

نبض ایران

نبض ایران
دوره آموزش الکترونیکی
فعالیت مدنی برای بهبود و پیشرفت جامعه

گفت و گوی جهانی
برای آینده ایران

این دوره آموزشی با پشتیبانی "مرکز گفتگوی جهانی
درباره آینده ایران" (GDFI) تهیه شده است.

مقدمه

محیط زندگی خود را در نظر بگیرید. کارکرد کدام بخش بهتر است؟ کدام نیازها بایستی به شیوه‌ای بهتر طرح و بیان شوند؟

راه‌های زیادی برای طرح نیازهای جامعه وجود دارد، خواه از طریق آگاهی بخشی عمومی، جمع‌آوری کمک مالی یا انجام کار به صورت انفرادی. گاهی اوقات این روش‌ها نتیجه بخش است. اما در بسیاری از موارد، تنها راه حصول اطمینان از اینکه دولت، مسئولیت یک راه حل پایدار و بلند مدت در برخورد با مشکلات جامعه را برعهده می‌گیرد، حضور در عرصه سیاست‌گذاری است؛ و شهروندانی همچون شما، در تاثیرگذاری بر دولت و وادار کردن آن به ارائه راه حل خاص در خصوص موارد مورد نظر، نقشی بر عهده دارند. وارد شدن در این عرصه را **فعالیت مدنی** می‌نامند.

اگر برای بهبود و پیشرفت جامعه خود چشم‌اندازی دارید و می‌خواهید از طریق همکاری با همسایگان، بر روند سیاست‌گذاری دولت تاثیر بگذارید، این دوره آموزشی می‌تواند برای شما مفید و کاربردی باشد. با شرکت در دوره آموزشی فعالیت مدنی برای بهبود و پیشرفت جامعه، روش برنامه‌ریزی و اجرای یک کارزار مدنی که بتواند بر فرآیند سیاست‌گذاری تاثیر گذاشته و در جامعه تغییرات مثبت ایجاد نماید را خواهید آموخت.

این دوره آموزشی به پنج درس تقسیم‌بندی شده است:

- آشنایی با مفهوم فعالیت مدنی
- برنامه‌ریزی برای فعالیت مدنی
- ایجاد و پرورش پیام در فعالیت مدنی
- اجرای کارزار مدنی
- نتیجه‌گیری: آموختن از تلاش‌ها و نگاه به آینده

در پایان هر درس، میزان آموخته‌های شما از طریق یک آزمون کوتاه سنجیده خواهد شد.

شرکت در این دوره آموزشی

درس ۱: آشنایی با مفهوم فعالیت مدنی

راه‌های بسیاری برای همکاری اعضای جامعه در طرح نیازهای مشترک وجود دارد. در بسیاری از موارد، بهترین راه برای حصول اطمینان از اینکه دولت به گونه‌ای پایدار به مسئولیت‌های خود در قبال نیاز شهروندان عمل می‌کند این است که، شهروندان با انجام فعالیت مدنی در زمینه راه حل مورد نظر، بر فرآیند سیاست‌گذاری اثر بگذارند. این درس به معرفی فعالیت مدنی، بعنوان نوعی استراتژی در پیشرفت اجتماعی موثر خواهد پرداخت.

آنچه می‌توانید در پایان این درس انجام دهید عبارت است از:

- ارائه تعریفی از فعالیت مدنی و اینکه فعال مدنی به چه کسی گفته می‌شود؛
- تشخیص تفاوت‌ها میان انواع استراتژی در طرح نیازهای جامعه، و درک این نکته که چرا فعالیت مدنی اغلب بهترین رویکرد ممکن است؛ و
- درک چگونگی بهره‌مندی و سود بردن جوامع از کارزارهای مدنی، حتی در صورت عدم نتیجه‌گیری در تک تک تلاش‌های صورت گرفته.

بعدي

قبلي

فعالیت مدنی به چه معناست؟

فعالیت مدنی فرآیندی است که در آن افراد، گروه‌ها، شبکه‌ها و ائتلاف‌ها در پی ایجاد تغییرات مثبت از طریق تاثیرگذاری بر سیاست‌ها، روند سیاست‌گذاری و نحوه اجرای سیاست‌ها توسط دولت هستند. به بیان ساده، فعالیت مدنی عبارت است از تاثیرگذاری بر دولت و وادار کردن آن به ارائه راه حل خاص در خصوص مواردی که شما و همسایگان شما توقع اجرا و تحقق آن را دارید.

فعال مدنی به چه کسی گفته می‌شود؟

فعال مدنی فردی است مثل خود شما و همسایه شما، که دغدغه ایجاد تغییرات مثبت در جامعه محل زندگی خویش را دارد. در برخی موارد که فعالیت مدنی بر موضوعات محلی متمرکز است، یک فرد یا سازمان کوچک می‌تواند با موفقیت بر سیاست تاثیر بگذارد. اما در مواردی که تمرکز بر روی مسائل بزرگ‌تر است، فعالیت مدنی موفقیت آمیز نیازمند یک یا چند تشکیلات رسمی است که معمولاً در قالب شبکه یا ائتلاف با یکدیگر همکاری می‌کنند.

فعالان مدنی قصد تاثیرگذاری بر روی چه کسانی را دارند؟

اینکه فعال مدنی می‌خواهد بر روی چه کسی تاثیر بگذارد بستگی به نیاز و مشکلی دارد که قصد طرح و بیان آن را دارد. درک و شناسایی اینکه کدام سازمان مسئول سیاست‌گذاری و ارائه خدمات در چه زمینه‌ای است، بخش مهمی از فعالیت مدنی موثر را تشکیل می‌دهد. این درس به معرفی برخی منابع برای شناسایی نهادهای مسئول در زمینه‌های مختلف خواهد پرداخت.

چرا برای طرح یک نیاز و مسئله در جامعه، بایستی به فعالیت مدنی دست زد؟

فرض کنید جاده‌ای در شهر شما نیاز به بازسازی و مرمت دارد که بنا به دلایلی، دولت هنوز برای تعمیر آن اقدام نکرده است. روش‌های مختلفی برای بیان این ضرورت وجود دارد:

- می‌توانیم به کمک **روش بالا بردن آگاهی**، لزوم مرمت این جاده را به مردم یادآوری کنیم.
- افراد می‌توانند از طریق یادگیری نحوه بازسازی و تعمیر جاده، به شخصه اقدام به مرمت آن نمایند. این روش را **خودپاری** می‌نامند.
- **رویکرد حقوقی** این است که یک وکیل استخدام کنیم تا او برای تعمیر جاده اقدام قانونی کند.
- **جمع‌آوری کمک مالی** برای پرداخت هزینه بازسازی جاده، راه دیگری است که پیش رو داریم.
- **از طریق فعالیت مدنی می‌توانیم جامعه را بسیج کنیم تا در خصوص تعمیر جاده و اطمینان از حفظ وضعیت مطلوب آن، مقامات دولتی را متقاعد کنند. برای مثال، با تاکید بر یک ماده قانونی که دولت را مجبور به بازسازی جاده آسیب دیده در کمتر از یک هفته از زمان تخریب می‌کند.**

اگرچه راه‌های زیادی برای طرح نیاز جامعه وجود دارد، ولی به احتمال زیاد خود شما به این نتیجه خواهید رسید که رویکرد فعالیت مدنی بهترین راه برای اطمینان از مسئولیت‌پذیری دولت در خصوص مشکلات مشابهی است که در آینده ممکن است بوجود بیاید. این اغلب شامل تصویب قوانین یا تغییر مقرراتی می‌شود که علاوه بر مرمت یک بخش آسیب دیده، بهبود سیستم را نیز در پی دارد. هدف از فعالیت مدنی، بهبود فرآیند سیاست‌گذاری است، که در نتیجه پیشرفت پایدارتر در دراز مدت را در پی خواهد داشت.

به خاطر داشته باشید

نکته مهمی که باید به خاطر سپرد این است که فعالیت مدنی همیشه توأم با موفقیت نیست. گاهی منابع کافی برای طرح نیازی که شناسایی کرده‌اید در دسترس موجود نیست، یا اینکه دولت ظرفیت پاسخ‌گویی به نیاز را ندارد.

نکته مهمی که باید به خاطر سپرد این است که فعالیت مدنی همیشه توأم با موفقیت نیست. گاهی منابع کافی برای طرح نیازی که شناسایی کرده‌اید در دسترس موجود نیست، یا اینکه دولت ظرفیت پاسخ‌گویی به نیاز را ندارد.

در موارد دیگر، دولت (یا کارمندان آن) ممکن است دیدگاه مخالفی نسبت به موضوع داشته و بلافاصله متقاعد نشوند. با این حال، انجام فعالیت‌های مدنی، حتی در شرایط دشوار هم مزایای بزرگی در پی خواهد داشت، از قبیل:

- تقویت جامعه از طریق همکاری مشترک در طرح یک نیاز یا مشکل؛
- شناسایی و آموزش رهبران اجتماعی جدید؛
- بنا نهادن ارتباط با مقامات محلی؛ و
- فراهم نمودن زمینه تجربه و مدیریت مورد نیاز برای استفاده در سایر موارد.

نمونه یک فعالیت مدنی

اعضاء و داوطلبان یک سازمان اجتماعی در شهری که جاده آن آسیب دیده است، برای تاثیرگذاری بر سیاست‌مداران و ارگان‌های دولتی که مسئولیت تعمیر جاده را بر عهده دارند، در جریان یک کارزار مدنی با یکدیگر همکاری می‌کنند. این کارزار ممکن است شامل ملاقات با یکی از اعضای شورای محله یا شهر و درخواست از او برای ملزم ساختن شهرداری به تعمیر جاده و نیز کمک به تهیه پیش‌نویس قانونی برای اجبار دولت به تعمیر جاده‌های آسیب دیده، حداکثر ظرف مدت یک هفته بشود. اعضای سازمان اجتماعی سپس ممکن است به برگزاری یک کنفرانس مطبوعاتی برای طرح مشکل و بیان دلایل نیاز به تصویب قانون مورد نظر اقدام نمایند. این گروه همچنین ممکن است با دیگر اعضای شورای شهر یا محله، به منظور متقاعد کردن آن‌ها به تصویب این قانون دیدار کند.

بعدی

قبلی

یادآوری نکات کلیدی درس یک

- فعالیت مدنی فرآیندی است که در آن، افراد در پی ایجاد تغییرات مثبت از طریق تاثیرگذاری بر سیاست‌ها، روند سیاست‌گذاری و نحوه اجرای سیاست‌ها توسط دولت هستند.
- فعال مدنی فردی است که دغدغه ایجاد تغییرات مثبت در جامعه محل زندگی خویش را دارد.
- درک و شناسایی اینکه کدام سازمان مسئول سیاست‌گذاری و ارائه خدمات در چه زمینه‌ای است، بخش مهمی از فعالیت مدنی موثر را تشکیل می‌دهد.
- هدف از فعالیت مدنی، بهبود فرآیند سیاست‌گذاری است، که در نتیجه پیشرفت پایدارتر در دراز مدت را در پی خواهد داشت.

بعدي

قبلي

پرسش‌نامه درس ۱

۱- کدامیک با تعریف فعالیت مدنی همخوانی دارد:

- الف- راه حلی برای مشکل جامعه
- ب- فرآیندی که در آن افراد در پی ایجاد تغییرات مثبت در سیاست‌ها هستند
- ج- راهی که دولت سیاست‌های فعلی خود را حفظ کند
- د- فرآیندی که در آن، مردم دولت را مجبور به مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی کنند

۲- کدام گزینه برای فعال مدنی بودن واجد شرایط نیست؟

- الف- شما
- ب- گروه‌های سازمان یافته محلی
- ج- موسسات بزرگ
- د- همه موارد بالا می‌توانند فعال مدنی باشند

۳- فرد یا مرجعی که فعال مدنی می‌خواهد بر او تاثیر بگذارد، بستگی به نیازی دارد که قصد دارد مطرح کند.

- الف- درست
- ب- نادرست

۴- این‌که بدانیم نهاد مسئول یک خدمت یا سیاست خاص چه کسی است، بخش مهمی از یک فعالیت مدنی موثر را تشکیل نمی‌دهد.

- الف- درست
- ب- نادرست

۵- کدام مورد به‌عنوان یک رویکرد پایدار برای طرح یک نیاز در جامعه محسوب نمی‌شود؟

- الف- رویکرد حقوقی
- ب- رویکرد فعالیت مدنی
- ج- رویکرد شورش و آشوب
- د- رویکرد جمع‌آوری کمک مالی

۶- کدام مورد به‌عنوان فایده رویکرد فعالیت مدنی برشمرده می‌شود؟

- الف- از طریق ایجاد همکاری برای طرح یک نیاز، جامعه را تقویت می‌کند
- ب- رهبران اجتماعی جدید را شناسایی کرده و آموزش می‌دهد
- ج- ارتباط با مقامات محلی را پایه ریزی می‌کند
- د- همه موارد بالا به‌عنوان فایده رویکرد فعالیت مدنی برشمرده می‌شود

۷- هدف از فعالیت مدنی، بهبود فرآیند سیاست‌گذاری است، که در نتیجه پیشرفت پایدارتر در دراز مدت را در پی خواهد داشت.

- الف- درست
- ب- نادرست

۸- فعالیت‌های مدنی همیشه با موفقیت همراه است.

الف- درست
ب- نادرست

بعدي

قبلي



درس ۲: برنامه‌ریزی برای فعالیت مدنی

پیش از آغاز کارزار مدنی، بهتر است زمانی را به طرح نقشه و برنامه‌ریزی اختصاص دهید. برای موفقیت در انجام فعالیت مدنی، علاوه بر زمان‌بندی، هزینه و تلاش کارآمد، بایستی ارزش‌ها و اهداف خود، نیازهای جامعه، اولویت راه‌کارها، مسائل سیاسی و نقاط ورود برای تاثیرگذاری بر امور را نیز ارزیابی کنید. این درس نگاهی کلی دارد به روش‌های مختلفی که هنگام آمادگی برای ورود به یک کارزار مدنی، توسط شما یا دیگر افراد سازمان یا جامعه شما می‌تواند صورت گیرد.

آنچه می‌توانید در پایان این درس انجام دهید عبارت است از:

- ارزیابی منابع خود، سازمان (اگر عضو سازمانی باشید) یا جامعه‌ای که به آن تعلق دارید؛
- ارزیابی نیازهای جامعه و پیشنهاد سیاست‌های موثر و قابل دست‌یابی؛ و
- طرح نقشه راهبردی برای انجام فعالیت مدنی از طریق ارزیابی نقاط ورود به مسائل و شناسایی مخاطب (که گاهی اوقات از او به عنوان "هدف" نام برده می‌شود).

بعدی

قبلی

ضرورت برنامه‌ریزی در چیست؟

پیش از ورود به عرصه کارزار مدنی، تامل و تفکر در مورد آنچه می‌خواهید انجام بدهید، چرایی و همچنین چگونگی انجام کار دارای اهمیت است. معنای برنامه‌ریزی همین است چرا که:

- زمان و منابع دارای محدودیت هستند؛
- می‌خواهید به نتایج واقعی دست یابید؛ و
- می‌خواهید درگیری‌ها و اختلافات را به حداقل برسانید.

از موجودی صورت‌برداری کنید

گام نخست در برنامه‌ریزی، ارزیابی این است که ببینید انجام کارزار مدنی چگونه به شما و سازمان یا جامعه شما کمک می‌کند و این‌که آیا ظرفیت انجام کار در این برهه زمانی را دارید یا خیر. از داشته‌های خود و گروه‌تان صورت‌برداری کنید و ببینید آیا انجام یک پروژه فعالیت مدنی گزینه مناسبی است یا نه. تهیه این صورت‌اقدام و داشته‌ها، به امر برنامه‌ریزی کمک می‌کند.

نیروی انسانی	آیا کارمند یا افراد داوطلبی که متعهد به شرکت در کارزار مدنی بشوند در اختیار دارید؟ این افراد در حال حاضر مشغول چه کاری هستند؟ چقدر حاضرند برای انجام یک پروژه جدید وقت بگذارند؟ آیا کسانی در جامعه محل زندگی شما هستند که بشود آن‌ها را برای کمک به انجام طرح بسیج کرد؟
لوازم و تجهیزات	همه منابعی که به آن دسترسی دارید، مانند کامپیوتر، دستگاه کپی، خط تلفن، لوازم دفتری، قابلیت اتصال به اینترنت و فضای برگزاری جلسات را فهرست‌بندی کنید. چه میزان از این منابع می‌تواند به پروژه فعالیت مدنی اختصاص یابد؟
پول	ببینید خود و اعضای گروه‌تان، در مجموع چقدر پول دارید. چه میزان از این پول را می‌توانید برای انجام کارزار مدنی به صورت نقد آماده کنید؟ گمان می‌کنید چه مقدار پول بتوانید از طریق جمع‌آوری کمک مالی بدست بیاورید.

بعدی

قبلی

تعریف نیازهای جامعه و ارائه راه حل (اقتباس از راهنمای: "صاحبان دموکراسی")

برای فعالان مدنی، "نیاز" زمانی بوجود می‌آید که سیاست‌ها و/یا خدمات دولتی پاسخ‌گوی خواسته‌ها و اولویت‌های شهروندان نباشد. نمونه‌های نیاز می‌تواند بهداشت و درمان نامناسب، جاده‌ها و راه‌های آسیب دیده یا تخریب محیط زیست باشد. این نیازهای کلی و عمومی در هر جایی یافت می‌شود، اما ویژگی‌های هر یک بسته به زمینه آن متفاوت است. دانستن اینکه هر نیاز از انواع "مشکلات" بوجود آمده است، به شما امکان طرح نیازهای گسترده‌تری را می‌دهد.

به خاطر داشته باشید

یک فعالیت مدنی خوب بایستی بر روی موضوع تمرکز زیادی داشته باشد، تا حدی که بتواند آن را به یک سیاست یا راه حل سیاسی روشن پیوند بزند و به راحتی با تعداد بسیاری از مخاطبان ارتباط برقرار کند.

یک فعالیت مدنی خوب بایستی بر روی موضوع تمرکز زیادی داشته باشد، تا حدی که بتواند آن را به یک سیاست یا راه حل سیاسی روشن پیوند بزند و به راحتی با تعداد بسیاری از مخاطبان ارتباط برقرار کند. پنج مرحله اساسی در تبدیل یک نیاز به موضوع قابل پیگیری در پروژه فعالیت مدنی عبارتند از:

• مرحله ۱: نیاز را تعریف کنید

کار را با نوشتن یادداشتی که در آن مشکل را شرح داده‌اید شروع کنید. ابتدا دیدگاه خود نسبت به موضوع را به زبان خیلی ساده بیان کنید. سپس جزئیات بیشتر را به متن اضافه کنید:

- چه میزان، که ابعاد و گستره نیاز را در چشم‌انداز روشنی قرار می‌دهد؛
- چرا، که علل بوجود آمدن نیاز را توضیح می‌دهد؛ و
- که چه، که چرایی اهمیت طرح نیاز را بیان می‌کند.

هنگام پیدا کردن نیازی که قرار است در جریان یک فعالیت مدنی مطرح شود، پرداختن به نیازهایی که به ارتقاء کیفی زندگی مردم می‌انجامد اهمیت زیادی دارد. خواه این نیاز اطمینان از درست کار کردن و نگهداری مناسب چراغ‌های خیابان که امنیت محله را تامین می‌کند باشد، یا اینکه اطمینان از دسترسی به موقع بیماران به مراکز درمانی و غیره. نمایش نتایج ملموس، گام بلندی در کمک به موفقیت فعالیت‌های مدنی شما خواهد بود.

مثالی از شرح مشکل

شرح مشکل به زبان ساده:

آلاینده‌ها دارند به‌طور جدی به رودخانه‌های ما صدمه می‌زنند.

شرح مشکل با جزئیات بیشتر:

(چه میزان، چرا، که چه)

افزایش روزافزون تعداد کارخانه‌ها در حاشیه رودخانه شهر ما، باعث بالا رفتن سطح آلودگی و سرایت آن به منابع آب آشامیدنی شده است. معضلی که بر بهداشت و سلامت اثر جدی گذاشته است.

مهارت‌های خود را بیازمایید: نیاز خود را تعریف کنید

بر روی یک برگ کاغذ، شرحی از یک مشکل را بنویسید. محله شما به چه چیزی نیاز دارد؟ چرا محله شما به چنین چیزی نیاز دارید؟ چرا طرح این نیاز اهمیت دارد؟

مرحله ۲: اطلاعات بیش‌تری گردآوری کنید

برای این‌که درک کاملی از نیاز پیدا کرده و راه‌حل‌های ممکن را ارزیابی نمایید، نیاز به جمع‌آوری برخی اطلاعات بیش‌تر دارید. اجازه بدهید مثال رودخانه آلوده را ادامه بدهیم.

شناسه‌ها	واقعیت‌ها
اطلاعاتی در خصوص تاریخچه و زمینه موضوع، شامل گرایش‌های بلند مدت و پس‌زمینه برخوردهای دولت بدست آورید.	آلودگی رودخانه در طول ۲۰ سال گذشته بیش‌تر شده است. برخورد دولت در گذشته به گونه‌ای بوده که به کارخانه‌ها پیشنهاد داده تا میزان آلودگی زباله‌ها و آلاینده‌های خود را به شیوه‌ای موثرتر اندازه‌گیری کنند، اما این موضوع را الزامی نکرده.
برخی از واقعیت‌های اساسی و آمار در مورد ماهیت و وسعت نیاز، که افراد و اشیاء تاثیرپذیر از آلودگی را دربر بگیرد گردآوری کنید.	حد قابل قبول آلاینده‌های آب برای آن‌که همچنان قابل نوشیدن باشد چقدر است؟ میزان فعلی آلاینده‌های آب چقدر است؟ آب نوشیدنی چه کسانی توسط رودخانه آلوده تحت تاثیر قرار گرفته است؟ تعداد این افراد چقدر است؟ آیا گروه‌های خاصی هستند که از سایرین آسیب بیش‌تری دیده باشند؟ آب آلوده چگونه سلامت افراد تحت تاثیر قرار گرفته را تهدید می‌کند؟
ببینید آیا طرح‌های تازه‌ای برای بیان موضوع پیشنهاد شده است یا خیر.	کارخانه‌ها پذیرفته‌اند که فرآیند دفع زباله خود را اندکی بهبود ببخشند. یک اقتصاددان پیشنهاد کرده که کارخانه‌ها، بسته به میزان آلاینده بودنشان مالیات بپردازند و این رقم صرف پالایش آب شود.

برای گردآوری اطلاعات بیش‌تر، می‌توانید از این منابع پیشنهادی استفاده کنید:

- برای یافتن گزارش‌ها و مقالات خبری حاوی اطلاعات در خصوص نیازی که شناسایی کرده‌اید، در اینترنت به جستجو بپردازید.
- سپس با کارشناسان، روزنامه‌نگاران و فعالان مدنی دیگر که دارای اطلاعات مهمی در زمینه موضوع مورد نظر شما هستند دیدار و گفتگو کنید. پیش از ملاقات با آن‌ها، سوالات خود را آماده نمایید. هنگام تماس، مراتب ادب را بجا آورده و تا جایی که می‌توانید در مورد آنچه بدنبالش هستید روشن و واضح حرف بزنید و وقت خود را با وقت آن‌ها تنظیم کنید.
- در نهایت، ممکن است به انجام برخی تحقیقات اصیل و ابتکاری برای بدست آوردن اطلاعات مورد نظر نیاز پیدا کنید. این نوع تحقیقات می‌تواند مواردی همچون نظرسنجی اجتماعی، تشکیل گروه‌های بحث یا مطالعات موردی را دربر بگیرد.

برای راهنمایی بیش‌تر در زمینه انجام پژوهش، به دوره آموزش [الکترونیکی نظارت بر ارائه خدمات دولتی](#) که توسط نبض ایران برگزار می‌شود مراجعه نمایید.

مرحله ۲: فهرست سیاست‌های جایگزین را تهیه کنید

ایده‌های مرتبط با راه‌حل‌های سیاسی ممکن است از منابع مختلف تامین شود. می‌توانید به جوامع دیگر و روش طرح همان نیاز توسط آن‌ها نگاه کنید. می‌توانید به جامعه خودتان نگاه کنید و ببینید نیازهای مشابه چگونه مطرح شده است. حتی می‌توانید خودتان یک ایده را از اساس خلق کنید.

- اگر هدف این است که رفتارهای ناخواسته را محدود کنیم، گزینه‌های احتمالی ممکن است این موارد را شامل شود:
 - منع رفتارهای آسیب رسان، مانند رها کردن آلاینده‌ها در رودخانه.
 - وضع بازدارنده مالی برای تغییر رفتار، همچون مالیات یا جریمه برای کارخانه‌های آلوده کننده و استفاده از درآمد حاصله برای پالایش آب.
- اگر هدف افزایش عرضه چیزی باشد، گزینه‌های احتمالی ممکن است شامل این موارد شود:
 - افزایش بودجه برای خدمات دولتی خاص، مانند کنترل آلاینده‌ها.
 - استفاده از معافیت مالیاتی یا سایر مشوق‌های مالی به هدف تشویق صاحبان کسب و کار برای ارائه خدماتی همچون نصب تجهیزات تصفیه آب.

❖ مرحله ۴: بین جایگزین‌ها قضاوت کنید و بهترین را انتخاب نمایید

قضاوت بین جایگزین‌ها یعنی اینکه ملاحظات مختلف را در آن واحد در نظر بگیرید. این تامل و پرسش‌گری کمک می‌کند تا سیاست‌های جایگزین مختلف را ارزیابی کرده و بهترین را برای کارزار مدنی خود انتخاب نمایید.

- کدام جایگزین نیاز را به نحو بهتری مطرح می‌کند؟
- چه مشکلات دیگری ممکن است به واسطه این جایگزین حل شود یا بوجود بیاید؟
- چه کسانی از هریک از جایگزین‌ها حمایت یا با آن به مخالفت می‌کنند؟
- کدام جایگزین می‌تواند حمایت سیاسی بیشتری برای تصویب نهایی جلب کند؟

به خاطر داشته باشید

اگر همه پاسخ‌ها را حاضر و آماده در دست ندارید، نگران نباشید. اطلاعات ارائه شده در درس‌های پیش رو، تمرکز بیشتری بر نحوه انجام کار خواهد داشت و نحوه انطباق برنامه بر اساس روند توسعه و پیشرفت کار و اطلاعات جدید بدست آمده را به شما خواهد آموخت.

مهارت‌های خود را بیازمایید: سیاست‌های جایگزین

در تمرین قبلی مشکلاتی را به طور فرضی شناسایی و تشریح کردید. اکنون بر روی یک برگ کاغذ، سه سیاست کاربردی را نام ببرید که احتمالاً مشکلات تشریح شده را طرح و معرفی می‌کنند.

بعدي

قبلي

تدوین استراتژی فعالیت مدنی (اقتباس از راهنمای: "صاحبان دموکراسی")

همزمان با مطالعه محتوای این درس، از [این فرم نمونه](#) به عنوان راهنمایی برای برنامه‌ریزی خود استفاده کنید.

❖ اهداف خود را تعریف کنید

ورود به عرصه فعالیت مدنی برای ایجاد تغییرات مثبت در جامعه کار سختی است. یکی از سخت‌ترین بخش‌های کار، روشن و واضح نگه داشتن اهداف و تاکید دائمی بر پیام است. کارزار مدنی یک روند طولانی مدت است و استراتژی یا راهبرد به سان یک نقشه راهنما، شما را در طول مسیر متمرکز نگه‌داشته و به سمت مقصد هدایت می‌کند.

تدوین استراتژی فعالیت مدنی خود را با تعریف **هدف** آغاز کنید.

- ✓ نتیجه مورد نظر شما و یا پیشنهادات ارائه شده برای حل مشکل در جریان یک فعالیت مدنی، از طریق "هدف" توضیح داده می‌شود.
- ✓ هدف شما باید جذاب و قانع کننده باشد و بتواند نظر رسانه‌ها و مشارکت مردمی که دغدغه‌ها و اولویت‌های دیگری دارند را به خود جلب کند.
- ✓ در عین حال، هدف باید به گونه‌ای باشد که بتوانید در یک دوره زمانی معقول یک یا دو ساله، آن را محقق کرده و به آن دسترسی یابید. نه به این معنا که بایستی حتماً پیروزی نهایی را به سرعت و در همین دوره زمانی بدست بیاورید، بلکه کسب موفقیت در حدی که به شرکت‌کنندگان در فعالیت مدنی حس حرکت و امید بدهد. در واقع، اهداف کوچک‌تری را در نظر بگیرید که باعث پیشرفت کار شده و کسب موفقیت در یک دوره زمانی شش ماهه را امکان پذیر کند.
- ✓ در نهایت، هدف شما بایستی زمینه مساعد برای فعالیت‌های مدنی آینده را از طریق جلب توجه افکار عمومی به مسائل بزرگ‌تر و گردآوردن افرادی که نگران موضوع هستند به دور یکدیگر فراهم کند.

نموداری که در ادامه مشاهده می‌کنید، راهنمای گام به گام تدوین و توسعه اهداف فعالیت مدنی است که به بررسی یک وضعیت آموزشی به عنوان مورد مثال می‌پردازد:

هدف	وظیفه
امکان دسترسی به آموزش پیش‌دبستانی باید برای تک تک کودکان فراهم باشد.	دیدگاه شما چیست؟
<ul style="list-style-type: none">• افزایش تعداد دانش‌آموزان بهره‌مند از آموزش پیش‌دبستانی تا ۲۵ درصد، طی سه سال آینده.• کاهش شمار خانواده‌هایی که کودکان پیش‌دبستانی دارند ولی به امکانات بهداشت کودکان دسترسی ندارند تا ۵۰ درصد، طی پنج سال آینده.	هدف میان مدت شما در تحقق این دیدگاه چیست؟
<ul style="list-style-type: none">• تغییر در سیاست‌های عمومی	برای دستیابی به هدف

<ul style="list-style-type: none"> • افزایش بودجه • تغییر در مدیریت برنامه‌ها • تغییر در رفتار عمومی 	<p>خود، چه چیزی را باید تغییر دهید؟</p>
<p>امکان رفتن به مهد کودک برای همه کودکانی که به آن نیاز دارند فراهم نیست.</p>	<p>مشکل را به ساده‌ترین شکل تعریف کنید</p>
<ul style="list-style-type: none"> • مشکل در دسترسی داوطلبانه بجای مشارکت الزامی است. • همچنین کیفیت این خدمات هم نگران کننده است. • آموزش پیش‌دبستانی با بسیاری از مشکلات رشد کودک (آموزش، سلامت، تغذیه و غیره) ارتباط دارد. • درآمد خانواده مانع اصلی دسترسی به این دوره آموزشی است. • همچنین از عدم درک عمومی در زمینه ارزش دوره مهد کودک، می‌توان به‌عنوان مانع دیگر نام برد. 	<p>عناصر کلیدی مشکل را فهرست کنید</p>
<p>دسترسی به مهد کودک با کیفیت، برای رشد کودک حیاتی است. با این حال، این دسترسی بسته به درآمد خانواده و درک آن از میزان اهمیت دوره پیش‌دبستانی دچار محدودیت می‌شود.</p>	<p>مشکل را به صورت مفصل‌تر بازگو نمایید</p>
<ul style="list-style-type: none"> • کمبود مدیریت دولتی موثر • فقدان استانداردهای مناسب برای برنامه‌ها • منابع مالی ناکافی 	<p>سیاست‌ها یا عوامل نهادین در پس مشکل را نمایان کنید</p>
<ul style="list-style-type: none"> • انتقال مسئولیت برنامه‌ریزی و توسعه برنامه به سطح استانی. • توسعه استانداردهای ملی برای برنامه‌های پیش‌دبستانی. • افزایش بودجه حمایتی برای اعطای یارانه مهد کودک به خانواده‌ها. 	<p>تغییرات بلند مدت مورد نیاز برای رسیدگی به مشکل را شناسایی کنید</p>
<ul style="list-style-type: none"> • چه عواملی به حرکت به سوی حل مشکل کمک می‌کند؟ • چه مواردی از نظر سیاسی قابل دسترسی هستند؟ • این امر موجب بروز چه نوع حمایت‌هایی می‌شود؟ • این امر چه نوع مخالفت‌هایی را در پی خواهد داشت؟ • آیا باعث ایجاد حرکت به سوی اهداف بزرگ‌تر خواهد شد؟ 	<p>برخی از معیارهای کلیدی برای انتخاب اهداف کوتاه مدت در فعالیت مدنی را مد نظر قرار دهید</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تهیه طرح سیاسی در زمینه دسترسی به مهد کودک. • تشکیل گروه‌های کاری به‌منظور توسعه استانداردها در پیش‌نویس تهیه شده. • تشکیل میزگردهای دولتی برای سازماندهی مجدد مسئولیت‌ها. • افزایش نسبی در تخصیص بودجه اختصاص یافته به آموزش پیش‌دبستانی در سال آینده. • اطلاعات قابل دسترس برای والدین در خصوص مزایای فرستادن کودکان خود به مهد کودک. 	<p>اهداف فعالیت مدنی خود را توسعه دهید</p>

مهارت‌های خود را بیازمایید؛ نقشه هدف‌های مورد نظر از انجام فعالیت مدنی را طراحی کنید

با استفاده از نمودار بالا به‌عنوان راهنما و به هدف توسعه اهداف در زمینه مشکلی که شرح و توصیف آن را پیش از این نوشته بودید، [این فرم](#) را تکمیل نمایید.

بعدي

قبلي

❖ زمینه سیاسی را شناسایی کنید

یکی از مهم‌ترین جنبه‌ها در یک کارزار مدنی، درک زمینه‌های سیاسی است. به‌عنوان یک فعال مدنی، شما بایستی با روند سیاست‌گذاری که قصد تاثیر گذاشتن بر آن را دارید آشنایی پیدا کنید. هرچه با این روند بیشتر آشنا شوید، قدرت تاثیرگذاری شما بیشتر خواهد شد.

آشنایی با قوانین و فرآیند رسمی سیاست‌گذاری دارای اهمیت است، چرا که بهره‌گیری از فرآیند رسمی دارای چندین مزیت مهم می‌باشد. برای نمونه، تغییرات رسمی در سیاست‌ها و برنامه‌ها، "ثبت شده" و دائمی‌تر هستند. همچنین به لطف تلاش‌های شما، روند سیاست‌گذاری در آینده، گشایش و پذیرش بیشتری نسبت به ایده‌ها و پیشنهادات شما نشان خواهد داد.

فرآیند سیاست‌گذاری دارای چهار مرحله اصلی است:

- مشکل مورد نظر در دستور کار قوه قانون‌گذاری (مجلس) قرار می‌گیرد.
- مشکل در قالب قانون تعریف می‌شود.
- قانون به تصویب قوه قانون‌گذاری می‌رسد.
- قانون به اجرا در می‌آید.

اگر چه در ایران، تصمیم‌گیری نهایی در سطح ملی اغلب بر عهده مقامات غیر منتخب است، اما مراحل چهارگانه یاد شده در تعیین سیاست‌ها، همچنان در همه سطوح - محلی، استانی و ملی - اتفاق می‌افتد و گاهی اوقات راه‌هایی برای اثرگذاری بر نظرات و سیاست‌ها وجود دارد. در واقع، در برخی موارد بهتر است بجای رفتن یک‌باره به سوی اهداف بیش از حد بزرگ و دور از دسترس، کار را از اهداف کوتاه مدتی شروع کنید که کسب موفقیت در آنها عملی‌تر است.

این کمک بزرگی است که بدانید کدام بخش دولت، مسئولیت مشکلی که مشغول فعالیت مدنی در خصوص آن هستید را بر عهده دارد و تصمیمات چگونه اتخاذ می‌شود. بدون شک نمی‌خواهید وقت و منابع خود را در اثرگذاری بر کسانی که هیچ اختیاری در ایجاد تغییرات مورد نظرتان ندارند تلف کنید. در اینجا منابعی در زمینه ارائه **خدمات عمومی**، **مدیریت محلی** و فرآیند قانون‌گذاری در دسترس شما قرار دارد که می‌تواند محل مناسبی برای آغاز تحقیق در زمینه نقش و مسئولیت‌ها در بخش‌ها و ساختارهای مختلف دولت باشد.

❖ نیروها، متحدان و مخالفان را شناسایی کنید

پس از شناسایی نقاط تمرکز سیاسی در فعالیت مدنی، می‌توانید نهادها، افراد و منافعی که با آن سروکار دارید را تعیین کنید. باید به طور دائم در حال وزن کشی نیروهای سیاسی موافق و مخالف خود باشید. این فرآیند به شما کمک خواهد کرد تا اهداف، متحدان و مخالفان بالقوه را شناسایی نمایید.

شناسایی نیروها

انجام یک ارزیابی در زمینه نیروهای بالقوه موافق و مخالف فعالیت مدنی امری ضروری است. بایستی معین کنید که چه کسی قدرت بیشتری دارد، چه کسی قدرتش کمتر است و هر یک از چه قوایی استفاده می‌کنند. به عنوان بخشی از استراتژی فعالیت مدنی خود، می‌توانید از سه ابزار متفاوت استفاده کنید:

- **تجزیه و تحلیل قدرت-ضعف-فرصت-تهدید (SWOT):** این روش تجزیه و تحلیل برای شناسایی نقاط قوت و ضعف یک گروه یا سازمان و نیز فرصت‌ها و محدودیت‌هایی که در جهان بیرون با آن مواجه است به کار گرفته می‌شود. این روش را به اختصار SWOT می‌نامند که مخفف واژه‌های قوت، ضعف، فرصت و تهدید است.
- **تجزیه و تحلیل نیروهای نامرئی:** این روش تجزیه و تحلیل به ما کمک می‌کند تا در مورد نیروهای اثرگذار بر [تلاش‌های](#) کارزار مدنی از جمله گروه‌های خارجی، بخش‌های داخلی، قدرت‌های روانی و دیگر انسدادها بیاندیشیم. روش تجزیه و تحلیل نیروهای نامرئی می‌تواند به ما کمک کند تا از طریق بحث و گفتگو با دیگران، اختلاف دیدگاه‌ها در میان گروه درگیر در فعالیت مدنی را بازشناسی کرده و تمیز دهیم. در نتیجه قادر است نوعی تجزیه و تحلیل غنی از زمینه‌های بالقوه برای رشد کارزار مدنی را تولید نماید. زیربنای این روش، تجزیه و تحلیل SWOT در مورد محیط خارجی می‌باشد.
- **نقشه قدرت:** نقشه قدرت به شما کمک خواهد کرد تا زمینه‌های اجتماعی و سیاسی که استراتژی شما در آن پرورش می‌یابد را در نظر بگیرید. با استفاده از این ابزار می‌توانید پیش از گام نهادن در کارزار مدنی، متحدان، مخالفان، اهداف و اجزاء اصلی را مد نظر قرار دهید.

بعدي

قبلي

❖ طبقه‌بندی مخاطبان هدف به متحدان و مخالفان

مخاطبان هدف به اشخاص تصمیم‌گیرنده‌ای گفته می‌شود که قادر هستند به پیشنهادات مطرح شده از طریق فعالیت مدنی شما واکنش نشان دهند.

مخاطب **هدف اولیه** تصمیم‌گیرنده‌ای است که در برآورده کردن خواسته شما و همسایگان یا نهادی که به آن وابسته هستید بیش‌ترین قدرت را دارد. فردی که فعالیت مدنی شما بیش‌ترین و اصلی‌ترین رابطه را با او دارد. حتی اگر قدرت برآورده کردن خواسته‌ای که دارید، در واقع در دست یک نهاد - مانند شورای شهر - است، باز هم تلاش کنید تا به موضوع جنبه فردی بدهید. نام فردی که می‌تواند به شدت بر تصمیم‌گیری اثر بگذارد را پیدا کنید و آن فرد را مخاطب هدف خود قرار دهید.

نمونه‌هایی از مخاطب هدف اولیه

کارزار مدنی برای آموزش پیش‌دبستان
وزارت آموزش و پرورش
استاندار
نماینده مجلس
کمیسیون شورای شهر

دو سوالی که به شناسایی مخاطب هدف اولیه کمک می‌کند این‌ها هستند:

- چه کسی قدرت برآورده کردن خواسته شما و سازمان شما را دارد؟ چه کسی در مورد قانون یا سیاست‌ها تصمیم‌گیری می‌کند و چه کسی مسئولیت اجرای آن را دارد؟
- شما بر این شخص چه تسلطی دارید؟

مهارت‌های خود را بیازمایید: شناسایی مخاطب هدف اولیه

بر روی یک برگ کاغذ، نام سه نفر یا سه نمونه از افرادی که ممکن است عضو گروه مخاطبان هدف اولیه شما باشند را یادداشت کنید. به این فکر کنید که چه کسی به احتمال زیاد به پیام شما علاقه‌مند است.

بعدی

قبلی

مخاطب **هدف ثانویه** به کسی گفته می‌شود که خود به تنهایی قدرت یا اختیار برآورده کردن خواسته شما را ندارد ولی می‌تواند بر مخاطب هدف اولیه تاثیر بگذارد. اگرچه مخاطبان ثانویه ممکن است توانایی دستور مستقیم و اخذ تصمیم در مورد یک موضوع خاص را نداشته باشند، اما قادر هستند دیگران را تحت تاثیر قرار داده یا به سمت خواسته‌های خود متمایل کنند. به‌طور معمول، تسلط شما بر مخاطب هدف ثانویه بیشتر از مخاطب هدف اولیه است.

نمونه‌هایی از مخاطب هدف ثانویه

کارزار مدنی برای آموزش پیش‌دبستانی

مدیران مدرسه	انجمن معلمان
انجمن اولیاء	گروه‌های فعال در زمینه حقوق کودکان

دو سوالی که به شناسایی مخاطب هدف ثانویه کمک می‌کند عبارتند از:

- چه کسانی می‌توانند در متقاعد کردن مخاطب هدف اولیه برای برآوردن خواسته شما یا سازمان شما کمک کنند؟
- شما بر این اشخاص چه تسلطی دارید؟

مهارت‌های خود را بیازمایید: شناسایی مخاطب هدف ثانویه

بر روی یک برگ کاغذ، نام سه نفر یا سه گروه که ممکن است مخاطبان هدف ثانویه شما باشند را یادداشت کنید. به این فکر کنید که چه کسی به احتمال زیاد به پیام شما علاقه‌مند است.

بعدي

قبلي

پس از شناسایی مخاطب هدف اولیه و ثانویه، بایستی تشخیص بدهید که کدامیک **متحد** و کدامیک **مخالف** شما هستند.

❖ متحدان

متحدان شما افراد، نهادها و/یا موسساتی هستند که ممکن است به شما کمک کنند. برای دستیابی به اهداف خود، باید از ایشان درخواست کنید تا با شما همکاری نمایند.

سوالاتی که برای شناسایی متحدان باید از خود پرسید اینها هستند:

- این مشکل، چه کسان دیگری را تحت تاثیر قرار می‌دهد؟
- چه افراد یا گروه‌های دیگری از طرح مسئله سود می‌برند؟
- چه کسانی ممکن است علاقه‌مند به همکاری با شما باشند؟

❖ مخالفان

مخالفان شما کسانی هستند که می‌خواهند موضوع به گونه‌ای متفاوت با دیدگاه شما مطرح شود، یا این‌که اصلاً مطرح نشود. کسانی که مایل‌اند در برابر کارزار مدنی شما مانع ایجاد کنند.

سوالاتی که برای شناسایی مخالفان باید از خود پرسید اینها هستند:

- چه کسی از طرح مسئله به روشی که شما پیش گرفته‌اید آسیب می‌بیند؟
- چه کسی دوست دارد شاهد شکست کارزار مدنی شما باشد؟
- چه کسی ممکن است به هر دلیلی، به عنوان یک مانع عمل کند؟
- آیا مخالفانی وجود دارند که بشود آن‌ها را متقاعد کرد؟

می‌توانید از روش تجزیه و تحلیل قدرت-ضعف-فرصت-تهدید (SWOT) برای شناسایی و ثبت اطلاعات مخاطبان و طبقه‌بندی آن‌ها به متحدان و مخالفان کمک بگیرید. همچنین باید مخالفانی که احتمال متقاعد شدن‌شان وجود دارد را ره‌گیری کنید. پیرامون این موضوع در درس بعدی بیشتر خواهیم آموخت.

بعدي

قبلي

یادآوری نکات کلیدی درس دو

- در مورد آنچه می‌خواهید انجام بدهید تأمل و تفکر کنید چرا که: زمان و منابع دارای محدودیت است، می‌خواهید به نتایج واقعی دست یابید و می‌خواهید درگیری‌ها و اختلافات را به حداقل برسانید.
- یک فعالیت مدنی خوب بایستی بر روی موضوع تمرکز زیادی داشته باشد، تا حدی که بتواند آن را به یک سیاست یا راه حل سیاسی روشن پیوند بزند و به راحتی با تعداد بسیاری از مخاطبان ارتباط برقرار کند.
- "نیاز" زمانی بوجود می‌آید که سیاست‌ها و/یا خدمات دولتی پاسخ‌گوی یک سری از اولویت‌های شهروندان نباشد.
- به‌عنوان یک فعال مدنی، شما بایستی با روند سیاست‌گذاری که قصد تاثیر گذاشتن بر آن را دارید آشنایی پیدا کنید. این کمک بزرگی است که بدانید کدام بخش دولت، مسئولیت مشکلی که مشغول فعالیت مدنی در خصوص آن هستید را بر عهده دارد و تصمیمات چگونه اتخاذ می‌شود.
- ارزیابی نسبت به نیروها و شرایط سیاسی که همراه یا بر علیه تلاش مدنی شما هستند، امری ضروری است.
- مخاطب هدف اولیه تصمیم‌گیرنده‌ای است که در برآورده کردن خواسته شما و همسایگان یا نهادی که به آن وابسته هستید بیش‌ترین قدرت را دارد.
- مخاطب هدف ثانویه به کسی گفته می‌شود که خود به تنهایی قدرت یا اختیار برآورده کردن خواسته شما را ندارد ولی می‌تواند بر مخاطب هدف اولیه تاثیر بگذارد.
- متحدان شما افراد، نهادها و/یا موسساتی هستند که ممکن است به شما کمک کنند.
- مخالفان شما کسانی هستند که می‌خواهند موضوع به گونه‌ای متفاوت با دیدگاه شما مطرح شود، یا این‌که اصلاً مطرح نشود.

بعدي

قبلي

پرسش‌نامه درس ۲:

۱- به منظور انجام یک کارزار مدنی موفق، باید به ارزیابی چه چیزی پردازید؟

- الف- ارزش‌ها و اهداف خود
- ب- نیازهای اجتماعی
- ج- راه‌حل‌های ترجیحی، مانند پویایی سیاسی و نقاط ورود به مسئله
- د- همه موارد بالا

۲- کدامیک از موارد دلیلی بر لزوم برنامه‌ریزی برای کارزار مدنی نیست؟

- الف- محدودیت زمان و منابع
- ب- می‌خواهید تاثیر بر سیاست‌گذاری را به حداقل برسانید
- ج- می‌خواهید به نتایج واقعی برسید
- د- می‌خواهید درگیری‌ها و اختلافات را به حداقل برسانید

۳- پیش از آغاز کارزار مدنی، از موجودی کدام مورد باید صورت‌برداری کنید؟

- الف- نیروهای مردمی
- ب- لوازم و تجهیزات
- ج- پول
- د- تمامی موارد بالا

۴- گام نخست در برنامه‌ریزی، ارزیابی این است که ببینید انجام کارزار مدنی چگونه به شما و سازمان یا جامعه شما کمک می‌کند و این‌که آیا ظرفیت انجام کار در این برهه زمانی را دارید یا خیر.

- الف- درست
- ب- نادرست

۵- "نیاز" از نقطه نظر یک فعال مدنی چگونه تعریف می‌شود؟

- الف- چیزی که وقتی سیاست‌ها و/یا خدمات دولتی پاسخ‌گوی خواسته‌ها و اولویت‌های شهروندان نباشد بوجود می‌آید.
- ب- چیزی که به نظر شهروندان اوقات فراغت‌شان را افزایش می‌دهد.
- ج- چیزی که دولت احساس کند برای امرار معاش شهروندان کافی است.
- د- هنگامی که خدمات دولتی کافی و شهروندان از وضع موجود راضی هستند.

۶- ترتیب درست برای تعریف نیازهای جامعه و ارائه راه حل کدام است؟

- ۱- جمع‌آوری اطلاعات بیشتر
- ۲- تعریف نیاز
- ۳- قضاوت میان جایگزین‌ها و انتخاب از میان آن‌ها
- ۴- تهیه فهرستی از سیاست‌های جایگزین
- الف- یک، دو، سه، چهار
- ب- دو، چهار، سه، یک
- ج- دو، یک، چهار، سه

د- چهار، سه، دو، یک

۷- کدام گزینه نتیجه مورد نظر یا راه حل پیشنهادی در خصوص یک مشکل خاص را در فعالیت مدنی شما توصیف می‌کند؟

الف- استراتژی شما

ب- هدف شما

ج- گزینه‌های مختلفی که پیش رو دارید

د- انگیزه‌های مالی شما

۸- در نظر گرفتن زمینه‌های سیاسی در کارزار مدنی اهمیت ندارد.

الف- درست

ب- نادرست

۹- کدام روش به عنوان ابزار شناسایی بخش‌های مختلف استراتژی فعالیت مدنی محسوب می‌شود؟

الف- تجزیه و تحلیل قدرت-ضعف-فرصت-تهدید (SWOT)

ب- تجزیه و تحلیل نیروهای نامریی

ج- نقشه قدرت

د- همه موارد بالا ابزار کاربردی برای استراتژی فعالیت مدنی به شمار می‌آیند

بعدي

قبلي



درس ۳: ایجاد و پرورش پیام در فعالیت مدنی

پیام یا روش انتقال هدف و مقصود به عموم مردم، یکی از عناصر کلیدی در اجرای موفق کارزار مدنی است. از طریق پیام می‌توانید به مردم اطلاع‌رسانی کنید، در آنها ایجاد انگیزه نمایید و به آنها انرژی بدهید تا به تلاش شما بپیوندند. پیام بایستی مشکل را به طور خلاصه بیان کند و راه حل را به روشنی توضیح دهد. پیام موثر پیامی است که مستقیماً با احساسات و علایق مردم سخن می‌گوید. پیام‌های قوی می‌توانند حس نشاط را به دیگران منتقل کنند چرا که راه‌گذر از مشکلات و حل‌گرفتاری‌ها را به مردم نشان می‌دهند.

آنچه می‌توانید در پایان این درس انجام بدهید عبارت است از:

- درک اصول کلیدی برای ایجاد یک پیام موثر در فعالیت مدنی؛
- درک راه‌های بررسی و آزمون پیام؛ و
- شناسایی کانال‌های انتشار و توزیع پیام.

بعدي

قبلي

ایجاد و پرورش پیام

پیام فعالیت مدنی محتوایی است که برای بیان مشکل و ارائه راه حل آن انتخاب می‌کنید. برای ایجاد و توسعه پیام، به اطلاعاتی نیاز دارید که از استدلال شما پشتیبانی کند. پیش از شروع، باید در مورد آنچه می‌خواهید بدان دست یابید به درک روشنی برسید: آیا می‌خواهید چیزی را پشت سر بگذارید یا آن را شکست دهید؟ آیا می‌خواهید پندار و تصور گروه خود را اصلاح کرده و آن را ارتقاء دهید؟ برخی از اصول اساسی ایجاد و پرورش پیام در دست‌یابی به اهداف مورد نظر عبارتند از:

مخاطب هدف را شناسایی کنید



به مخاطبانی فکر کنید که می‌خواهید آموزش بدهید، در آنها انگیزه ایجاد کنید یا آنها را متقاعد نمایید. پیام شما باید با در نظر گرفتن این مخاطبان طراحی شود. آیا جزو نیروهای جدید هستید؟ آیا مدیران تجاری هستید؟ آیا رسانه‌ها هستید، که می‌توانند اهداف و مقاصد شما را به آگاهی عموم برسانند؟ آیا سیاست‌گذاران هستید؟ برای مثال، پیامی که به سیاست‌گذاران داده می‌شود ممکن است به تلاش‌های قانون‌گذاری برای حل مشکل در گذشته اشاره کند، حال این‌که یک پیام آموزشی ساده برای عموم مردم بایستی از ادبیات معمولی برخوردار بوده و مرتبط با زندگی روزمره آنها باشد. در نظر گرفتن سطح دانش ادبی و میزان آشنایی مخاطب با زبان بسیار با اهمیت است.

از مشکل و گفتمان عمومی در مورد آن به‌طور کامل آگاهی یابید



هرچه آگاهی شما نسبت به موضوع بیشتر باشد و این‌که گفتمان عمومی در مورد آن در گذشته و حال چگونه بوده است، خلاقیت و اثرگذاری بیشتری در شکل دادن به پیام خود دارید. ببینید چه کارهایی تا بحال صورت گرفته و این‌که شما خود شما در پی انجام چه کارهایی هستید. آماده پاسخ‌گویی به سوالات باشید. اطلاعات نادرست یا ساختگی به اعتبار تشکیلات شما لطمه می‌زند. هرگز بر روی موضوعی که در مورد آن آگاهی کافی ندارید کار نکنید!

در زمینه دیدگاه‌های مخاطب هدف پژوهش و بررسی کنید



آگاهی از تجربیات و دیدگاه‌های مخاطب به شما امکان می‌دهد تا پیامی قانع‌کننده‌تر که مستقیماً با نگرانی‌های آنها سر و کار دارد را پرورانید. آیا مخاطبان شما رفتاری دوستانه دارند یا خصمانه؟ کجا و در چه وضعیتی زندگی می‌کنند؟ وضعیت اقتصادی آنها چگونه است؟ با اکثریت مردم ساکن در همان منطقه یا کشور چه تشابهات و تفاوت‌هایی دارند؟ مشکلات و نگرانی‌هایشان چیست؟ دانش و گرایش آنها نسبت به دولت، فرآیند سیاسی و گروه‌های فعال اجتماعی چگونه است؟ هرچه اطلاعات شما در خصوص مخاطبان واقعی‌تر باشد، روند طراحی و پرورش پیام‌تان بهتر خواهد بود.



پوشش رسانه‌ای صورت گرفته را مرور کنید

بررسی پوشش رسانه‌ای گذشته، نحوه بازتاب و دریافت مأموریت و تلاش گروه شما توسط رسانه‌ها در گذشته را نشان خواهد داد. مقالات و اخبار در خصوص مسائل کلیدی را در سطح رسانه‌های محلی و ملی ارزیابی کنید. به اصطلاحات بکار گرفته شده، دیدگاه‌های عرضه شده، استدلال‌های کلیدی اشاره شده و نقل قول‌های استفاده شده دقت کنید. آیا تفاوتی در تصویر ارائه شده به زبان‌های مختلف وجود دارد؟ آیا در مناطق مختلف تفاوت دیدگاه وجود دارد؟ در زمینه موارد کاربردی و غیرکاربردی از خودتان سوال کنید و از این تجزیه و تحلیل در استراتژی خود بهره بگیرید.

بعدي

قبلي

پردازش هنرمندانه پیام

پیام‌های خوب دارای چند صفت مشترک هستند: روشن و واضح‌اند، بنابراین باعث سردرگمی مخاطب نمی‌شوند؛ مختصر و مفید هستند، به همین دلیل مخاطب آن‌ها را به سرعت درک می‌کند؛ خلاقانه هستند، پس به خاطر سپرده می‌شوند؛ و در نهایت این‌که قانع‌کننده هستند تا علائق مخاطب را تحریک کنند.

تکنیک‌هایی که هنگام پردازش پیام باید در نظر داشته باشید عبارتند از:

- **پیام‌های قوی تولید کنید.** پیام را به گونه‌ای تنظیم کنید که کوتاه، راستگو و مرتبط با نگرش‌ها و دغدغه‌های مخاطب باشد و با قلب و ضمیر او سخن بگوید. پیام را در طول تلاش مدنی خود بارها و بارها تکرار کنید.
- **در پیام خود بر اصول اساسی و اهدافی که دارید تاکید کنید.** نیازی نیست که در پیام به تک تک هدف‌ها یا علل بروز مشکلی که قصد طرح آن را دارید اشاره کنید. بلکه پیام بایستی کوتاه و متمرکز باشد. عناصر اساسی فعالیت مدنی که نمی‌توانید بر سر آن مصالحه کنید کدام هستند؟
- **پیام باید کوتاه و مختصر باشد.** از نقطه گذاری تاکیدی در ابتدای هر اصل استفاده کرده و فرمت ساده‌ای را برای نوشتن انتخاب کنید. هرچه خواندن پیام راحت‌تر باشد، احتمال خوانده شدن آن بیشتر است.
- **محتوای پیام باید مثل روز روشن باشد.** هیچ امکانی برای تفسیر پیام باقی نگذارید. از امکان معرفی کردن خودتان استفاده کنید، در غیر این صورت دیگران شما را تعریف می‌کنند که ممکن است تعریف چندان مثبتی نباشد.
- **برای پشتیبانی از پیام خود از حقایق استفاده کنید و دلیل بیاورید.** بیشتر مخاطبان با مشاهده حقایق قانع می‌شوند. حقایقی را بیابید که از استدلال‌های خاص شما پشتیبانی می‌کند و نوعی حس فوریت در حل مسئله ایجاد می‌کند.
- **مزایای دستیابی به هدف را شرح دهید.** روی منافع تمرکز کنید، اما هم‌چنین هزینه‌ها را هم بشناسید. هدف شما چگونه به رشد کشور یا جامعه محلی می‌انجامد؟ چه تاثیر مثبتی در زندگی روزمره مخاطب دارد؟ ارتباط میان مشکل خود و دیگر مشکلات اساسی و مهم را شناسایی کنید. برای مثال، "ایجاد فرصت‌های بیشتر برای رفتن کودکان به مهد کودک، تضمین کننده موفقیت بهتر ایشان در مدرسه و کسب مهارت مورد نیاز برای یک اقتصاد مدرن در زمان پیوستن به نیروی کار است."
- **از نمونه‌های "زندگی واقعی" مثال بزنید.** اگر برای مخاطب مثالی از یک وضعیت واقعی در زندگی بزنید که بتواند خود را به آن وابسته بداند، احتمال این‌که به پیام شما واکنش نشان بدهد را افزایش داده‌اید. روایتی در مورد این‌که چگونه یک گروه محلی تبدیل به نیروی محرکی برای آوردن مشاغل جدید به جامعه شما شد، به دیگر گروه‌های محلی کمک می‌کند تا بر نامنی و تردید در زمینه توانایی ایجاد تغییر غلبه کنند. یک حکایت شخصی کوتاه یا بیان یک تجربه، ضمن ارائه دلایل غیرقابل تردید، در مخاطب ایجاد علاقه می‌کند. تجربه کسی را نمی‌توان تکذیب کرد.

روایت‌ها باید کوتاه بوده و مناسب داشته باشد. برای مثال، "نرخ بیکاری ۲/۱۱ درصدی در ایران، چیزی فراتر از آمار است. این رقم نمادی از وجود میلیون‌ها نفر مانند رضا است که تحصیلات دانشگاهی دارد و تلاش هر روزه‌اش، پیدا کردن شغلی مناسب و معقول و تامین غذا برای خانواده است."

- **پیام مخالفان را بررسی کنید و برای آن یک استراتژی مقابله تعیین کنید.** پرداختن به برخی برنامه‌ها و خدمات، اغلب به عنوان نوعی رقابت با برنامه دیگر گروه‌ها تلقی و برداشت می‌شود. ممکن است نخواهید در پیام خود، مستقیماً به استدلال حریف اشاره کنید، اما در عین حال باید آماده پاسخ‌گویی به اتهامات و تصحیح خطاهای بدیهی آن‌ها در پاسخ خود باشید. امری که منجر به گسترش پیام شما می‌شود. این‌که چگونه پیام شما به مشارکت همگان در همکاری برای بهبود کیفیت و عملکرد جامعه، کسب و کار، مدارس و غیره می‌انجامد را نشان دهید. برای نمونه، اگر به مثال رودخانه آلوده برگردیم، در صورتی که مخالفان شما از بالا بودن هزینه کار سخن گفتند، استراتژی مقابله شما می‌تواند این باشد که نشان دهید با صرفه‌جویی در هزینه‌های بهداشت و درمان طی پنج سال، مخارج اولیه نصب تجهیزات پیشگیری از آلودگی جبران خواهد شد.



مرور و بازنگری پیام

بازنگری و دوره کردن پیام پیش از انتشار عمومی و فکر کردن به استراتژی‌ها و راهبردهایی برای افزایش هرچه بیشتر دستاوردهای آن، نکته با اهمیتی است.

چند رهنمون در این زمینه را به خاطر بسپارید:

- **موضوع را با همراهان و همکاران خود**

به هم‌اندیشی بگذارید. در صورت امکان برای کار بر روی یک پیام همه‌گیرتر از طریق همکاری با رهبران محلی، منطقه‌ای و ملی وقت بگذارید. کمک گرفتن در انجام این کار باعث می‌شود که پیام شما از طریق آن‌ها انعکاس بیشتری پیدا کند. اگر آن‌ها را در تصمیم‌گیری دخالت دهید، تمایل بیشتری به ارائه کمک‌های مالی و نیروی انسانی برای پشتیبانی از کارزار مدنی شما از خود نشان خواهند داد.

برای آگاهی بیشتر در زمینه نحوه ایجاد و پرورش پیام در یک فعالیت مدنی، به دوره آموزشی نبض ایران با عنوان [تولید پیام‌های قابل پذیرش و قدرت‌مند](#) مراجعه کنید. در این دوره با اصول اولیه پیام‌رسانی، عناصر یک پیام خوب و چگونگی استفاده موثر از پیام برای پیش‌برد اهداف آشنا می‌شوید.

- **پیام خود را در گروه‌های کوچک به آزمون اولیه بگذارید.** بعد از ایجاد و توسعه پیام، آن را در میان دوستان و کسانی که به‌طور مستقیم درگیر ماجرا نیستند به آزمایش بگذارید. این کار، معادل رسمی نظرات گروه مخاطبانی که بر روی آن‌ها تمرکز کرده‌اید را به شما عرضه می‌کند و می‌توانید از نتایج آن برای اصلاح یا تعدیل پیام نهایی استفاده کنید.

- **پیام خود را با همکاران و متحدان خود به اشتراک بگذارید.** اهمیت درک پیام از سوی همکاران و متحدان در این است که احتمال پیش آمدن تضاد یا تضعیف پیام از سوی آن‌ها را از بین می‌برد. هنگام عرضه مواد و محتوای کار، رونوشتی از نکات برجسته نظرات خود که به توصیف بیشتر جزئیات می‌پردازد را هم به ایشان ارائه کنید.

- **هم‌زمان با محتوای لفظی و شفاهی، از مواد و طرح‌های بصری و گرافیکی هم استفاده کنید.** آگهی‌ها، پوسترها و نشان‌های تبلیغاتی همگی پیام‌رسان هستند. نکته ضروری این‌که، تصاویر بایستی مکمل گفتار باشند، نه در تضاد با آن.

کمپین آب سالم آشامیدنی از سوی خیریه "آب"



کمپین مدافعان حقوق زن در ایران



روز حقوق بشر سازمان ملل متحد



سازمان عفو بین الملل: هرکس حق آزادی عقیده و بیان دارد



مهارت‌های خود را بیازمایید: تصاویر چه پیامی را منتقل می‌کنند

به نمونه‌های تصویری بالا نگاه کنید و پیام آن‌ها را مد نظر قرار دهید. هر یک برای رساندن پیام خود از چه روشی استفاده کرده‌اند؟ اگر شما بودید، برای رساندن این پیام‌ها از چه روشی استفاده می‌کردید؟

بعدي

قبلي

پیام رسانی

راه‌های مختلفی برای ارائه پیام وجود دارد. برای برخی می‌توان از رسانه‌های ارتباط جمعی استفاده کرد. اما در موارد دیگر، چه به صورت فردی و یا در گروه‌های کوچک یا بزرگ، از روش رو در رو استفاده می‌شود.

برخی از گزینه‌های عرضه پیام شامل این موارد است:



شخص به شخص

گفتگوی تک به تک

ملاقات گذری

جلسات گروه‌ها یا جمعیت‌ها

همایش‌ها، کارگاه‌ها و کنفرانس‌ها

گردهمایی‌های عمومی



انتشار

روزنامه‌ها و مجلات

تشریحات تخصصی، بولتن‌ها، خبرنامه‌ها، یادداشت‌های روزانه

پوستر، جزوات، آگهی‌های چاپی، اطلاعیه‌ها، پیام‌های گروهی، بروشورهای حاوی اطلاعات، برچسب‌های آگهی

گزارش‌ها، مطالعات و تحقیقات

نامه‌نگاری به تصمیم‌گیرندگان



ابزار الکترونیکی

رادیو

تلویزیون

ویدیو و فیلم

اینترنت

پیامک و بلوتوث



هنرهای نمایشی و فرهنگ عامه

• نمایش خیابانی

• ترانه، موسیقی و شعر

• رقص

• تجمعات خودجوش بر اساس ارتباط در شبکه‌های اجتماعی (فلش ماب)

یادآوری نکات کلیدی درس سه

- پیام فعالیت مدنی محتوایی است که برای بیان مشکل و ارائه راه حل آن انتخاب می‌کنید.
- پیام خوب پیامی است که روشن و واضح، مختصر و مفید، خلاقانه و قانع کننده باشد.
- در پیام خود بر اصول اساسی و اهدافی که دارید تاکید کنید.
- از نمونه‌های "زندگی واقعی" مثال بزنید. یک حکایت شخصی کوتاه یا بیان یک تجربه، ضمن ارائه دلایل غیرقابل تردید، در مخاطب ایجاد علاقه می‌کند.
- پیام مخالفان را بررسی کنید و برای آن یک استراتژی مقابله تعیین کنید.
- برای کار بر روی یک پیام همه‌گیرتر از طریق همکاری با رهبران محلی، منطقه‌ای و ملی وقت بگذارید و پیام خود را در گروه‌های کوچک به آزمایش بگذارید.
- راه‌های مختلفی برای ارائه پیام وجود دارد. به عنوان مثال روش رو در رو یا از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی.

بعدي

قبلي

پرسش‌نامه درس ۲

۱- _____ محتوایی است که برای بیان مشکل و ارائه راه حل آن انتخاب می‌کنید.

الف- پیام فعالیت مدنی

ب- مخاطب هدف

ج- استراتژی

د- نیازهای اجتماعی

۲- ترتیب درست گزینه‌ها هنگام ایجاد و پرورش پیام کدام است؟

۱- پوشش رسانه‌ای صورت گرفته را مرور کنید

۲- در زمینه دیدگاه‌های مخاطب هدف پژوهش و بررسی کنید

۳- مخاطب هدف را شناسایی کنید

۴- از مشکل و گفتمان عمومی در مورد آن به‌طور کامل آگاهی یابید

الف- یک، دو، سه، چهار

ب- دو، سه، یک، چهار

ج- چهار، سه، دو، یک

د- سه، چهار، دو، یک

۳- هنگام شناسایی مخاطب هدف، کدام گزینه را مد نظر قرار می‌دهید؟

الف- دانستن این‌که به چه کسی آموزش بدهید، در او انگیزه ایجاد کنید یا او را متقاعد نمایید

ب- شناسایی رهبران بالقوه جدید

ج- دانستن این‌که برای رساندن اهداف و مقاصد خود از چه رسانه‌ای باید استفاده کنید

د- همه موارد بالا

۴- دانستن تجربیات و دیدگاه‌های مخاطب به شما امکان می‌دهد تا:

الف- از سخن گفتن در مورد مشکلاتی که با آن آشنا نیستند خودداری کنید

ب- پیام قانع‌کننده‌تری ایجاد کنید که مستقیماً به نگرانی‌ها و دغدغه‌های مخاطب مربوط باشد

ج- فقط با کسانی صحبت کنید که از کارزار مدنی شما پشتیبانی می‌کنند

د- هیچ کدام

۵- کدام گزینه درست است:

الف- یک پیام قوی، طولانی و فریب دهنده است

ب- یک پیام قوی، کوتاه و صادقانه است

ج- یک پیام قوی، فقط یک مرتبه تکرار می‌شود

د- یک پیام قوی، به نگرانی‌های شخصی شما ارتباط دارد

۶- پیام می‌تواند از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی، ارتباط رو در رو با افراد و/یا گروه‌های

کوچک و بزرگ منتقل شود.

الف- درست

ب- نادرست

۷- کدام یک از موارد زیر استراتژی و راهبردی برای مرور و بازنگری پیام و افزایش هرچه بیشتر

دستاوردهای آن است.

- الف- هم‌اندیشی با همراهان و همکاران
- ب- به آزمون اولیه گذاشتن پیام در گروه‌های کوچک
- ج- تولید مواد و طرح‌های بصری و گرافیکی هم‌زمان با محتوای لفظی و شفاهی
- د- همه موارد بالا

۸- کدام یک نمونه یک روش شخص به شخص در عرضه پیام است؟

- الف- گفتگوی تک به تک
- ب- تلویزیون
- ج- نمایش خیابانی
- د- رادیو

بعدي

قبلي



درس ۴: اجرای کارزار مدنی

اکنون که اهداف فعالیت مدنی خود را شناسایی کرده‌اید، نقشه استراتژی کلی خود را طرح کرده‌اید و پیام خود را پرورش داده‌اید، زمان آن رسیده که به تاکتیک‌ها و سازمان‌دهی خاصی فکر کنید که می‌خواهید در کارزار مدنی خود به کار بگیرید. این درس به ارائه راهنمای اجرای کارزار مدنی خواهد پرداخت، که امید است شما را به سوی موفقیت رهنمون شود.

آنچه می‌توانید در پایان این درس انجام بدهید عبارت است از:

- استفاده از رسانه‌ها برای انتشار اطلاعات در مورد مشکل مورد نظر؛
- به‌کارگیری تکنیک‌های لابی‌گری و جستجوی راه‌های تاثیرگذاری بر قانون‌گذاران؛ و
- ایجاد اتحاد و ائتلافی که توانایی تاثیرگذاری شما در فرآیند قانون‌گذاری را تقویت کند.

بعدي

قبلي

استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی

رسانه‌ها با بهره‌گیری از انتشار، پخش برنامه، اینترنت و دیگر خروجی‌ها، ابزار ضروری برای گسترش پیام هستند.

جلب نظر و توجه رسانه‌ها نیازمند راهبردهایی است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌کنیم:

- به روایت و داستان خود ارزش خبری بدهید: چرا موضوع ما مهم است؟ چه کسانی تحت تاثیر قرار گرفته‌اند و چگونه؟ چرا موضوع در این زمان اهمیت پیدا کرده؟ آیا اطلاعات جدیدی وجود دارد؟ آیا این موضوع به رویداد بزرگ‌تری که در خبرها آمده گره خورده است؟ آیا به تازگی تصمیمی گرفته شده یا در حال گرفته شدن است؟
- شرایط پوشش روایت و خبر را آسان کنید: به خبرنگاران اطلاعات مورد نیازشان را بدهید و شرایط دسترسی به کسانی که می‌خواهند با ایشان مصاحبه کنند را فراهم کنید.
- با خبرنگاران رابطه همکاری ایجاد کنید: چه کسی خبر را پوشش می‌دهد؟ گاهی با او تماس بگیرید، حتی اگر نمی‌خواهید اطلاعات یا خبری به او بدهید.

بعدي

قبلي

ناثیرگذاری و لابی‌گری

لابی‌گری و جستجوی راه‌های نفوذ و تحت تاثیر قرار دادن افراد، یکی از تاکتیک‌های فعالیت مدنی است که شامل ملاقات رو در رو با تصمیم‌گیرندگان به عنوان نوعی تلاش در جهت جلب پشتیبانی برای تغییر یک سیاست خاص می‌شود. لابی‌گری به شما این فرصت را می‌دهد تا در زمینه موضوع فعالیت مدنی خود، با کسی که ممکن است توانایی اثرگذاری بر فرآیند سیاسی را داشته باشد به گفتگو بپردازید. اگر این فرد یکی از متحدان باشد، لابی کردن راه خوبی برای توسعه ارتباط با او و همچنین هماهنگ کردن تلاش‌ها و انجام مشاوره بوده است. اما اگر وی جزو مخالفان باشد، ممکن است بتوانید راهی برای قانع کردن و یا آشنا کردن او با نقطه نظراتان، یا نوعی سازش از طریق گفتگو پیدا کنید.

مقامات دولتی که می‌خواهید بر آنها تاثیر بگذارید در دسته‌بندی‌های متفاوتی قرار می‌گیرند. بعضی‌ها از همان ابتدا با طرح شما موافق هستند، بعضی‌ها را هرگز نمی‌توانید با خودتان موافق کنید، ولی بیش‌تر آنها در مکانی بین این دو نقطه ایستاده‌اند. انتخاب هدف و فرد درست برای لابی کردن یکی از ضروریات است. یک تلاش موثر برای لابی‌گری از اینجا آغاز می‌شود که در خصوص موضع‌گیری احتمالی تصمیم‌گیرندگان در برخورد با موضوع اطلاعات جامعی بدست آورید. تلاشی که پیش از این برای شناسایی متحدان و مخالفان انجام داده‌اید می‌تواند بینش مفیدی در این زمینه به شما بدهد.

مهارت‌های خود را بیازمایید

بر روی یک برگ کاغذ، فهرستی از مقامات دولتی که گمان می‌کنید در مقابل‌شان به پیروزی برسید، و مقاماتی که پیروزی بر آنها بعید است را بنویسید.

با استفاده از این اطلاعات، می‌توانید بر اساس موضع و قدرت اثرگذاری بر موضوع، افراد با منافع مشترک را طبقه‌بندی کنید. پنج گروه اصلی در این رابطه عبارتند از:



قهرمان

از موضوع و تلاش‌های شما از صمیم قلب پشتیبانی می‌کند. مایل است تا از وضع قانون حمایت کند یا مسئولیت صحبت کردن با همکاران در خصوص دلایل پیوستن و حمایت آنها را بر عهده بگیرد.



پشتیبان نه چندان سفت و سخت

با موضوع در اصل موافق است، اما به لحاظ سیاسی، ممکن است مایل به پذیرفتن مسئولیت پیش‌برد کار نباشد. به احتمال زیاد به موضوع شما رای مثبت می‌دهد.



پشتیبان مردد

هنوز در خصوص رای خود تصمیم نگرفته و بنابراین در برخورد با او می‌توان از تاکتیک قانع کردن استفاده کرد.



مخالف نه چندان سرسخت

با موضوع شما مخالف است و بعید است که به آن رای مثبت بدهد، اما احتمالاً برای جلوگیری از تلاش‌های مدنی شما دست به اقدام سیاسی نخواهد زد.



مخالف سرسخت

با موضوع فعالیت مدنی شما مخالفت می‌کند و حاضر است برای جلوگیری از تلاش‌های شما پیش‌قدم شود.

پس از شناسایی افرادی که به عنوان هدف لابی کردن در نظر گرفته شده‌اند، باید در حالی که آماده عرضه پیام مناسب در خصوص موضوع خود هستید، با هریک از آن‌ها ملاقات کنید. [در این جا](#) چند راهنمایی برای برگزاری جلسات بدون مشکل و نتیجه بخش با این افراد ارائه شده است.

✓ **با کسانی که می‌خواهید لابی کنید قرار ملاقات بگذارید و میزان وقت اختصاص یافته برای گفتگو را پیرسید تا به بهترین نحو ممکن از آن بهره‌برداری کنید.**

- برای ملاقات با همه مقاماتی که به تصور شما ممکن است به موضوع علاقه‌مند یا بدان متصل باشند تلاش کنید.
- برای ملاقات با مقاماتی که نماینده مناطق تاثیر پذیرفته از موضوع هستند تلاش کنید.

✓ **از داشتن آمادگی کامل برای حضور در جلسه ملاقات اطمینان حاصل کنید.**

- دو یا سه سخنران کاملاً توجیه شده همراه داشته باشید.
- متن خلاصه‌ای در مورد موضوع، خواستگاه نهادی که نمایندگی آن را برعهده دارید (اگر چنین نهادی وجود دارد) و اعتبار و سوابق خود و تخصصی که دارید آماده کنید، این متن را در جلسه به مقامات و دیگران بدهید و در سخنان خود به آن اشاره کنید.
- در زمینه ترتیب سخنرانان گروه خود و موضوعی که هریک باید به آن بپردازد توافق کنید.
- فردی را برای یادداشت برداری از محتوای جلسه مشخص کنید.
- پنج دقیقه زودتر در محل برگزاری جلسه حضور یابید.

✓ **این نکات و راهنمایی‌ها را هنگام ارائه بحث و انجام گفتگو با مقامات مد نظر داشته باشید:**

- **بگذارید با شما آشنا شوند.**
- تک افراد حزب یا نهاد خود را معرفی کنید؛ دلیل تقاضا برای انجام ملاقات را توضیح دهید و اجازه بخواهید که ابتدا شما دیدگاه‌ها و نگرانی‌های خود را مطرح کنید و بعد عکس‌العمل و پاسخ

او را بشنوید.

○ **حقایق و روایت‌ها را در میان بگذارید.**

هنگام ارائه موضوع و دیدگاه خود، بیان حقایق و آمار که نشانه انجام تحقیق از سوی شماست اهمیت دارد. با این حال، روایت‌ها و داستان‌هایی پیدا کنید که بتواند استدلال‌های شما را به تصویر بکشد. روایت و داستان به موضوع جنبه فردی می‌دهد و ممکن است یک سیاست‌مدار، در مقایسه با آمار و اعداد، ارتباط بیشتری با آن برقرار کند.

○ **تنها به طرح مبنای و اصول پردازید.**

سعی کنید گفتگو را بر روی چند نکته اساسی متمرکز نگه‌دارید. هرچه پیام شما پیچیده‌تر و دشوارتر باشد، شانس کشیده شدن آن به ناکجا آباد بیشتر است. اگر مقام رسمی که در حال لابی کردن با او هستید موضوع بحث را عوض کرد، با متانت سعی کنید آن را به نقطه اولیه بازگردانید.

○ **از پرسش‌ها استقبال کنید.**

از طرف گفتگو بخواهید تا اگر سوالی دارد مطرح کند و تمام تلاش خود را به کار ببندید تا به آن سوال‌ها پاسخ بدهید. اگر جواب سوالی را نمی‌دانید، بگویید نمی‌دانم و فرصتی بخواهید تا پاسخ را پیدا کنید و آن را بعداً عرضه نمایید.

○ **بد اخلاقی نکنید.**

در طول گفتگو عصبانی نشوید، طعنه نزنید و از دایره ادب و نزاکت خارج نشوید. در برخی موارد نادر، ممکن است رفتار یک مقام مسئول در مقابل نگرانی‌های خودتان را توأم با بی توجهی و یا حتی آشکارا خصمانه ببابید. اگر این چنین است و نمی‌توانید هیچ زمینه مشترکی پیدا کنید، بهتر است به نرمی بر موارد کلیدی گفتار خود تاکید مجدد نموده و جلسه را به پایان ببرید.

○ **تعهد بگیرید.**

از سیاست‌مدار بخواهید تا حمایت خود از موضوع را با برداشتن گامی محکم نشان بدهد. برای مثال، ممکن است از او بخواهید تا:

- بیانیه‌ای خطاب به همه اعضای مجلس بنویسد؛
- در وقت مناسب، به طرح سوال در مجلس پردازد؛
- از کمیته مربوطه بخواهد تا به موضوع رسیدگی نماید؛
- نگرانی شما را با دیگر اعضای حزب خود در میان بگذارد و به شما کمک کند تا با چند نفر دیگر از مقامات حزب یا با رئیس حزب قرار ملاقات بگذارید؛
- از مقامات دعوت کند تا در گروه شما یا یک همایش محلی که می‌خواهید برگزار کنید سخنرانی کنند؛ و
- با رسانه‌ها گفتگو کند و نکات مورد نظر شما را با ایشان به اشتراک بگذارد.

✓ **پس از برگزاری جلسه با مقام مسئول، ضرورت دارد که برخی پیگیری‌ها را انجام دهید.**

- بابت وقتی که جهت ارائه موضوع به شما داده شد، نامه تشکرآمیزی بنویسید و در آن توافقات صورت گرفته در خصوص پیگیری امر را تکرار و تصریح نمایید.
- اگر درخواستی مبنی بر ارائه اطلاعات بیشتر مطرح شده بود، از پیگیری و ارسال آن موارد اطمینان حاصل کنید.
- سوابق آنچه در جلسه مطرح شده را در پرونده‌ای نگهداری کنید؛ به خصوص اگر مقام مسئول تعهدی به گروه شما داده است. پرونده جلسات می‌تواند در برگزاری جلسات و یا سخنرانی‌های آینده مفید واقع شود.

ایجاد اتحاد و ائتلاف

ائتلاف به معنای ایجاد اتحاد موقت بین دو یا چند گروه است که هدف آنها تاثیرگذاری یا کسب قدرت بیشتر در مقایسه با دستاوردهایی است که به صورت انفرادی قادر به رسیدن به آن هستند. در یک ائتلاف، همه گروه‌های عضو می‌توانند با تمرکز بر مقاصد و اهداف همگون، به تقویت توانایی‌های خود پرداخته و از مزیت طرح مسائل مشترک مورد علاقه بهره ببرند.

با داشتن یک هدف خاص در نظر گرفته شده، ائتلاف‌ها دارای یک دوره زندگی محدود، تا زمان دستیابی به هدف مربوطه هستند. همه همکاران یک ائتلاف بایستی احساس پیروزی یا کسب دستاوردی از بودن در ائتلاف داشته باشند. این همان وضعیت برد/برد است.

چرا باید ائتلاف تشکیل داد؟

دلیل اولیه برای تشکیل یک ائتلاف و پیوستن به آن، تاثیرگذاری یا کسب قدرت بیشتر در مقایسه با آنچه هر نهاد به تنهایی در اختیار دارد است. این کار می‌تواند از طریق ترکیب منابع در جریان یک کارزار مدنی صورت بگیرد. گروه‌هایی که با یکدیگر همکاری می‌کنند، توان انجام کار بیش‌تری نسبت به گروه‌های منفرد دارند.

هنگامی که به گزینه تشکیل یا پیوستن به یک ائتلاف فکر می‌کنید، باید جنبه‌های مختلفی را در نظر بگیرید، مانند: انجام تحقیقات بهتر، به اشتراک گذاشتن اطلاعات، بسیج حامیان، اطلاع رسانی عمومی، فعالیت مدنی در زمینه موضوع، جمع‌آوری کمک مالی، سازماندهی برای مقابله با یک نیروی قوی‌تر و بدست آوردن قدرت و نفوذ بیشتر. البته هر ائتلافی تمامی این جنبه‌ها را محقق نمی‌کند، ولی لاقلاً باید آن‌ها را در نظر بگیرد و بعد ببیند کدامیک به کارش می‌آید.

ائتلاف مبارزه مدنی کنگو، متشکل از نهادهای غیردولتی محلی و بین‌المللی، در جولای سال ۲۰۰۸ و به هدف فعالیت مدنی برای حفاظت بیش‌تر از غیرنظامیان و احترام به حقوق بشر در شرق کنگو تشکیل شد.

کارزار مدنی برای اصلاحات انتخاباتی (CCER) یک اتحاد گسترده شامل ۶۵ نهاد جامعه مدنی لبنان است که برای تحقق اصلاحات انتخاباتی تلاش می‌کند. این اتحاد که در ژوئن سال ۲۰۰۶ تشکیل شد، مشغول برپایی کارزار مدنی در سطح ملی و محلی، به هدف ایجاد اصلاحات در قانون انتخابات لبنان است.

معایب تشکیل یا پیوستن به یک ائتلاف	مزایای تشکیل یا پیوستن به یک ائتلاف
<p>پیوستن نهادها به یک ائتلاف معایبی دارد که بایستی در نظر گرفته شود:</p> <ul style="list-style-type: none"> • به منظور یافتن زمینه‌های مشترک با دیگر اعضای ائتلاف، هر گروه ممکن است ناچار به مصالحه در خصوص اولویت‌ها یا اصول خود باشد. • پیوستن به ائتلاف ممکن است باعث از دست رفتن بخشی از کنترل بر پیام و تصمیمات تاکتیکی شود. این امر می‌تواند موجب بروز برخی اختلاف‌ها و منازعات در میان اعضای 	<p>پیوستن به یک ائتلاف، مزایای بالقوه زیادی برای پیش‌برد برنامه فعالیت مدنی نهادها به همراه دارد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ترکیب نیروهای ائتلاف به نهادها امکان می‌دهد تا به اهدافی دست پیدا کنند که به تنهایی قادر به دستیابی به آن نبودند. • پیوستن به ائتلاف باعث افزایش قدرت یا نفوذ نهادها شده و آن‌ها را به نتایج ملموسی می‌رساند که به تنهایی قادر به دستیابی به آن نبودند. • ائتلاف می‌تواند راه‌های سازماندهی و

<p>• ائتلاف و همچنین در درون خود نهادها شود. همبستگی با دیگر اعضای ائتلاف، ممکن است گروه‌ها را به مولفه‌ها یا برداشت‌های منفی آن اعضاء نیز پیوند بزند.</p>	<p>گسترش پایگاه پشتیبانی کننده از اعضای خود را به آن‌ها عرضه کند.</p> <p>• نهادهای عضو ائتلاف می‌توانند هم‌زمان با تمرکز بر نقاط قوت خود، روی نقاط قوت همکاران خود در ائتلاف هم تکیه کنند و موفقیت‌های بدست آمده را با اعضای دیگر به اشتراک بگذارند.</p> <p>• همکاران یک ائتلاف می‌توانند با استفاده از دانسته‌های سایر نهادها، مهارت‌های تازه‌ای یاد بگیرند. ترکیب تلاش‌ها و به اشتراک گذاشتن تجربیات به اعضای ائتلاف کمک می‌کند تا دانش و توانایی‌های خود را گسترش دهند.</p> <p>• به اشتراک گذاشتن منابع اغلب به معنای توانایی برطرف کردن کمبودها در ائتلاف است. برآیند مجموع بخش‌ها در یک ترکیب، اغلب بزرگ‌تر از تک تک بخش‌های تشکیل دهنده آن است.</p> <p>• افزایش نفرات - افراد بیشتر - می‌تواند بر کمبود زمان و بودجه غلبه کند. وجود نفرات بیشتر ممکن است به معنای صرف زمان کمتر برای تحقق هدف بوده و با تلاش نیروهای داوطلب بیشتر، هزینه کمتری دربر داشته باشد.</p>
--	---

ویژگی‌ها و کیفیت‌های یک ائتلاف موفق

برای بالا بردن احتمال باقی ماندن اعضای ائتلاف با یکدیگر و تکمیل اهداف، بایستی نکاتی را در نظر گرفت:

اهداف روشن	هدف روشن و زمینه‌های مشترک ائتلاف را تعیین کنید. نکته مهم این که، تمرکز را بر روی نقاط مورد توافق اعضای ائتلاف بگذارید و از پرداختن به نقاط اختلاف که وقت را تلف می‌کند خودداری کنید. نیازی نیست که اعضای ائتلاف بر سر تک تک موارد توافق و تفاهم داشته باشند، اما باید حداقل یک یا دو مورد را پیدا کنند که از دید همگی، اهمیت کافی برای تمرکز نیرو و انرژی را داشته باشد.
مزایای عادلانه	نسبت به دریافت مزایای عادلانه توسط همه اعضای ائتلاف اطمینان حاصل کنید. این مهم است که همه اعضا از بودن در ائتلاف احساس کسب قدرت و تاثیرگذاری نمایند. اگر یک نهاد عضو احساس کند که سهم عادلانه خود از مزایای بودن در ائتلاف را دریافت نمی‌کند، ممکن است منافع خود را در جدایی از ائتلاف ببیند.
توافق بر سر اختلاف نظرها	اعضای ائتلاف بر سر همه مسائل اتفاق نظر نخواهند داشت (اگر داشتند، در قالب یک گروه واحد فعالیت می‌کردند). ممکن است لازم باشد تا برای اجتناب از درگیری یا عدم توافق بر سر بعضی مسائل، موضوعاتی را از دستور کار خارج کنید؛ مسائلی که اختلاف بر سر آنها مانع از دستیابی به اهداف مشترک نخواهد شد.
سازش و مصالحه	آماده سازش و مصالحه باشید. به منظور یافتن زمینه‌های مشترک با همکاران ائتلاف، گروه‌های عضو مجبورند انعطاف‌پذیر بوده و برای رسیدن به اجماع، به مسائل خاصی تن دهند.
مذاکره	توان مذاکره داشته باشید. به قولی، بده بستان انجام دهید تا خواسته خود را در قبال دادن امتیازی با اولویت کمتر بدست آورید.
تعریف مسئولیت تصمیم‌گیرندگان	وظیفه مذاکره بر عهده تصمیم‌گیرندگان هر گروه است. بنابراین نمایندگان تعیین شده و مشخص نهادها بایستی در موقعیت تصمیم‌گیری برای گروه خود و اجرای موافقت‌نامه باشند.
اعتماد و همکاری	بین همکاران ائتلاف بایستی جو اعتماد و همکاری وجود داشته باشد. اعضای ائتلاف بایستی باور کنند که بقیه اعضا صداقت داشته و به‌طور منصفانه با دیگران همکاری می‌کنند.
احترام	به منافع شرکاء خود یا همان نهادهای عضو ائتلاف، و همچنین به موقعیت، مشکلات و نقاط قوت و ضعف آنها احترام بگذارید. هر نهاد یک تجربه منحصر به فرد، ساختار، برنامه، ارزش و کیفیت مدیریت را با خود به ائتلاف می‌آورد. تضمین نوعی درک متقابل میان اعضای ائتلاف برای رسیدن به مزایای مشترک حائز اهمیت است.
درک روشن نقش‌ها	در زمینه نقش‌ها و مسئولیت‌هایی که هر یک از اعضای ائتلاف بر عهده دارند به روشنی تصمیم‌گیری کنید. پس از توافق بر سر زمینه‌های مشترک، همه اعضای ائتلاف بایستی توفعی که بعنوان

<p>یک عضو از آنها می‌رود را درک و شناسایی کنند. این امر ممکن است نیازمند یک برنامه‌ریزی روشن از طریق تقسیم وظایف مختلف و تمرکز بر منابع آنها باشد.</p>	
<p>ائتلاف‌ها باید به نتایجی برسند که در نگاه اعضاء و عموم مردم روشن و ملموس باشد. دست‌یابی به این اهداف به تنهایی کافی نیست، بلکه باید بتوان دستاوردها را به وضوح نشان داد و اثبات کرد. ممکن است در برخی موارد دست‌یابی به یک نتیجه موفقیت به حساب آید، در موارد دیگر، مسدود کردن راه دیگران و ممانعت از دست‌یابی آنها به یک نتیجه در حکم موفقیت است.</p>	<p>تمرکز بر نتایج ملموس</p>

حفظ و نگهداری ائتلاف

پس از توافق شرکاء مبنی بر تشکیل یک ائتلاف و رسیدن به نوعی تفاهم در خصوص جنبه‌های مختلف موضوع، سخت‌ترین بخش کار عبارت است از حفظ ائتلاف و کارآمد نگه‌داشتن آن در دست‌یابی به اهداف و اطمینان از وجود وضعیت برد/برد برای همه طرف‌های درگیر.

✓ **حفظ اعتماد:** فلسفه سازمان یا نهاد خود را حفظ کنید، اما به منظور ساخت و حفظ اعتماد در بین نهادها، نسبت به فلسفه دیگر نهادهای ائتلاف هم حساس باشید. ممکن است لازم باشد تا سازمان‌ها معیاری برای اندازه‌گیری اطمینان در نظر بگیرند، یا حداقل روشی برای بررسی میزان اعتماد در همکاران دیگر. بدین وسیله می‌توانند مطمئن شوند که وقتی دوره شادمانی و رضایت‌مندی اولیه سپری شد، همکاران همچنان امیدوار به کسب منافع خود بوده و به همکاری با دیگران ادامه می‌دهند.

✓ **جلسات مشترک تصمیم‌گیرندگان:** تصمیم‌گیرندگان گروه لازم است تا بصورت منظم و به هدف حفظ ارتباطات و اطمینان از وجود اعتماد و حل هرگونه اختلاف احتمالی، به برگزاری جلسات گروهی اقدام کنند.

✓ **ارتباطات داخلی:** گروه‌های همکار بایستی ارتباط بین یکدیگر و میان اعضای گروه‌های حاضر در ائتلاف را حفظ کنند.

- از جاری بودن اطلاعات در همه جهات اطمینان حاصل کنید.
- محیط باز و گشوده‌ای را فراهم کنید که تشویق کننده جریان آزاد ارتباطات و اطلاعات در همه جهت‌ها باشد.
- به مطالب دیگران گوش کنید و در واکنش به سوالات، پیشنهادات و نگرانی‌های آنها به سرعت و به‌طور درخور و مناسب عمل کنید. این را احتمالاً می‌توان مهم‌ترین جنبه ایجاد یک اتمسفر باز و گشوده دانست.

جریان آزاد و شفاف اطلاعات در میان همکاران یکی از موارد بسیار مهم در هر نوع مشارکت است. این امر به شرکاء کمک می‌کند تا نحوه عملکرد و محدودیت‌های عملی متحدان خود را درک کرده و از نقش هر یک از شرکاء آگاهی یابند. (برای آگاهی بیشتر در این زمینه، به "[راهنمای مشارکت موفق](#)" مراجعه نمایید).

✓ **ارتباطات خارجی:** همکاران بایستی در برخورد با مردم و مطبوعات، توافقات بدست آمده را حفظ و مراعات کنند.

بعدي

قبلي



یادآوری نکات کلیدی درس چهار

- رسانه‌های ارتباط جمعی ابزار ضروری برای انتشار گسترده پیام هستند و بهره‌گیری از آنها نیازمند ایجاد رابطه با خبرنگاران و روزنامه‌نگاران می‌باشد.
- لابی‌گری و جستجوی راه‌های نفوذ و تحت تاثیر قرار دادن افراد، یکی از تاکتیک‌های فعالیت مدنی است که شامل ملاقات رو در رو با قانون‌گذاران، به عنوان تلاشی در جهت جلب پشتیبانی برای تغییر یک سیاست خاص می‌شود.
- لابی کردن راه خوبی برای پرورش ارتباط با یک متحد و هم‌چنین هماهنگ کردن تلاش‌ها و انجام مشاوره با او می‌باشد.
- با کسانی که می‌خواهید با آنها لابی کنید قرار ملاقات بگذارید و نکات اصلی صحبت خود را از پیش آماده نمایید.
- در جریان ملاقات، گفتگو را بر روی چند نکته اساسی متمرکز نگه‌دارید.
- ائتلاف به معنای ایجاد اتحاد موقت بین دو یا چند گروه است که هدف آنها تاثیرگذاری یا کسب قدرت بیشتر در مقایسه با دستاوردهایی است که به صورت انفرادی قادر به رسیدن به آن هستند.
- یکی از مزایای پیوستن به ائتلاف این است که نهادهای عضو می‌توانند هم‌زمان با تمرکز بر نقاط قوت خود، روی نقاط قوت همکاران خود در ائتلاف هم تکیه کنند و موفقیت‌های بدست آمده را با اعضای دیگر به اشتراک بگذارند.
- ویژگی‌ها و کیفیت‌های یک ائتلاف موفق عبارتند از: داشتن هدف روشن، بهره‌مندی اعضا از مزایای عادلانه، توافق بر سر اختلاف نظرها، تمایل به سازش و مصالحه، اعتماد و همکاری میان شرکاء، احترام به منافع همکاران و داشتن درک روشنی از نقش‌ها و وظایف.

پرسش‌نامه درس ۴

۱- مهم‌ترین نکاتی که باید در راهبرد جلب نظر و توجه رسانه‌های ارتباط جمعی در نظر بگیرید کدام است؟

- الف- به روایت و داستان خود ارزش خبری بدهید
- ب- شرایط پوشش روایت و خبر را آسان کنید
- ج- با خبرنگاران رابطه همکاری ایجاد نمایید
- د- همه موارد بالا

۲- لابی‌گری به چه کاری گفته می‌شود؟

- الف- تاکتیکی برای انتشار پیام که لازمه‌اش استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی است
- ب- تاکتیکی که شامل ملاقات رو در رو با تصمیم‌گیرندگان به عنوان نوعی تلاش در جهت جلب پشتیبانی برای تغییر یک سیاست خاص می‌شود.
- ج- هر دو گزینه الف و ب
- د- هیچ کدام

۳- چه کسی را می‌توان "پشتیبان نه چندان سفت و سخت" کارزار مدنی دانست؟

- الف- فردی که هنوز در خصوص رای خود تصمیم‌گیری نکرده
- ب- کسی که با موضوع فعالیت مدنی شما مخالفت می‌کند و حاضر است برای جلوگیری از تلاش‌های شما پیش‌قدم شود.
- ج- آنکه با موضوع مطرح شده توسط شما در اصل موافق است، اما به لحاظ سیاسی، ممکن است مایل به پذیرفتن مسئولیت پیش‌برد کار نباشد.
- د- کسی که از موضوع و تلاش‌های شما از صمیم قلب پشتیبانی می‌کند.

۴- پس از شناسایی افرادی که به عنوان هدف لابی کردن در نظر گرفته شده‌اند، باید:

- الف- با هریک از آنها ملاقات کرد
- ب- آنها را نادیده گرفت
- ج- برای‌شان نامه فرستاد
- د- هیچ کدام

۵- پس از برگزاری جلسه با مقام مسئول، پیگیری موضوع هیچ ضرورتی ندارد چون او شما را به خاطر سپرده است.

- الف- درست
- ب- نادرست

۶- ائتلاف چیست؟

- الف- یک گروه ثابت مردمی که به منظور دستیابی به تاثیرگذاری مشترک گردهم آمده‌اند
- ب- ایجاد اتحاد موقت بین دو یا چند گروه که هدف آنها تاثیرگذاری یا کسب قدرت بیشتر در مقایسه با دستاوردهایی است که به صورت انفرادی قادر به رسیدن به آن هستند.
- ج- فرد یا گروهی که امیدوار است به تنهایی به تنهایی قدرتمند شود
- د- وب‌سایتی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات

۷- کدام گزینه جزو مزایای تشکیل یا پیوستن به ائتلاف محسوب نمی‌شود؟

الف- ائتلاف به نهادها امکان می‌دهد تا به اهدافی دست پیدا کنند که به تنهایی قادر به دستیابی به آن نبودند.

ب- نهادهای عضو ائتلاف می‌توانند هم‌زمان با تمرکز بر نقاط قوت خود، روی نقاط قوت همکاران خود در ائتلاف هم تکیه کنند و موفقیت‌های بدست آمده را با اعضای دیگر به اشتراک بگذارند.

ج- به منظور یافتن زمینه‌های مشترک با دیگر اعضای ائتلاف، هر گروه ممکن است ناچار به مصالحه در خصوص اولویت‌ها یا اصول خود باشد.

د- افزایش نفرت می‌تواند بر کمبود زمان و بودجه غلبه کند.

۸- کدام گزینه در بالا بردن احتمال باقی ماندن اعضای ائتلاف با یکدیگر و کسب موفقیت اهمیت دارد؟

الف- تعیین یک هدف روشن

ب- اطمینان از دریافت مزایای عادلانه توسط همه اعضای ائتلاف

ج- آمادگی برای سازش و توافق بر سر اختلاف نظرها

د- تمامی موارد بالا دارای اهمیت است

بعدي

قبلي

نتیجه‌گیری: آموختن از تلاش‌ها و نگاه به آینده

نظارت و ارزیابی را می‌توان فعالیت‌های کلیدی برای ادامه روند تلاش مدنی دانست. این دو همچنین امکان برآورد و سنجش تغییرات سیاسی بدست آمده را فراهم می‌کنند. در مسیر انجام کار، تلاش‌های مدنی شما اغلب نیاز به تنظیم و تجدید نظر بر اساس نتیجه درست و نادرست تلاش‌ها دارد.

نظارت و ارزیابی به فرآیند ثبت و نگه‌داری تلاش‌ها و آموخته‌های حاصل از هر فعالیت و/یا تاکتیک گفته می‌شود، که قادر است شما را به یک فعال موثرتر تبدیل کند.

برای مثال، ممکن است بخواهید اطلاعات جدید در خصوص مخاطب هدف خود را پیگیری و ارزیابی نمایید. این کار بر روی محتوای پیام شما تاثیر می‌گذارد. یا اینکه بخواهید تلاش‌های ناموفق را کنار گذاشته و تنها تلاش‌های ثمربخش را شناسایی و پیگیری کنید. علاوه بر این، بایستی تغییرات پدید آمده در موقعیت، علایق، دیدگاه‌ها و دانش مخاطب هدف نسبت به سیاست‌ها را ردگیری کنید. تلاش‌هایی که برای ارزیابی اهداف و شناسایی متحدان و مخالفان انجام داده‌اید، نقطه آغاز خوبی است که می‌تواند در فواصل منظم تکرار شود.

سنجش و ارزیابی کمک می‌کند تا میزان دستیابی به اهداف و نیز تاثیر نهایی ناشی از این تغییرات بر سلامت خود و همسایگان خود را برآورد نمایید.

اطلاعات گردآوری شده در مرحله پژوهش، دانش پایه‌ای خوبی را برای انجام این ارزیابی فراهم می‌کند. وقتی که یک قانون یا سیاست جدید به تصویب می‌رسد، تشخیص این‌که دقیقاً چه چیزی باعث اتخاذ چنین تصمیمی از سوی سیاست‌گذاران شده است، ممکن است کار آسانی نباشد. بنابراین ارزیابی این‌که تلاش‌های صورت گرفته در جریان فعالیت مدنی، چه نقشی در اتخاذ این تصمیم بر عهده داشته است، کار ساده‌ای نخواهد بود. نمودار زیر نشان دهنده برخی سوالات است که می‌تواند در ارزیابی تلاش‌های مدنی، به‌طور جدی مطرح شود.

سوالاتی برای ارزیابی طرح فعالیت مدنی (برگرفته از نوشتار CARE: اینزرها و راهنمایی‌ها در فعالیت مدنی)	
ارزیابی تاثیر	<ul style="list-style-type: none">• آیا تغییر سیاست باعث بهبود کیفیت زندگی مردم شده است؟ چرا بله و چرا نه؟• آیا می‌توانید برای حمایت از یافته‌های خود سابقه و اطلاعات ارائه کنید؟
ارزیابی نتایج	<ul style="list-style-type: none">• آیا تغییر سیاستی که در پی تحقق آن بودید رخ داده است، یا اینکه آیا دورنمای موضوع بهتر از آن است که در گذشته بود؟• آیا سیاست‌های جدید به تصویب رسیده است، یا سیاست‌های منسوخ/مخالف تغییر یافته است؟ آیا وضع قانون در سطح ملی، منطقه‌ای و/یا محلی بوده است؟ چرا بله و چرا نه؟• کدامیک عامل/مانع موفقیت در تغییر سیاست مورد نظر شما شده: ایجاد، اصلاح یا تصویب سیاست‌ها؟• آیا پیش‌نویس قانون یا طرح پیشنهادی به‌طور رسمی در مجلس یا دیگر نهاد دولتی معرفی شده بود؟ آیا تصمیم رسمی گرفته شده بود؟• چه کسی تصمیم نهایی مبنی بر امکان/منع تغییر سیاست مورد نظر شما را گرفت؟

ارزیابی استراتژی	<ul style="list-style-type: none"> • آیا مخاطبان هدف اولیه و ثانویه را به‌طور مناسب انتخاب کردید؟ آیا در طول راه ناچار به تغییر مخاطب فعالیت مدنی خود شدید؟ چرا بله و چرا نه؟ • آیا پیام فعالیت مدنی شما دیدگاه‌ها یا آگاهی‌های مخاطب هدف‌تان در خصوص سیاست موضوعی را تغییر داد؟ موفق‌ترین پیام کدام بود و کدامیک در رساندن نقطه نظر شما ناموفق عمل کرد؟ • آیا فعالیت مدنی شما در قالب یک ائتلاف انجام شد؟ مزایا/زیان‌های فعالیت مدنی در قالب یک ائتلاف چه بودند؟ • آیا طرح فعالیت مدنی شما موجب افزایش آگاهی و علاقه عمومی به سیاست موضوعی شد؟ • موانع عمده بر سر راه برنامه فعالیت مدنی شما چه بود؟ برای غلبه بر آن موانع چه کردید؟ • از پیاده‌سازی استراتژی خود چه درس‌هایی برای استفاده در طرح‌های فعالیت مدنی آینده می‌گیرید؟
---------------------	--

این نکته مهم را به یاد داشته باشید: هر بار که انجام یک فعالیت مدنی را بر عهده می‌گیرید، لزوماً به اهداف مورد نظر خود دست پیدا نمی‌کنید. به همین دلیل است که تعیین انتظارات و شناسایی اهداف کوتاه مدت و بلند مدت اهمیت پیدا می‌کند. اما در این میان، روابطی که پایه‌گذاری کرده‌اید و ایده‌های جدیدی که به اشتراک گذاشته‌اید، در تلاش‌های آینده برای تغییر سیاست‌هایی که نفع آن به جامعه می‌رسد حیاتی هستند. بنابراین از حرکت باز نایستید، شما تازه شروع کرده‌اید!

پاسخ‌نامه‌ها

پاسخ‌نامه درس ۱

سوال ۱: گزینه ب

فعالیت مدنی فرآیندی که در آن افراد در پی ایجاد تغییرات مثبت در سیاست‌های موجود هستند

سوال ۲: گزینه د

شما، گروه‌های سازمان یافته محلی و موسسات بزرگ، همگی می‌توانید فعال مدنی باشید.

سوال ۳: گزینه الف

درست است. فرد یا مرجعی که فعال مدنی می‌خواهد بر او تاثیر بگذارد، بستگی به نیازی دارد که قصد دارد مطرح کند.

سوال ۴: گزینه ب

نادرست. این‌که بدانیم نهاد مسئول یک خدمت یا سیاست خاص چه کسی است، بخش بسیار مهمی از یک فعالیت مدنی موثر را تشکیل می‌دهد.

سوال ۵: گزینه ج

برای طرح یک نیاز در جامعه می‌توانید به رویکردهای پایدار مختلفی متوسل شوید از جمله رویکرد حقوقی، رویکرد فعالیت مدنی و رویکرد جمع‌آوری کمک مالی.

سوال ۶: گزینه د

فایده‌های رویکرد فعالیت مدنی شامل این موارد می‌شود: تقویت جامعه از طریق ایجاد همکاری برای طرح یک نیاز، شناسایی و آموزش رهبران اجتماعی جدید و پایه‌ریزی ارتباط با مقامات محلی.

سوال ۷: گزینه الف

درست است. هدف از فعالیت مدنی، بهبود فرآیند سیاست‌گذاری است، که در نتیجه پیشرفت پایدارتر در دراز مدت را در پی خواهد داشت.

سوال ۸: گزینه ب

نادرست. فعالیت‌های مدنی لزوماً همیشه با موفقیت همراه نیست.

پاسخنامه درس ۲

سوال ۱: گزینه د

به منظور انجام یک کارزار مدنی موفق، باید ارزش‌ها و اهداف خود، نیازهای اجتماعی و راه‌حل‌های ترجیحی، مانند پویایی سیاسی و نقاط ورود به مسئله را ارزیابی کنید.

سوال ۲: گزینه ب

به منظور حداکثر تاثیرگذاری بر سیاست‌ها، بایستی برای کارزار مدنی خود برنامه‌ریزی داشته باشید.

سوال ۳: گزینه د

پیش از آغاز کارزار مدنی، بایستی از موجودی نیروهای مردمی، لوازم و تجهیزات و پول صورت‌برداری کنید.

سوال ۴: گزینه الف

درست است. گام نخست در برنامه‌ریزی، ارزیابی این است که ببینید انجام کارزار مدنی چگونه به شما و سازمان یا جامعه شما کمک می‌کند و این‌که آیا ظرفیت انجام کار در این برهه زمانی را دارید یا خیر.

سوال ۵: گزینه الف

"نیاز" از نقطه نظر یک فعال مدنی آن چیزی است که وقتی سیاست‌ها و/یا خدمات دولتی پاسخگوی خواسته‌ها و اولویت‌های شهروندان نباشد بوجود بیاید.

سوال ۶: گزینه ج

هنگام تعریف نیازهای جامعه و ارائه راه‌حل، ابتدا باید نیاز جامعه را تعریف کنید، سپس باید به جمع‌آوری اطلاعات بیشتر بپردازید، در مرحله سوم به تهیه فهرستی از سیاست‌های جایگزین اقدام کنید و به‌عنوان چهارمین گام، به قضاوت میان جایگزین‌ها و انتخاب از میان آن‌ها بپردازید.

سوال ۷: گزینه ب

هدف شما، نتیجه مورد نظر یا راه‌حل پیشنهادی در خصوص یک مشکل خاص در فعالیت مدنی است.

سوال ۸: گزینه ب

نادرست. در نظر گرفتن زمینه‌های سیاسی در کارزار مدنی دارای اهمیت است.

سوال ۹: گزینه د

برای شناسایی بخش‌های مختلف استراتژی فعالیت مدنی می‌توانید از تجزیه و تحلیل قدرت-ضعف-فرصت-تهدید (SWOT)، تجزیه و تحلیل نیروهای نامرئی و نقشه قدرت استفاده کنید.

پاسخنامه درس ۳

سوال ۱: گزینه الف

پیام فعالیت مدنی محتوایی است که برای بیان مشکل و ارائه راه حل آن انتخاب می‌کنید.

سوال ۲: گزینه د

هنگام ایجاد و پرورش پیام بایستی ابتدا مخاطب هدف را شناسایی کنید، سپس از مشکل و گفتار عمومی در مورد آن به‌طور کامل آگاهی یابید، در مرحله سوم در زمینه دیدگاه‌های مخاطب هدف پژوهش و بررسی کنید و به عنوان چهارمین گام، پوشش رسانه‌ای صورت گرفته را مرور کنید.

سوال ۳: گزینه د

هنگام شناسایی مخاطب هدف، دانستن این‌که به چه کسی آموزش بدهید، در او انگیزه ایجاد کنید یا او را متقاعد نمایید، شناسایی رهبران بالقوه جدید و دانستن این‌که برای رساندن اهداف و مقاصد خود از چه رسانه‌ای باید استفاده کنید، مواردی هستند که باید مد نظر قرار دهید.

سوال ۴: گزینه ب

دانستن تجربیات و دیدگاه‌های مخاطب به شما امکان می‌دهد تا پیام قانع‌کننده‌تری ایجاد کنید که مستقیماً به نگرانی‌ها و دغدغه‌های مخاطب مربوط باشد.

سوال ۵: گزینه ب

یک پیام قوی، کوتاه و صادقانه است.

سوال ۶: گزینه الف

درست است. پیام می‌تواند از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی، ارتباط رو در رو با افراد و/یا گروه‌های کوچک و بزرگ منتقل شود.

سوال ۷: گزینه د

استراتژی‌ها و راهبردهای مرور و بازنگری پیام و افزایش هرچه بیشتر دستاوردهای آن عبارت است از: هم‌اندیشی با هم‌راهان و همکاران، به آزمون اولیه گذاشتن پیام در گروه‌های کوچک و تولید مواد و طرح‌های بصری و گرافیکی هم‌زمان با محتوای لفظی و شفاهی.

سوال ۸: گزینه الف

گفتگوی تک به تک، نمونه یک روش شخص به شخص در عرضه پیام است.

پاسخنامه درس ۴

سوال ۱: گزینه د

مهم‌ترین نکاتی که باید در راهبرد جلب نظر و توجه رسانه‌های ارتباط جمعی در نظر بگیرید این است که: به روایت و داستان خود ارزش خبری بدهید، شرایط پوشش روایت و خبر را آسان کنید و با خبرنگاران رابطه همکاری ایجاد نمایید.

سوال ۲: گزینه ب

لابی‌گری تاکتیکی است که شامل ملاقات رو در رو با تصمیم‌گیرندگان به عنوان نوعی تلاش در جهت جلب پشتیبانی برای تغییر یک سیاست خاص می‌شود.

سوال ۳: گزینه ج

یک "پشتیبان نه چندان سفت و سخت" کارزار مدنی کسی است که با موضوع مطرح شده توسط شما در اصل موافق است، اما به لحاظ سیاسی، ممکن است مایل به پذیرفتن مسئولیت پیش‌برد کار نباشد.

سوال ۴: گزینه الف

پس از شناسایی افرادی که به عنوان هدف لابی کردن در نظر گرفته شده‌اند، باید با هریک از آن‌ها ملاقات کرد.

سوال ۵: گزینه ب

پس از برگزاری جلسه با مقام مسئول، پیگیری موضوع اهمیت دارد.

سوال ۶: گزینه ب

ائتلاف یعنی ایجاد اتحاد موقت بین دو یا چند گروه که هدف آن‌ها تاثیرگذاری یا کسب قدرت بیشتر در مقایسه با دستاوردهایی است که به صورت انفرادی قادر به رسیدن به آن هستند.

سوال ۷: گزینه ج

این واقعیت که به منظور یافتن زمینه‌های مشترک با دیگر اعضای ائتلاف، هر گروه ممکن است ناچار به مصالحه در خصوص اولویت‌ها یا اصول خود باشد را می‌توان یکی از معایب تشکیل یا پیوستن به ائتلاف دانست.

سوال ۸: گزینه د

بالا بردن احتمال باقی ماندن اعضای ائتلاف با یکدیگر و کسب موفقیت نیازمند تعیین یک هدف روشن، اطمینان از دریافت مزایای عادلانه توسط همه اعضای ائتلاف و آمادگی برای سازش و توافق بر سر اختلاف نظر هاست.