



جلسه پنجم

1. درگیر کردن رهبران (Leaders Involvement)
2. کار با رسانه های جمعی
3. ایجاد شراکت و ائتلاف (Partnership & Coalition)
4. تحرک اجتماعی (Social Mobilization)
5. ظرفیت سازی (Capacity Building)

درگیر کردن رهبران جامعه (Leaders Involvement)

- ▶ رهبران جامعه، کسانی هستند که در تسهیل فرآیند تغییر در زمینه مشکلات سلامت جامعه تاثیر مهمی دارند و مشارکت آنان در مراحل طراحی، اجرا و ارزشیابی برنامه های حوزه سلامت می تواند با کاستن از میزان مخالفت های آنها با برنامه به جلب حمایت آنان منجر شود.
- ▶ رهبران را می توان به سه گروه تقسیم کرد:
 1. **قانونگذاران** که وظیفه وضع قوانین را بر عهده دارند
 2. **سیاستگذاران** که سیاست ها را شکل می دهند
 3. **مدیران اجرایی** که وظیفه دارند که سیاست ها را اجرا کنند.

نحوه درگیر کردن رهبران جامعه

- ▶ محیط های رسمی (نشست ها، سمینارها و کنفرانس ها)
- ▶ محیط های غیررسمی (تجمع های عمومی، جشنواره ها و رخدادهای ورزشی، داخل منازل)
- ▶ روش های مستقیم (جلسات، نامه نگاری ها و رسانه ها)
- ▶ روش های غیرمستقیم (همکاران، دوستان و همسران آنها)

ایجاد شراکت و ائتلاف

(Partnership and Coalition)

- ▶ برای رسیدن به اهداف همسو و مشترک، و نه لزوماً یکسان، به یکدیگر می پیوندند و با هم کار می کنند.
- ▶ شراکت می تواند رسمی یا غیر رسمی، دائمی یا موقت باشند.
- 1. هماهنگی (Coordination): هر کسی وظیفه خود را انجام می دهد و تلاش می شود این وظایف تزاخم یا تضادی با هم نداشته باشند.
- 2. همکاری (Cooperation): تقسیم وظایف صورت گرفته است تا کسی کار تکراری انجام ندهد و منابع درست مصرف شود.
- 3. همدستی (Collaboration) یا ائتلاف (Coalition): همه تحت امر یک مدیریت واحد هستند و تقسیم دقیق وظایف و منابع شده است و وظایف مکمل یکدیگر هستند.

▶ محاسن: افزایش قدرت حمایت، امنیت تلاش های جلب حمایت، چند برابر کردن منابع موجود مالی و انسانی، تقویت مشروعیت و تاثیر تلاش ها، ایجاد رهبری جدید در برنامه ها و تشکیل شبکه های سازمانی

▶ معایب: بازماندن از سایر امور مربوط به گروه یا سازمان، به خطر افتادن احتمالی موقعیت افراد، تاثیرپذیری شراکت از سازمان های بزرگتر و در نهایت به خطر افتادن کلیه فعالیت های جلب حمایت در صورت شکست خوردن شراکت

- ▶ قابل رویت کردن و شناساندن برنامه یا سازمان برای جامعه
- ▶ اطلاع رسانی به تصمیم گیرندگان و جامعه درباره فعالیت ها
- ▶ تحریک کردن بحث در زمینه مشکل مورد نظر
- ▶ ایجاد حمایت عمومی از فعالیت ها و سازمان
- ▶ افزایش جلب منابع، عضویت و یا حامیان جنبش مورد نظر

- سرمایه گذاری روی برقراری ارتباطات رسانه ای
- حفظ ارتباط با کمک فنون و تکنولوژی های رسانه ای
- تسهیل دستیابی اصحاب رسانه ها به اطلاعات و داده ها
- رفتار همراه با احترام با دست اندرکاران رسانه ها
- توجه به 5F در ارتباطات رسانه ای: سریع، واقعی، صریح، منصفانه و دوستانه
- ایجاد کانالی برای ارتباط منظم با دروازه بان های رسانه ای
- قدردانی از خبرنگاران و دست اندرکاران رسانه ها از طریق اعطای جوایز و دادن سایر انگیزه بخش ها)

تحرک اجتماعی (Social Mobilization)

تبدیل مردم و گروه‌ها از حالت منفعل به افراد مشارکت‌جو و فعال که می‌تواند:

▶ اعتبار، مشروعیت و قدرت اعمال نفوذ بر سیاست‌گذاران را افزایش دهد

▶ اعتماد و کارایی و عزت نفس آحاد جامعه را بالا ببرد

▶ برنامه را از حالت متخصص محوری خارج کند.

اقدامات لازم برای تحرک اجتماعی

- ▶ درگیر ساختن رهبران جامعه، تاثیر گذاران و رهبران مذهبی
- ▶ شناسایی گروه های کلیدی و شاخص موجود
- ▶ شناسایی کانال های اطلاع رسانی موجود در جامعه
- ▶ سازماندهی گروه ها شامل شناسایی اعضای گروه ها، رهبران آنها و وجوه مشخصه آنان
- ▶ بسیج گروه ها از طریق نشست های محلی، بحث های گروهی، رسانه های سنتی و مردمی، سرگرمی

ظرفیت سازی (Capacity Building)

▶ ایجاد زیر ساخت های لازم برای اجرای برنامه ها شامل:

1. ایجاد نظام رهبری و مدیریت
2. گسترش شبکه جلب کنندگان حمایت همه جانبه
3. توانمندسازی و حفظ دانش و مهارت کافی در نیروی انسانی
4. تخصیص منابع لازم برنامه
5. ایجاد زمینه شراکت برای حمایت از تغییرات مورد نظر
6. خلق دست اندرکاران متعدد
7. تدوین نظام های اطلاعاتی برای تقویت نوآوری ها
8. هماهنگی و مدیریت برنامه های اجتماعی مورد نیاز برای تغییر

فنون ترغیب سازی

1. اعمال فشار Pressuring
2. حساس سازی Sensitizing
3. مذاکره Negotiating
4. تظلم یا دادخواهی Petitioning
5. چانه زنی یا اعمال نفوذ Lobbying
6. مناظره Debating
7. به تحرک واداشتن Mobilizing
8. فنون رسانه ای Media techniques

عوامل موثر در انتخاب فنون

1. طبیعت موضوع جلب حمایت همه جانبه
2. گروه های مختلف دست اندرکاران
3. میزان دسترسی به منابع

تصمیم گیرندگان	مخالفان	شرکا	ذی نفعان	دست اندرکاران فنون
✓	✓	✓	✓	حساس سازی
		✓	✓	تحرک اجتماعی
✓	✓			گفتگو
	✓			مناظره
✓	✓	✓		مذاکره
✓				لابی (اعمال نفوذ)
✓				دادخواهی
✓				ایجاد فشار
✓	✓	✓	✓	فنون رسانه ای

کار گروهی

▶ با توجه به نتایج کارهای گروهی پیشین خود و برای اجرای برنامه، درباره اجزای کلیدی پیام جلب حمایت خود بحث کنید:

1. محتوای پیام

2. زبان

3. فرستنده یا منبع پیام

4. چارچوب یا رسانه

5. زمان و مکان انتقال پیام

▶ کدام رویکردها و فنون را برای ترغیب مخاطبان خود به کار می برید؟ استدلال های خود را ارائه کنید.