



mi jó embereket  
kerestünk,  
a program a jó  
emberségről szólt

# Jó emberek kerestetnek

Az ÁGOTA (Állami Gondoskodásban Élő és Veszélyeztetett Fiatalok Támogatásáért) Alapítvány minden megyében jelen van, közel 700 gyermeket támogat, gyermek- és lakóotthonban, illetve, ami nagyon fontos, nevelőszülői családban élő gyermekeket is.

Éjszakai, illetve mobil játszóházunkba sok-sok gyerek jár be évek óta – mondja Kothencz János, a szervezet alapítója, a kuratórium elnöke.

A mozgalmat 1996-ban hoztuk létre országos karitatív közösségként, 2002-től pedig hivatalosan bejegyzett szervezetként működik.

Tizenhetedik évünket töltjük be most nyáron a 17. Országos Állami Gondozottak Találkozója táborral. Tevékenységünkről a [www.agotaalapitvany.hu](http://www.agotaalapitvany.hu) oldalon tájékozódhatnak.

Az itt bemutatott projektben hézagpótló folytatását valósítottuk meg mindannak, amit hosszú évekkel ezelőtt elkezdtünk. Elképzeléseinket egy csaknem 4 éves

állapotfelmérő kutatás alapozta meg, amelynek eredményei beépültek a szenzitív pedagógikoterápia, a KÁSZPEM rendszerének módszertanába.

Nagyon fontosnak tartjuk a gyermekvédelmi szakellátásban élő gyermekekkel való, elsősorban emberi, és nem utolsó sorban szakmai bánásmód minőségét.

A gyermekotthonokban felkarolandó csemetéink ügyén túl azt is fontosnak tartjuk, hogy nevelőszülői családba is minél több gyermek kerülhessen, mert a lehető leghatékonyabb család pótló közeg maga a család.

**Ami a nevelőszülői családnál hatékonyabb, az a gyermek saját családjába való visszagondozása, hazasesítése.**

A projekt a gyermekvédelmi szakellátás nevelőszülői területéről szól, az volt a célja, hogy a nevelőszülői hivatásvállalást népszerűsítsük, az ezzel járó mindennemű tájékoztatást a legszélesebb körben biztosítsuk, és emellett propagáljuk az örökbefogadást is.

Mindenképpen a családba fogadást, a befogadó szülői hivatásvállalás fontosságát húzzuk alá.

Az ötlet lényege az, hogy a gyermekek egy családi környezet modelljén keresztül inkább hazaérkezhessenek ebbe a társadalomba, ahelyett, hogy a társadalom perifériáján kallódnának.

Két módon igyekeztünk ezt megvalósítani. Végigjártuk Magyarország összes megyéjét. 21 állomáshelyen tartottunk részletes tájékoztatást mindenki számára az ott működő megyei gyermekvédelmi szakszolgálatok és gyermekvédelmi központok vezetőivel, nevelőszülői háálózatban működő szaktanácsadókkal, vagyis mindazokkal, akik ebben az ügyben kompetensek, autentikus megszólalókkal – nevelőszülőkkel, örökbefogadó családokkal együtt.

Ebben a tájékoztatásban az örömök és a nehézségek terén egyaránt megosztottuk tapasztalatainkat. Ezek voltak az úgynevezett tájékoztató konferenciák.

Magának a programnak a neve: 2013. évi ÁGOTA integrációs programsorozat a nevelőszülői hivatásvállalás és a családba fogadások népszerűsítésére. Ezt az Emberi Erőforrások Minisztériuma is támogatta csaknem 25 millió forinttal, és az ÁGOTA Alapítvány valósította meg, régi szimbiotikus partnerével, a Katolikus Egyházzal.

Az alapítvány már 17 éve vállal karitatív szolgálatot az egyházban, és annak maga is tagja. Az ÁGOTA identitását tekintve tehát egy katolikus keresztény szervezet, és a Szeged-Csanádi Egyházmegye is aktív részese volt ennek a kampánynak.

A másik támpillér a klasszikus média-kampány volt. Míg az előzőekben egyfajta mozgósításról beszéltünk, itt média-jelenlétről, amit a city-light reklámközponttól kezdve az óriásplakátokon át, a különböző televíziós és rádiós spotokig minden módon biztosítottunk. Több mint 1200 médiamegjelenés kísérte ezt a kampányt.

A konferenciák előtt sajtótájékoztatókat tartottunk, a médiában célzottan a kampány részeként megjelenő reklámtartalom miatt. Ez széleskörű társadalmi összefogást és figyelemfelhívást jelentett, a siker egyik záloga éppen ez.

Az alapítvány nem egyedül vitte véghez a kampányt, bár mi voltunk az "arca" az ügynek, hanem a teljes hazai gyermekvédelmi szakma összefogásával valósult meg, és ennek az áldásos eredményeit ma már látjuk.

A célközönség? Mindenki. Minden jó szándékú, befogadásra kész család és egyén, akik úgy gondolják, hogy egy családjától megfosztott, abból kiemelt, vagy családját veszített fiatal saját gondoskodásukban képesek nevelni, gondozni hosszú távon.

Nagyon fontos, hogy egy ilyen hivatásvállalás nem egy örökkévalóságot jelent, hiszen a szakmai jogszabályok értelmében őket átmeneti gondoskodásba vett fiataloknak tekintjük, akiknek esélyük van arra, hogy vérszerinti családjukba visszakerüljenek.

Az örökbefogadás egy másik státusz, ahol a család teljes jogú tagjává válik a gyermek.

**Fontosnak tartottuk, hogy az előítéletek, a negatív túlzó általánosítások tompuljanak az állami gondozottakkal szemben.**

Láttatni szeretnénk volna azt is, hogy nem csak a kisbabákat, hanem a nagyobbacs-

ka gyermekeket is lehet nevelőszülői gondoskodásba venni, illetve örökbe fogadni.

Ennek nem feltétele, hogy keresztény katolikus hívó legyen valaki. Mi jó embereket kerestünk, a program a jó emberségről szólt.

Mivel több, mint ezer médiamegjelenésünk volt, nem tudom, melyik volt a legeredményesebb, a közszolgálati vagy a kereskedelmi média. Budapesten a Clubrádió, vagy a Lánchíd Rádió, és sorolhatnám a többi...

Ezeknek legalább akkora szerepe volt, mint a Kossuth Rádió műsorainak, vagy a Magyar Televízió családbarát magazinjának. A jó cél megvalósítása érdekében a média különböző szereplői is össze tudtak fogni – ez nagy dolog!

Több médiamegjelenést a honlapunkon is feltüntettünk – már a regionális sajtó fontossága miatt is –, hiszen a cél az volt, hogy az utolsó szegletkéig eljuttassuk az üzenetet. Ez pedig nemcsak arról szól, hogy a Duna TV bemutat egy dokumentumfilmet, hanem arról, hogy a legapróbb helyi újság is beszámoljon rólunk.

Itt Szegeden a Magyar Rádió regionális műsorában, a Városi Televízióban, de a kereskedelmi médiában is, pl. a [szegedma.hu](http://szegedma.hu) hírportálon, vagy a Rádió 88-ban ma is megjelennek a spotjaink.

És nagyon fontos, hogy a katolikus hírportálok is beszámoltak erről az eseménysorozatról.

Hogy a kampány milyen konkrét eredményt hozott, azt ma még nem tudjuk. Egy biztos: most már az ország minden sarkában hallottak az ÁGOTÁ-ról. Így nagyban szolgálta a szervezet szakmai presztízsét is ez a programsorozat.

**A program nagy eredménye az, hogy több mint 1000 gyermek és fiatal kerülhet intézmény helyett nevelőszülő családba.**

Megjegyzem, ha csak egyetlen gyermeket juttattunk volna családhoz ezzel a mérhetetlen erőfeszítéssel, már akkor is megérte volna.

A befektetés nagy volt. 25 millió forintot költöttünk el, de ez nem volt elég. Sajnos, olyan tételekre, mint szállásköltségeink távoli településeken, már nem futotta, ezt saját pénzünkéből fizettük ki.

# Minden gyermeknek családban van a legjobb helye



Az ÁGOTA Alapítvány saját forrásokból is hozzátett "egy kis kiegészítést". Ami a munkát illeti, több száz ember dolgozott ebben a projektben, az alapítvány önkéntes közösségéből két alapkoordinátor, rajtam kívül Balogh Zsolt és Szabóné Szívós Ildikó, körük csoportosul az a nagyszámú önkéntes közösség, akik kiküldték a meghívót, odatették a virágot, intézték a sajtóregisztrációt és minden mást.

Minden megye legszebb épületeit, termeit kaphattuk meg. Minden évben az országos rendezvényünket a szegedi Dómban rendezzük meg, így május 9-én itt zárult ez a kampány is.

A siker az elszántságnak és az állhatatosságnak köszönhető. Kezdetben felmerült, hogy ez a projekt legyen csak regionális, illetve elég csak a médiát megszólítani.

Mi ragaszkodtunk ahhoz, hogy mindenhová menjünk el, bontsuk le a legapróbb részletekre, legalább akkora hangsúlyt helyezve a kistélepülési népszerűsítésre, mint a fővárosira. Ez az alaposág mindenképpen titka volt a sikernek.

**A szlogen ez volt: Minden gyermeknek családban van a helye.**

Sokat köszönhetünk a hiteles szakmai és nevelőszülő előadóknak, illetve minden konferenciánkon a kormány legalább helyettes államtitkárok szintjén is támogatóan jelen volt, és együtt propagáltuk ezt a történetet.

Egyaránt fontos volt az érzelmi és a racionális megszólítás. Ennek az ügynek a pénzhez van a legkevesebb köze.

A magyar emberek befogadóak, adakozóak, főleg a szegényebbek messze segítőkészebbek, ha bajbajutott emberekről van szó. Láttuk a példákat Sri Lankától a dévai árvaházakig. Mi azt hangsúlyoztuk, hogy itthon is van tennivaló.

A tájékoztatásból eredő homályt kellett végre szétoszlatni: hogy mi fán terem ez a hivatás, a vállalkozó kedvű embereket kellett hitelesen informálni. A több ezer érdeklődő csaknem fele jelentkezett, most már az ő tudatos tematikus felkészítésük is komoly feladat.

Az információ pontossága végett komoly háttérrel biztosítottunk: telefonos, e-mailes elérhetőséget, munkatársaink és szakemberek fogadták az érdeklődőket, a hívásokat.

Komoly információátadás történt, amelyre igény is volt. Több tízezer tájékoztató anyag készült, nyomtatott formában, e-mailben.

A kampány 2013. január 18-tól május 31-ig tartott. Az eredményességet úgy mértük, hogy a gyermekvédelmi szakszolgálatok munkatársai megszámozták, hányan jelentkeztek, ezt továbbították a központba.

Minden szervezetnek ajánlanám a kellő állhatatossággal lebontott, az információát mindenhová elvinni képes stratégiát.

**Nagyon fontos: akik képviselik a szervezetet, azok valóban érintettek, de legalábbis hitelesek és kompetensek legyenek abban, amiről beszélnek.**

**Fontos persze a retorikai készség, de a jó kommunikáció a hitelességen múlik. És a kevesebb néha több.**

Nem annyira az óriásplakátok, hanem a személyes megszólítás volt a legcélravezetőbb eszköz: az, ami elhangzott a személyes találkozásokon, és az, ami ebből hírként került át mindazokhoz, akik feleltek erre a hívásra.