo u onoj meri u kojoj je to apsolutno neophodno.

### **Studija slučaja – *Web Outreach* tim NVO Re Generacije**

Kao plastičan primer zapravo stvaranja *outreach* tima sa relativno ograničenim ljudskim resursima, ovaj odeljak uključuje objašnjenje našeg pristupa uspostavljanju *outreach* tima i nekih od dominantnih prednosti i prepreka.

Najpre, kao što je gotovo uvek slučaj, obuhvat ove usluge je bio ograničen propozicijama projekta u okviru kog je realizovana. Usled više faktora, naš *outreach* tim moralo je činiti najviše dve osobe. Ove osobe su izabrane pre svega zbog njihovog obrazovanja u društvenim naukama i njihovog radnog iskustva sa ciljnim populacijama. Oba člana tima su kulturni antropolozi s obiljem iskustva u istraživanju i analizi politika u oblasti upotrebe supstanci i rizičnog ponašanja, kao i terenskog rada sa iznad opisanim ciljnim zajednicama. U okviru ovog terenskog rada oboje su pružali vršnjačku podršku i vršnjačku edukaciju ciljnim populacijama, i detaljno se upoznali s upotrebom psihoaktivnih supstanci, pre svega upotrebom supstanci među mladima i upotrebom NPS i stimulanasa u rekreativnim setinzima. Oboje su takođe već pilotirali *web outreach* uslugu zajedno, nekoliko meseci ranije, pa su već imali iskustva i u ovoj oblasti. Imajući u vidu malobrojnost tima, bilo je nekih vremenskih ograničenja, ali ovo je i omogućilo timu da funkcioniše besprekorno u partnerstvu kad je reč o svemu od protokola do izveštaja. *Outreach* radnici su izabrani, kao što je već napomenuto, zbog svog obimnog znanja o fokusu projekta i svog prethodnog *web outreach* iskustva, ali su se dodatno upoznali sa kontekstom humanitarne krize u Ukrajini i situacije s izbeglicama u Srbiji u odnosu na fokus projekta, kako bi mogli što preciznije da kroje svoj pristup prema zajednicama o kojima je reč.





## Preporučeni protokol za sesije Zoom savetovanja

Sada kada smo pokrili osnove, hajde da vidimo kako se može uspostaviti *online* savetovanje preko Zoom platforme. U ovom detaljnom vodiču saznaćete kako da **zakažete Zoom sastanak (Meeting) i čekaonicu (Waiting Room)**, kako da **osigurate bezbednost i anonimnost** svojih klijenata, osnovne principe u komunikaciji, kao i nacrt protokola. Ovaj detaljan vodič pružiće vam uputstva za uspostavljanje sesija Zoom savetovanja na način za koji je naša organizacija utvrdila da je optimalan, sa podešavanjima prilagođenim specifičnostima pozicije i potreba ciljnih populacija. Problem u pogledu rada sa ciljnim zajednicama navedenim u ovom dokumentu je sledeći paradoks.

S jedne strane, stigma, diskriminacija i pravni rizici koji prate upotrebu ilegalnih supstanci, česte obrasce ponašanja u ciljnim zajednicama i temu rizika od HIV-a dovodi članove ciljnih zajednica do neodlučnosti kad je reč o traženju pomoći ili podrške i pristupanju bilo kojoj od dostupnih usluga. Ovo uključuje usluge koje se pružaju pomoću interneta kao i one koje se pružaju uživo, a dodatnu prepreku u ovom specifičnom slučaju je predstavljala činjenica da ključne zajednice na ovom projektu nisu upoznate sa kontekstom programa i usluga smanjenja štete dostupnih u Srbiji niti sa lokalnim pružaocima usluga, uključujući nevladine organizacije poput NVO Re Generacija. Posledično, i s obzirom na činjenicu da je njihov pravni status mnogo nesigurniji nego onaj lokalnih zajednica OKKD, sasvim je neiznenađujuće što najznačajniji izazov u pilotiranju *web outreach* usluga ovim populacijama nije bilo krojenje usluga prema njihovim potrebama, već dosezanje ovih populacija i građenje poverenja između njih i naše organizacije. Relativna prednost *online* savetovanja u odnosu na savetovanje uživo, na osnovu našeg dosadašnjeg iskustva, jeste činjenica da nedostatak kontakta licem u lice pojačava utisak anonimnosti. S druge strane, obrasci upotrebe bilo koje individue iz ciljne populacije, kao i rizici s kojima se ona susreće i rizična ponašanja u koja se upušta, zavise od velikog broja faktora, kao što su interseksionalni identiteti. Zahvaljujući ovoj činjenici, kao i činjenici da pojedincima kojima je potrebna podrška ili pomoć treba personalizovan pristup, *online* savetovanje omogućava nužnu dubinsku komunikaciju. Iako društvene mreže predstavljaju odličan alat za masovnu komunikaciju sa mladima i deljenje opštih korisnih informacija, one su takođe prostor gde mladi delom vode svoje svakodnevne živote, koristeći personalizovane naloge i deleći lične novosti, stavove i razmišljanja. Opcija koje pružaju relativnu anonimnost na društvenim mrežama je malo i one koje je pružaju čine to na način koji ostavlja ograničen prostor za efektivnu komunikaciju (npr. NGL). Na osnovu ove analize i uvida iz našeg rada, zaključili smo da sesije Zoom savetovanja pružaju dobru ravnotežu između nelične komunikacije sa percipiranom zaštitom ličnih podataka i dubinske, personalizovane komunikacije. Ovde predstavljen preporučeni protokol predstavlja način maksimiziranja ovih povoljnih odlika koje čine Zoom savetovanje učinkovitim.

Naravno, one mogu (i trebalo bi) da se kroje prema potrebama zajednice sa kojom radite, kao i kapacitetima vaše organizacije, pa slobodno koristite ovo kao grubu skicu, i prepravite ga po potrebi.

Uključili smo i linkove za vodiče po stavkama kada se uspostavljaju Zoom sastanci, molimo vas da odvojite vreme da se s njima upoznate i uvek održite nekoliko probnih sastanaka pre nego što zvanično počnete!

## **Postavljanje Zoom sastanka**

Zoom nudi raspon različitih podešavanja za sastanke.

Za sesije *online* savetovanja, predlažemo da podesite “Recurring meeting” (sastanak koji se ponavlja) opciju u Zoom-u, kako bi se sva podešavanja obavljala samo jedanput. Ovaj sastanak će uvek imati isti Meeting ID, što će učiniti pristup sastanku lakšim za zajednicu, jer nećete morati uvek da iznova sve podešavate i da uvek delite novi Meeting ID.

Sastanci koji se ponavljaju koji su unapred zakazani takođe će pružiti različite opcije kada je reč o privatnosti, pa se probринite da učesnici mogu da uđu u sastanak bez prijavljivanja i da u njihova kamera i mikrofoni isključeni, osim ako žele da ih uključe.

## **Anonimnost**

Zoom nudi opciju prisustvovanja sastanku bez prijavljivanja na svoj nalog – ova opcija bi trebalo da bude uključena za sastanke sa *web outreach* radnicima.

Takođe, na ovaj način je moguće promeniti ime za konkretan sastanak pre ulaska u njega. Iz ovih razloga, trebalo bi deliti Meeting ID umesto pozivnog linka.

Učesnici bi trebalo da mogu da izaberu da li će uključiti svoju kameru/svoj zvuk ili će koristiti samo Zoom čet opciju. Ipak, *web outreach* radnici bi trebalo da drže kameru uključenu tokom čitavog trajanja sastanka, a na zahtev klijenta mogu koristiti i isključivo čet opciju (ako, na primer, klijent nije sam u prostoriji).

## Podešavanje čekaonice

Kako će učesnici potencijalno provesti neko vreme u Zoom čekaonici (Waiting Room), trebalo bi da bude prisutna jasna poruka za njih onog trenutka kada uđu (npr. savetnik je na sastanku sa drugim klijentom, i pustiće vas čim dođe red na vas, molimo ostanite u čekaonici).

Ako nisu jedini u čekaonici, *outreach* radnik im može takođe poslati direktnu poruku (iako su u čekaonici) kako bi ih obavestio o procenjenom vremenu uključivanja. Na ovaj način, pokazaćemo klijentu da nam je stalo i minimizirati mogućnost da će se on osetiti iznevereno, zaboravljeno ili frustrirano, te da ih možda izgubimo kao klijenta.

## Uključivanje u Zoom savetovanje:

- *Web outreach* radnici bi trebalo da budu ulogovani u zvanični Zoom profil organizacije, jedan radnik po sesiji. U zavisnosti od toga kako su sesije savetovanja organizovane - Meeting ID treba da bude dostupan u svakom trenutku i lako dostupan zajednici, ili podeljen 24h pre nego što savetovanje počne.
- Na društvenim mrežama organizacije, trebalo bi deliti informacije o tome koji će radnik biti dostupan tokom sledeće sesije, imajući u vidu rodnu ravnotežu, imajući vršnjake iz različitih zajednica (tj. LGBTIQ, OKID, SR), u zavisnosti od toga sa kojim zajednicama organizacija radi.
- Ukoliko je trajanje konsultacija sa jenim klijentom vremenski ograničeno (npr. 30 minuta po klijentu), i ako se savetovanje ne privodi kraju organski pred istek ovog perioda, *outreach* radnik bi trebalo da prijateljskim tonom obavesti klijenta da će morati da prekinu sesiju, da mu jasan savet u vezi sa situacijom i uputi ga na druge potencijalno korisne usluge u OCD ili državnim institucijama (u zavisnosti od pitanja, pogledati: sistem upućivanja), kao i da ga pozove da ponovo potraži podršku tokom jedne od narednih sesija ako to bude potrebno.
- Pošto je savetovanje anonimno i privatno, samo jedan klijent i jedan *outreach* radnik bi trebalo da mogu da prisustvuju sastanku u istom trenutku (osim ako je potreban konkretan prevod na drugi jezik), dok će drugi klijenti koji možda žele da se uključe tokom trajanja sesije sa već prisutnim klijentom ostatu u "čekaonici", gde će dobiti informacije (pisanim putem u čekaonici) da je za anonimnost i privatnost savetovanja neophodno da svaki od klijenata bude sam na sastanku, kao i poziv da ostanu u čekaonici jer pojedinačna sesija može trajati do X minuta po učesniku, a potom će biti primljeni u sastanak onim redom kojim su ulazili u čekaonicu.

## Prvi kontakt

Kada puštate osobu u sastanak, radnik može poslati sledeću poruku u čet sastanka:

*Zdravo, zovem se \_\_\_\_\_ (ubaciti ime outreach radnika). Ako ne želiš, ne moraš da uključiš mikrofon ni kameru, možemo samo da četujemo. Da li želiš da ti kucam, ili je u redu da govorim?*

U zavisnosti od odgovora, sledeća pitanja se mogu postaviti preko mikrofona, ili poslati putem četa:

*Savetovanje je anonimno, ali da bih ti dao najpreciznije informacije, da li je u redu da mi napišeš svoj rod i uzrast? Ovo mi može pomoći u upućivanju na bilo koje druge specifične usluge ili resurse.*

*U vezi sa čim ti treba podrška danas?*

## Šifra za vođenje evidencije o savetovanju

S (redni broj sesije **savetovanja**), U (redni broj **učesnika** za taj dan), rod, uzrast

Za rod, legenda je sledeća:

- M = muškarac
- Ž = žena
- TŽ = trans žena
- TM = trans muškarac
- NB = nebinarna osoba
- D = drugo

Ukoliko učesniku upitanom za svoj rod i uzrast, nije prijatno da pruži te informacije i on odbije to da učini – preskočite taj deo šifre i umesto toga zabeležite odbijanje da se pruže ove informacije.

Primeri šifara (nasumično generisanih, samo radi demonstracije principa):

- S1U3M24
- S3U8Ž19
- S4U1D21

## Kraj svake sesije savetovanja

Veoma je bitno znati da li su klijenti zadovoljni uslugama, i da li postoje neki načini ili prostor za poboljšanje.

Kako bi *outreach* radnici mogli adekvatno da vrše monitoring i evaluaciju usluga, trebalo bi napraviti kratak upitnik za učesnike, i podeliti ga sa korisnikom na kraju svake sesije.

Note: trebalo bi da se pobrinete da je platforma koju koristite za prikupljanje povratnih informacija potpuno anonimna i da ne beleži nikakve lične podatke (kao što je na primer IP adresa).

Na kraju sesije, možete podeliti poruku poput ove:

*Kako bismo unapredili svoje usluge, i dobili neke povratne informacije, da li biste mogli da podelite sa nama svoje utiske i predloge za poboljšanje naše online podrške? Kratak upitnik možete naći na sledećem linku: (ubacite link)*

*Hvala vam na pomoći, zaista nam znači!<sup>11</sup>*

## Koje informacije mogu dobiti?

Ponovo, imajte na umu da OKKD nipošto nisu homogena grupa i da, osim razlika unutar njihovih iskustava i obrazaca ponašanja povezanih sa upotrebom droga, postoji i činjenica da je upotreba droga retko, ako ikada, jedini element koji ćete morati da uzmete u razmatranje.

Fokus *online* podrške je svakako na smanjenju štete povezane sa upotrebom psihoaktivnih supstanci, naročito NPS i stimulanasa, pa informacije koje učesnici mogu dobiti spadaju u domen efekata i rizika upotrebe različitih psihoaktivnih supstanci, potencijalnih posledica po fizičko i mentalno zdravlje, opcija za lečenje, informacija o dostupnim programima i uslugama povezanim sa mentalnim zdravljem, HIV i PPI, rodno zasnovanog nasilja, ali i pravnog i socijalnog savetovanja.

U nekim slučajevima, klijenti neće želeći, ili im neće biti potrebno, da budu upućeni na specifičnu uslugu ili instituciju/organizaciju, ali bi trebalo da se pobrinete da im podelite neke relevantne *online* resurse – različite vodiče i *online* alate koji im mogu biti korisni i koje smatrate odgovarajućim.

---

<sup>11</sup> Videti Aneks 3

## Sistem upućivanja - šta, kako, i kome<sup>12</sup>

Ukoliko klijent zatraži dodatnu podršku ili informacije koje organizacija o kojoj je reč nema/ne pruža – klijentu bi trebalo proslediti informacije o dostupnim uslugama/organizacijama/institucijama koje mogu biti od pomoći. Interni spisak informacija o organizacijama, koji sadrži kontakte, trebalo bi napraviti kako bi vašao organizacija mogla da im pristupi brzo. U ovu svrhu smo mapirali organizacije i institucije koje rade u oblasti HIV prevencije, savetovanja i terapije i obezbeđivanja OST, smanjenja štete i oporavka. Takođe imamo pri ruci nekoliko opštih organizacija mapiranih kao potencijalno relevantni kontakti za system upućivanja, poput onih koje se bave mentalnim zdravljem, rodno zasnovanim nasiljem, te pravnim i socijalnim uslugama.

Prilikom mapiranja institucija i organizacija za system upućivanja, kao što je već navedeno, treba da imate otvoren kanal komunikacije sa ovim organizacijama i institucijama kako biste se uverili da zaista pružaju usluge koje ste mapirali – morate unapred da znate koje usluge koja organizacija nudi i pod kojim uslovima. Po pravilu, težite maksimalnoj versatilnosti u svom sistemu upućivanja; spisak bi trebalo da sadrži usluge koje su dostupne što je češće moguće, uz dugo radon vreme i ako je moguće čak i SOS linije otvorene 24/7, i koje su što pristupačnije moguće. Relativna pristupačnost usluga odnosi se na meru u kojoj su one prilagođene i namenjene specifičnim ranjivim i marginalizovanim populacijama, kao što su MSM, SR, OKKD, OKID, itd. Vaš system upućivanja bi trebalo da sadrži višestruke opcije za istu vrstu usluge koje su pristupačnije različitim populacijama – što znači da je osoblje senzibilisano za rad sa ovim populacijama i da su usluge krojene prema njihovim obrascima ponašanja i kulturama. Na ovaj način, možete uputiti svoje štićenike na pružaoce usluga koji su najviše odgovarajući za njih, u zavisnosti od toga kojoj populaciji ili zajednici pripadaju.

Treba uzeti u obzir i činjenicu da, na primer, pristup klijenata različitim uslugama može zavistiti od njihovog zakonskog statusa, pa stoga njihov zakonski status treba uzeti u obzir prilikom upućivanja na uslugu. Ovo takođe treba jasno definisati u sistemu upućivanja. Uvek obraćajte pažnju na zakonski okvir i ograničenja koja on može postaviti na pristup vaše populacije različitim uslugama, i budite spremni da pružite alternativne izvore i pružaoce usluga (obično kada postoji prepreka u pristupu državnim uslugama, postoji OCD koja pokušava da popuni tu prazninu).

---

<sup>12</sup> Videti Aneks 1

## Monitoring – kako izveštavati o savetovanju<sup>13</sup>

Kako bi imali pregled potreba osoba koje su zatražile *online* podršku, vršnjački radnici bi trebalo da vode sažetu evidenciju sastanaka, koja bi trebalo da sadrži ključne informacije – koje su bile teme, koje su bile potrebe klijenta, kao i da li je upućen na druge usluge i ako jeste – koje.

Ovo će nam omogućiti da znamo koje su najčešće potrebe zbog kojih nam se klijenti okreću, bez kršenja poverljivosti usluge. Evidenciju bi trebalo voditi strukturiranjem beležaka nakon završene sesije podrške, kako se ne bi stvarala neugodnost klijentu (učinilo da mu bude neprijatno) ili vršnjačkom radniku (kako bi mogao da se u potpunosti fokusira na potrebe klijenta).

## Evaluacija – napravite anonimnu anketu za povratne informacije<sup>14</sup>

U svrhu monitoringa kvaliteta pruženih usluga, kao i njihove evaluacije i unapređenja, na kraju svake sesije savetovanja učesnik bi trebalo da dobije link ka anonimnoj anketi za evaluaciju savetovanja, u kojoj će oceniti relevantnost informacija koje je dobio, svoj odnos sa osobljem i ukupno iskustvo; takođe bi trebalo da imaju priliku da navedu potencijalne promene koje smatraju delotvornim.

Rezultate ovih anketa za evaluaciju treba koristiti za unapređenje usluge, tj. optimizaciju protokola i sistema upućivanja i svih budućih sesija savetovanja.

---

<sup>13</sup> Videti Aneks 2

<sup>14</sup> Videti Aneks 3

## Studija slučaja: primer paketa *web outreach* aktivnosti

Ovaj primer uključen je u obliku studije slučaja, kako bismo podelili lična iskustva i uvide našeg tima kad je reč o dizajniranju i sprovođenju *web outreach*-a, i kako bismo učinili proces o kom govorimo u ovom dokumentu što je moguće plastičnijim za čitaoca.

U okviru našeg *outreach* rada uopšte, razvili smo i sproveli *web outreach* usluge za mlade pod rizikom, pre svega one koji učestvuju u noćnom životu i (potencijalno) koriste psihoaktivne supstance u ovim setinzima. Cilj *outreach* aktivnosti je bio davanje informacija, saveta i vršnjačkog savetovanja članovima ove zajednice. Kako je to zajednica u radu s kojom imamo bogato iskustvo, o kojoj redovno prikupljamo i analiziramo podatke s terena, i koja je ciljna grupa u većini naših istraživačkih projekata, već smo imali temeljno razumevanje zajednice i urađenu procenu potreba.

Prilagođavanje aktivnosti zajednici prvenstveno je značilo prići im u prostoru gde im je prijatno i gde se okupljaju radi socijalizacije u kontekstu *web outreach*-a, pa smo odlučili da tretiramo pratioce naše organizacije na društvenim mrežama kao osnov za komunikaciju. Kako bismo učinili paket aktivnosti najsveobuhvatnijim mogućim, težili smo proširivanju opsega aktivnosti tako da one uključuju i aktivan i pasivan pristup, kao i ujedno masovnu komunikaciju i sesije jedan-na-jedan. U ovu svrhu, koristili smo dve glavne platforme: Zoom i Instagram.

Sesije Zoom vršnjačkog savetovanja detaljno su opisane u jednom od prethodnih delova ovog dokumenta, pa ovde o njima neće biti mnogo rečeno, osim podvlačenja da su one pružile priliku za individualnu i dubinsku komunikaciju, ali su bile veoma pasivne u pristupu, ne računajući Instagram podršku i promociju koje su ih pratile (post o vršnjačkim radnicima koji pružaju uslugu, storiji sa podsetnicima o sesijama i radnicima koji su “dežurni” za svaku sesiju).

S druge strane, Instagram je poslužio kao platforma za masovnu diseminaciju informacija o bezbednosti u noćnom životu. Zarad stvaranja interaktivne dimenzije i obezbeđivanja maksimalne uključenosti zajednice, uspostavili smo praksu postavljanja pitanja svojim pratiocima preko NGL aplikacije dvaput nedeljno. Pitanja su bila kratka i direktna, i odnosila su se ili na iskustva pratilaca ili na njihovo znanje o temama povezanim sa bezbednošću u noćnom životu, i nikada nismo postovali više od četiri ili pet zaredom. Kada su anonimni odgovori za svaku seriju pitanja prikupljeni, grupisani su prema temi ili nekoj odlici koja im je zajednička, i date su kratke povratne informacije, u obliku Instagram storija sa isečenim fotografijama anonimnih odgovora i tekstualnim povratnim informacijama, koje su uvek pružale dodatne informacije i savete; ponekad su uključivani linkovi ka materijalima poput interaktivnih alata, tabela i publikacija.

Kako su storiji na Instagram profilu dostupni 24 sata, pitanja su postavljana oko 18 časova uveče, a odgovori sa komentarima tokom sledećeg dana. Ovo je rađeno dvaput nedeljno, pre i posle vikenda (pošto tada tradicionalno većina mladih ide u klabinig ili na druge načine učestvuje u noćnom životu), i dopunjeno je živopisnim vizuelnim identitetom i heštegovima kako bi se aktivnosti učinile vidljivijim i zanimljivijim ključnoj populaciji. Hešteгови su korišćeni u Instagram



postovima, koji su takođe pratili dvaput-nedeljno dinamiku storija, I tematski pratili storije. U praksi, ovo je postignuto na sledeći način: pitanja na storijima u svakoj prilici odnosila su se na konkretnu temu koja se tiče bezbednosti u noćnom životu (npr. mešanje supstanci, socijalne interakcije, itd.) i praćena su gorepomenutim storijima sa odgovorima i komentarima. Dodatno, svaka od ovih tema je razrađena ili u pred-vikend ili u post-vikend Instagram postu, koji su donekle informisani i oblikovani pristiglim odgovorima, ali su takođe sadržali opšte korisne informacije i savete na tu temu.

Ovaj kombinovani pristup i hibridna komunikacija omogućili su vrlo dinamičan paket aktivnosti, u kom su ta dva kanala komunikacije upućivala korisnike jedan na drugi, među ostalim relevantnim resursima. Tako je obezbeđen najveći mogući doseg. Uvek je preporučljivo pružiti ključnoj populaciji više tačaka pristupa i različite oblike usluga, kako bi se osigurala potpuna pokrivenost potreba populacije i kako se ne bi u potpunosti isključili oni članovi kojima, na primer, nije prijatno u direktnoj komunikaciji.

## Iz iskustva: nekoliko praktičnih saveta i trikova

Čitav sadržaj ovde predstavljenog priručnika bio je u značajnoj meri informisan i oblikovan iskustvima naših vršnjačkih radnika tokom dizajniranja, implementacije i izveštavanja o *web outreach* uslugama. U tom smislu, ova publikacija predstavlja svo znanje i iskustvo stečeno i teorijski i praktično destilovano u jedan dokument koji bi trebalo da usmerava buduće napore. Ipak, odlučili smo da, povrh toga, uključimo ovaj odeljak vrlo praktičnih, vrlo konkretnih i jezgrovitih, saveta i trikova u publikaciju, koje bi trebalo da čitate i kao bukvalne savete za uspostavljanje *web outreach*-a i kao šablon za razmišljanje o detaljnim pojedinostima *web outreach*-a. Sledeća tabela nema posebnu strukturu, osim činjenice da se svaki "savet" odnosi na jedan predlog, a odgovarajući "trik" se odnosi na preporuku kako tačno najbolje pratiti taj predlog.

Ovaj odeljak crpi inspiraciju i iz naših sopstvenih *web outreach* iskustava i iz razmene iskustava, mišljenja i znanja do koje je došlo tokom treninga "*Pilotiranje web outreach usluga za OKKD i koje su u riziku od HIV-a/AIDS-a, sa fokusom na upotrebu NPS/stimulanasa i rekreativnu upotrebu droga*", implementiranog u okviru istog projekta koji je naveden na početku ove publikacije.

SAVETI	TRIKOVI
Prilagodite ove preporuke svojim potrebama	Izaberite svaki aspect dizajna <i>web outreach</i> -a prema potrebama vaše zajednice, nemojte ostavljati protokol previše uopštenim, svaka organizacija i zajednica imaju specifičnu poziciju i treba im specijalno prilagođen dizajn.
Izgradite zajednicu oko svojih usluga	Postavljajte pitanja i pružite odgovore na društvenim medijima o relevantnim temama, uvek upućujući ljude na vaše <i>web outreach</i> usluge. Organizujte događaje okupljanja zajednice, gde možete da promovirate svoje usluge.
Podstičite uključivanje	Dopunite komunikacione i diseminacione aktivnosti interaktivnim sadržajem poput kvizova.
Nadzirite, evaluirajte, reorganizujte	Ponekad, vaši inicijalni planovi neće teći kako je planirano, pa će biti potrebno da readjust – promenite rasporede, nudite više/manje termina, promenite dinamiku/tim.

Informacije koje treba deliti sa klijentima o brizi o sebi i upotrebi psihostimulativnih droga:

1. **BEZBEDNIJE DOZIRANJE** – sa novom turom stimulativnih droga, preporučljivo je utvrditi snagu droge (koja se može izuzetno razlikovati od ture do ture) uzimanjem test doze ili makar pridržavanjem “počni nisko, idi polako” principa otpočinjanja manjim dozama; upravljanje dozom je ključ za minimiziranje negativnih posledica upotrebe u visokim dozama povezanih naročito sa injektiranjem i pušenjem pomoću pajpa stimulativnih droga – smanjeno doziranje može ograničiti rizike od pregrevanja, srčanog udara, problema sa mentalnim zdravljem. Nažalost, usluge testiranja droga nisu dostupne u Srbiji pa nema načina da znamo šta je neka supstanca, niti koje druge supstance sadrži, te uvek postupajte oprezno ukoliko odlučite da konzumirate bilo koju ilegalnu supstancu.
2. **PONOVLJENI OBRASCI** – korišćenje nekoliko dana uzastopno povećava drastičnost “spuštanja”, može izazvati “krešovanje”, pri kom iscrpljenost, smanjenje količine serotonina i dopamina, nedostatak sna i dodatni pritisak na telo vode do obrazaca dugog i dubokog sna – znajte svoje fizičke granice i unapred planirajte okončavanje sesije pre nego što je verovatno da ćete ih dostići;
3. **HIDRATACIJA** – stimulansi čine da se telo zagreje, pa ono snižava svoju sržnu temperaturu znojenjem; stoga, neophodno je ostati hidriran/a kako bi se pomoglo bezbednom uklanjanju ostataka supstanci, a ispijanje vode je ključna strategija

smanjenja štete za osobe koje koriste stimulanse – ali takođe je preporučljivo hidrirati se sporo i postepeno;

4. **HIGIJENA** – nakon duge sesije uzimanja stimulanasa, bitno je zbog nege kože, kao i opšteg osećaja blagostanja, voditi računa o higijeni – istuširajte se, operite zube, ili bar operite ruke i umijte se;
5. **ISHRANA** – stimulanasi postavljaju dodatne zahteve vašem telu, pa bi trebalo da se snabdete sporo sagorevajućim ugljenim hidratima pre upotrebe; nakon uzimanja stimulanasa, a možete i jesti pre odlaska na počinak kako biste pomogli svom telu da se oporavi i regeneriše; takođe, jedenje voća, jogurta ili energetskih štanglica tokom sesije korišćenja smanjuje rizik od stanja iscrpljenosti usled dugih perioda upotrebe stimulanasa;
6. **INFORMISANJE** – tržište NPS market se sve više diverzifikuje, pa je neophodno da istražite droge koje planirate da uzmete, bilo traženjem saveta od iskusnih vršnjaka uživo ili preko *online* foruma, bilo istraživanjem vaše NPS na specijalizovanim internet stranicama, kako biste mogli doneti informisanu odluku o svom izboru supstance, doziranju i mešanju supstanci; ipak, čak i uz odgovarajuće istraživanje – i čak i uz prethodno iskustvo u korišćenju konkretne supstance – treba da znate da sa ilegalnim supstancama nikad zaista ne znate šta kupujete/dobijate – da li supstanca zaista sadrži (samo) ono kao šta se prodaje, ili kolika joj je potentnost – pa “počni nisko, idi polako” princip još uvek važi!

### Saveti za deljenje sa klijentima koji koriste stimulanse bez injektiranja:

1. **Izbegavajte deljenje opreme za korišćenje** (slamki ili pajpova), jer ovo nosi rizik od prenošenja hepatitisa C.
2. Ukoliko ste seksualno aktivni, **uvek imajte** kod sebe i **koristite** kondome i lubrikante (na bazi vode).
3. Kada uzimate stimulanse, **ostanite hidrirani** i vodite računa o svojim usnama; dehidratacija i toplota koja se prenosi iz pajpa može učiniti da vaše usne popucaju i postanu raskrvavljene, čime se stvara put za prenošenje HCV-a.
4. **Pazite** da koristite pajp koji nije okrnjen ili slomljen – takvi potencijalno povećavaju rizik od oštećenja usana i prenošenja HCV-a.
5. Probajte da **koristite štitnike za usta** za pušenje pomoću pajpova – mogu biti prosti poput gumene cevi isečene na 2 cm dužine, preklopljene gumene trake ili gumenih kućišta svećica (od motora vozila) – oni mogu pomoći u smanjenju rizika ako morate da delite svoj pajp sa drugom osobom.
6. Korišćenje **upaljača ili varilice** za pušenje droga **može izazvati opekotine na prstima, nosu ili licu**, što lako može ostati isprva neprimećeno, zbog anestetičkih osobina kokaina ili zbog opšte intoksikacije.
7. Ušmrkavanje stimulanasa može oštetiti unutrašnost nosa. **Ispiranje nosa** (ubrizgavanje fiziološkog rastvora ili vode (izbegavajte česnovaču) u nozdrve i izduvavanje) pomaže da se uklone ostaci droge.

8. **Deljenje slamki ili “snifova”** za ušmrkavanje stimulanasa može povećati rizik od prenošenja HCV-a, pat to **ne bi trebalo raditi**.
9. Pušenje pahuljica kreka u cigareti ili smotanom kanabisu može ublažiti nalet efekata kreka i razvući količinu na više doza.



## Korisni resursi: *online* alati i publikacije

### **Napomena: sledeći resursi i alati su dostupni na engleskom jeziku.**

Neki od resursa mogu – i trebalo bi – da budu zamenjeni sličnima na maternjem jeziku šticeenika. Ipak, nisu svi resursi dostupni na maternjem jeziku šticeenika (npr. interaktivni alat za proveravanje efekata mešanja parova supstanci).

Informacije o supstancama, njihovim efektima i rizicima koji su uzrokovani, i povezani sa, njihovom upotrebom možete naći na: <https://www.drugsand.me/>

Interaktivni alat za proveravanje efekata mešanja parova supstanci možete naći na: <https://www.drugsand.me/tools/interactions/>

Još jednu tabelu koja pruža informacije o nivou rizika kad je reč o mešanju parova supstanci možete naći na: [https://wiki.tripsit.me/images/3/3a/Combo\\_2.png](https://wiki.tripsit.me/images/3/3a/Combo_2.png)

### **Napomena: slede korisni resursi i publikacije dostupni na srpskom jeziku i povezani sa lokalnim/regionalnim kontekstom.**

Na veb sajtu naše organizacije možete naći informacije povezane sa upotrebom supstanci i povezanim rizicima, kao i postupanju u određenim hitnim situacijama.

Za komunikaciju sa mladim ljudima u vezi sa pitanjima bezbednosti u noćnom životu uključujući ali ne i ograničavajući se na rizike upotrebe supstanci, naša organizacija je objavila *Džepni vodič za bezbedniji klabin*. Vodič pokriva teme rizičnog ponašanja, prava i obaveza, smanjenja štete, različitih klasa supstanci, kao i najrelevantnijih socijalnih i zdravstvenih rizika (spajking, toplotni udar, gubitak svesti, nezaštićeni seksualni odnosi, itd).

Vodič za vršnjačke i omladinske radnike pod nazivom *Kako komunicirati s mladima o drogama*.

Još jedan koristan vodič za omladinske i vršnjačke radnike je *Kurikulum za rad sa mladima u riziku*.

Sledi još jedan koristan priručnik koji za temu ima: *Rad sa ženama koje koriste drogu u slučajevima rodno zasnovanog nasilja*.

## Aneks 1 - Šablon sistema upućivanja

Evo kratke tabele koja ilustruje informacije koje bi trebalo da imate pri mapiranju organizacija/institucija za upućivanje.

Preporučujemo da napravite Excel sheet, kao i da napravite više različitih sheets podjeljenih po opštoj temi usluga, odnosno mentalno zdravlje, DPST, rodno zasnovano nasilje, LGBTIQ, smanjenje štete, mladi, socijalna i pravna podrška, itd.

Ime organizacije/ Institucije	Kontakt i radno vreme	Adresa	Link ka sajtu/ društvenim mrežama	Usluge koje nude
Org 1	Broj telefona/email/ kontakt osoba			<i>Koje usluge? Kome? Kada i gde? Kako im klijenti mogu pristupiti?</i>

## Aneks 2 – Šablon za monitoring

Kao što je već navedeno, monitoring je zaista bitan, pa delimo tabelu koju smo mi koristili za monitoring i izveštavanje.

Naravno, slobodno je prilagodite sopstvenim potrebama.

Ime člana osoblja	
Datum	<i>Ako imate različite termine tokom dana (jutarnje/popodne/večernje sesije), navedite i termin.</i>
Trajanje savetovanja	
Šifra klijenta	<i>Ovo je detaljnije opisano u poglavlju "Šifra za vođenje evidencije o savetovanju"</i>
Upućivanje na druge usluge, organizacije, ili institucije	<i>Da li je klijent upućen na druge usluge, organizacije, ili institucije? Ako jeste, koje? Zašto?</i>
Beleške	<i>Koje je potrebe klijent imao? O čemu se raspitivao? Postoji li nešto što vam je baš zapalo za oko? Da li je bilo nekih problema?</i>  <i>Ove beleške mogu biti onoliko kratke ili detaljne koliko smatrate da treba, ili u dogovoru sa outreach menadžerom, ali u svakom slučaju <b>UVEK</b> imajte na umu etiku i bezbednost ličnih podataka! Ukoliko će ove beleške biti podeljene sa članovima vašeg tima, uključite samo one koje su neophodne za razumevanje konteksta i opšte teme sesije, i nikada nemojte ostavljati bilo kakve informacije koje mogu dovesti klijenta u opasnost!</i>

## Aneks 3 – Šablon za evaluaciju

Evo primera mogućih pitanja za evaluaciju, ali vas ohrabujemo da ih prilagodite sopstvenim potrebama.

1. Ko vam je iz našeg tima pružio usluge konsultacija?
  - *Ime i prezime člana tima A*
  - *Ime i prezime člana tima B*
  - *Ime i prezime člana tima C... i tako dalje*
2. Koliko su vam korisne bile informacije koje ste dobili?
  - *Skala od 1 do 5 (uopšte nisu korisne do veoma korisne)*
3. Usluga mi je pružena na jasan i razumljiv način
  - *Skala od 1 do 5 (Uopšte se ne slažem do U potpunosti se slažem)*
4. Preporuke koje sam dobio/la od savetnika su primenljive u mom slučaju
  - *Skala od 1 do 5 (Uopšte se ne slažem do U potpunosti se slažem)*
5. Da li je bilo nekih problema tokom savetovanja?
  - *Da/Ne*
6. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio "Da", molimo vas da opišete problem
7. Da li vas je savetnik uputio na neku drugu uslugu/organizaciju?
8. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio "Da", da li mislite da će vam to upućivanje biti od koristi?
  - *Da/Ne*
9. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio "Ne", molimo vas da objasnite razlog
10. Da li biste preporučili ovu uslugu svojim vršnjacima?
  - *Da/Ne*
11. Kako ste čuli za ovu uslugu?
12. Da li biste promenili nešto u vezi sa ovom uslugom?



## Reference

EMCDDA (1999). Outreach Work Among Drug Users in Europe: Concepts, Practice and Terminology. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1999.

Eurasian Harm Reduction Association, Swansea University (2020). New psychoactive substance use in the Republic of Serbia: Research results. Molnar, Irena. EHRA: Vilnius, Lithuania.

NVO Re Generacija (2022). Smernice za #BezbedanParty: predlozi za unapređenje javnih politika u cilju povećanja bezbednosti mladih u noćnom životu. Nina Šašić, Beograd, Srbija 2022, Srbija.

United Nations Office on Drugs and Crime, Regional Office for South Asia (2012). Outreach for Injecting Drug Users. H. Umesh Sharma. UNODC: India.

United Nations Office on Drugs and Crime, Regional Programme Office for Eastern Europe (2021). Recommendations "Web-Outreach for People Who Use Drugs". Aleksey Lakhov. UNODC: Russia.

<https://www.unodc.org/LSS/Page/NPS>

Klabing I zdravlje mladih, <https://www.regeneracija.org/post-slider/3090/>

Tokom 2020, UNODC Regional Programme Office in Eastern Europe (RPOEE) istraživala je polje upotrebe NPS/stimulanasa u Istočnoj Evropi I Centralnoj Aziji s ciljem da razvije sveobuhvatan odgovor na HIV, uz poštovanje zdravstvenih potreba ove grupe kako bi ih dosegla sa testiranjem na HIV I ART terapijom.

Na osnovu zahteva ključnih populacija, UNODC RPOEE sprovela je procenu potreba u šest država regiona: Ukraini, Belorusiji, Moldaviji, Kazahstanu, Kirgistanu, I Uzbekistanu, koja je otkrila veliku diskrepancu u znanju I razumevanju zdravstvenih rizika pri upotrebi NPS/stimulanasa, kao I manjak odgovora na njihove zdravstvene potrebe, uključivanje u HIV/ART terapiju od strane pružalaca usluga.

Preko 200 predstavnika/ca ključnih populacija bilo je uključeno u ove pilot studije, u okviru focus grupa I anonimnih onlajn upitnika.

Studije za Ukrajinu I Moldaviju su dostupne ovde : NPS\_Ukraine\_English.pdf (unodc.org) I NPS\_Moldova\_ENGLISH.pdf (unodc.org), dok su ostale dostupne na zahtev regionalnim kancelarijama.

Na osnovu pomenutih studija, a kako bi istražila i pozabavila se mogućoj upotrebi *web outreach-a* kao alata smanjenja štete, UNODC RPOEE razvila je različite resurse za *web outreach*:

Website Главная – NPS Info (nps-info.org) – Onlajn platform za ključne populacije, uključujući osobe koje koriste NPS/stimulanse, kao i pružaoce usluga koji rade sa ovim populacijama.

Web Outreach Recommendations RecommendOutreachENG.pdf (unodc.org) – Publikacija koja navodi glavne aspekte *web outreach-a* kao tehnologije smanjenja štete za osobe koje koriste NPS/stimulanse, i pružaoce usluga.

Animirani snimci za učenje koji objašnjavaju onlajn programe smanjenja štete

<https://www.youtube.com/watch?v=K2U83omuUIE&list=PLP1rrIC89eFAHHyU6iTzS9Ma2dwsfZ>

Apv– snimci su namenjeni dvema grupama: vladinim/nevladinim pružiocima usluga, i osobama koje koriste NPS/stimulanse, i objašnjavaju kako sprovesti onlajn intervencije kada su u pitanju HIV usluge. 10 video snimaka prikazuju 8 intervencija celokupnog paketa i dostupni su na engleskom i ruskom.

