



Azərbaycanda Vətəndas Cəmiyyətinin Dəstəklənməsi Layihəsi Cərcivəsində

Kursun Ümumi Hədəfləri

- İctimai Maraqların Müdafiəsi (İMM) anlayışlarının açıqlanması; maraqların müdafiəsi üçün lazımlı olan əsas bacarıqların müəyyənləşdirilməsi; və maraqların müdafiəsi strategiyasının inkişaf etdirməyi öyrənmək .
- İctimai maraqların müdafiəsi iştirakçıların təşkilatlarının hədəflərinə çatmasında necə kömək ola biləcəyinin qiymətləndirilməsi
- İctimai maraqların müdafiəsində istifadə edilən bəzi əsas vasitə və metodların praktik yollarla tanınması.
 - Üsullar :
 - Problem təsvirləri və analiz
 - Güc xəritəsi yaratma
 - Lobbicilik və təsir
 - Birləşmələr qurub ittifaq şəklində işləmək
 - Təşviqat və sosial xidmət təmin etmək
- Hədəf təyin etmə və İctimai maraqların müdafiəsi fəaliyyətinin təqib üsullarını müzakirə etmək.

Kursun Ümumi proqramı

Birinci Bölmə: Kursa Giriş və Gözləmələr.

- Qarşılama, Tanışma və Giriş.
- Kursla əlaqədar gözləmələrin paylaşmağı.
- Kursun ümumi məzmun və hədəflərinə baxış.

İkinci Bölmə: İctimai maraqların müdafiəsi Nədir?

- İştirakçıların İMM ilə əlaqədar düşüncələri.
- Açıqlama.
- İMM vasitələri.
- İctimai maraqların müdafiəsi niyə qorunmalıdır?

İşlərimizə necə kömək ola bilər?

İştirakçıların təcrübələri.

Fəaliyyət ilə əlaqədar narahat doğuran məqamlar

Üçüncü Bölmə: İMM üçün mövzu təyini.

- Problem və mövzuların araşdırılması.
- İMM məsələlərini müəyyənləşdirmək üçün üsullar.
 - “Niyə?” sualına cavab.
 - Əsas mövzularda vizyon yaratmaq.
 - Problem “ağacı”.
 - Problemin “Ulduz” analizi.
 - Səbəb, nəticə və həllər.
- Strateji mövzuları seçməkdə istifadə ediləcək meyarlar.

Dördüncü BÖLMƏ: Ətraf mühitin xəritəsini yaratmaq.

- Güc və ya təsirə malik qrupların müəyyənləşdirilməsi.
- Güc haqda məlumat yaratmaq.
- Tərəflərin analizi.

Beşinci BÖLMƏ: Lobbicilik, təsir etmə və səsinizi eşitdirmək.

- Lobbicilik nədir?
- Lobbi hədəfləri ilə ilk təmas.
- Lobbicilik etikası.
- Uğurlu lobbicilik üçün göstərişlər.
- Təsirli “bədən dili”.

Altıncı BÖLMƏ: Daha geniş bir kütləyə çatmaq.

- Təşviqat vasitələri.
- İctimai təşviqatın inkişafı.
- Kiprdən təşviqat nümunəsi.
- Təşviqatı nələr müvəffəqiyyətli edər?

Yeddinci BÖLMƏ: İttifaq şəklində işləmək.

- Birləşmələr qurub ittifaq şəklində işləmək - beynəlxalq QHTlər də buna daxildir.
- Üstünlüklər və mənfi cəhətlər.
- İttifaq yaratmaq və onu qorumaq.

Səkkizinci BÖLMƏ: İMM strategiyasının inkişafı, hədəfləri müəyyənləşdirilməsi və İMM fəaliyyətinin monitorinqi.

- Strateqiyanın inkişafında addımlar.
- İMM üçün yol xəritəsi
- Məqsədlərin, vəzifələrin, fəaliyyətin və nəticələrin müəyyən edilməsi.
- İMM işlərində monitorinq və qiymətləndirmə.

BÖLMƏ 1

Kursa giriş və gözləntilər

Kursun əsas hədəfləri

- İctimai maraqların müdafiəsi (İMM) anlayışlarının açıqlanması; İMM üçün lazımlı olan əsas bacarıqların müəyyənləşdirilməsi; və İMM strategiyasını necə inkişaf etdirməyi öyrənmək.

- İMM-in iştirakçıların hədəflərinə çatmasında necə kömək ola biləcəyini qiymətləndirmək.

- İMM-da istifadə edilən bəzi əsas vasitə və üsulların praktiki girişin təmin etmək. Aşağıdakılar da bu vasitə və üsullar arasındadır:
 - Problemin təsviri və analizi.
 - Güc xəritəsi yaratmaq.
 - Lobbicilik və təsir.
 - Birləşmələr qurub ittifaq şəklində işləmək.
 - Təşviqatı və sosial xidməti təmin etmək.

- Hədəflərin təyin edilməsi və İMM-nin monitorinqi yolların gözdən keçirtmək.

BÖLMƏ 2

İMM / Advocacy NƏDİR ?

İMM / Advocacy nədir ?

İMM aşağıdakı üsulları və yanaşmaları aydınlaşdırmaq üçün istifadə edilir :

- Daha böyük təsir yaratmaq üçün siyasəti və təcrübəni dəyişdirmək.
- İslahatlar etmək.
- Güc əlaqələrin dəyişdirmək.
- Yanaşma və davranışları dəyişdirmək.
- Layihənin əhatə dairəsin genişləndirmək.

İMM – nin bəzi əsas prinsipləri

” İMM bir problemi gündəmə qoyur və bu problemin həllini təmin edir , bu zaman həm problemə həm də həllinə dəstək olur. ” (*İMM-e giriş : Təlim Bələdçisi, Ritu R Sharma ,Təhsilin İnkişafı Akademiyası*) .

“ İMM termini İnkişafın və yoxsulluğun aradan qaldırılmasının qarşısını alan maneələri,münasibətləri və davranışları dəyişdirəcək bir sıra üsulları və yanaşmaları əhatə edir. Texniki dəstək və Xidmət gösdərilməsi diqqəti əsasən yoxsulluğun təzahürlərində cəmləşdirərkən, İMM yoxsulluğun səbəblərini və bu mərhələdə ediləbiləcək dəyişikliklərin axtarışına diqqət yetirir. Ən ideal şəkildə isə İMM prosesi müəyyən problemlərə məruz qalmış insanları əhatə etməli ; QHT və digər mülki qruplar arasındakı əməkdaşlığı artırmalı ; və vətəndaşlar,hökumət və təşkilatlar arasında açıq müzakirə sahəsini genişləndirməlidir. “ (*ActionAid Böyük Britaniya, ölkə proqramı işçiləri üçün daxili iş*) .

İMM ictimaiyyətin diqqətin bir məsələnin və ya problemin həllinə yönəldmək tədbirlərindən ibarətdir . Və buna qanunların formasına və həyata keçirilməsinə təsir edən hüquqi və siyasi fəaliyyətlər daxildir. İMM təşəbbüsü təşkilatı, strateji düşünməyi,məlumatı, ünsiyyəti, sosial yardımı və səfərbərliyi tələb edir . (*İnsan Hüquqları Təlimatı , Marge Schuler*)

İMM həmçinin siyasəti, mövqeyi və dövlət proqramlarının dəyişdirmə yönündə, ictimai marağın xeyrinə olan mövzularla əlaqədar təşkilat və müəssisələrin birləşməsinə gətirib çıxaran hərəkətlər olaraq təyin oluna bilər. Bundan başqa, İMM vətəndaş cəmiyyətini gücləndirən və demokratik sahələr yaradan məqamlara, ictimai və güc əlaqələrinə təsir görsədən sosial dəyişim prosesi də ola bilər. "

(Təhsildə Dəyişiklik – İMM planlaşdırma təlimi, Uşaqları Qoruyaq Fondu, Birləşmiş Krallıq)

İMM mərhələləri

İMM fərqli mərhələlərdə edilə bilər :

- Xalq səviyyəsində, cəmiyyətə yönəlik təşəbbüslərdə
- Yerli idarələr və təşkilatlarla işbirliyində
- Dövlət səviyyəsində mərkəzi idarələr və böyük təşkilatlarla işbirliyində
- Dünya Ticarət Təşkilatı, Avropa İttifaqı və s. kimi hökumətlərarası təşkilatlardan olan regional və beynəlxalq təşkilatlara yönəlik işlərdə

İMM kimlər qatılabilir?

- Birləşmələr və xalq qrupları
- İctimai hərəkətlər
- Yerli və dövlət qeyri-hökumət təşkilatları
- Beynəlxalq qeyri-hökumət təşkilatları
- Digər bir çox vətəndaş təşkilatları
 - ☐ inanca bağlı təşkilatlar
 - ☐ həmkarlar ittifaqları
 - ☐ istehlakçı qruplar

İMM vəsiyyətləri

İMM-ni ən asan müəyyən eləməyin yolu istifadə edilən vasitələrin , yani hansı növ fəaliyyətlərin iştirak edəcəyini təyin etmədən keçər. Aşağıdakı bir sıra vasitələrdən ibarət komponentlər İMM məzmununu aydınlaşdırır.

- İnkişaf strategiyası
 - ✓ Problemlərin araşdırılması və analizi – səbəbləri və nəticələri
 - ✓ Həllərin və lazımlı dəyişikliklərin təyin olunması
 - ✓ Güc xəritələmə
 - ✓ İştirakçı analizi
 - ✓ Mövzu, problem və müddət hədəflərinin təyini
 - ✓ Üsul, yol və yanaşmaların təyini
 - ✓ Fəaliyyətlər üçün bir zaman cədvəli yaratma və vəzifələrin paylaşımı

- Hesabatlar və qısa iclaslar (brifinglər)
- Lobbi işləri
- Şəbəkə qurma və ittifaq qurmaq
- Konfranslar və seminarlar
- Reklam məqsədli ziyarətlər
- Təşviqat
- Medya işləri
- Sosial marketinq
- Aktiv WEB-sayt yaratmaq

**İMM niyə
qorumalıdır ?**

- Yalnız xalqa söykənən proqramlarla daha böyük bir təsir yaratmaq və geniş yayılacaq dəyişikliklərə nail olmaq üçün .
- Hökumət və təşkilatların vətəndaşa qarşı olan vəzifələrini yerinə yetirilməsini və hüquqlara hörmət edilməsini təmin etmək üçün .
- Hökumət və digər təşkilatlardan dəstək əldə edərək proqramın təsirini daha davamlı etmək
- Cəmiyyəti və cəmiyyətə yönəlik qəbul olunmuş proqramları siyasətdə baş verən mənfi dəyişikliklərə qarşı qorumaq
- Aşağıdakılar vasitəsilə vətəndaş cəmiyyətin gücləndirmək və demokratik sahəni genişləndirmək :
 - Siyasətin hər mərhələsində vətəndaşların iştirakını təmin etmək və həvəsləndirici məsləhətlər verməklə
 - QHT-lər və digər vətəndaş təşkilatları arasında əməkdaşlıq yaratmaq və bu əməkdaşlığın güclənməsini təmin etməklə
 - Qərar qəbul edənlərin yaratdığı əlaqələrlə vətəndaş cəmiyyətinin legitimliyini və etibarlığını təmin etməklə

İ nki ş a fa bax ı s ın mü x t əlif yollari

Ənənəvi Xidmət göstərənlərin görüşləri	Hüquqi Xidmət görsədənələrin görüşləri
Əsas ehtiyaclar	Əsas hüquqlar
Simptomlar(Əlamətlər)	Səbəblər
Layihələr	Strateqiyalar
Tədris	Öyrənməyin iki yolu
İstifadə edənlər(passiv alıcılar)	Vətəndaşlar(aktiv iştirakçılar)
Nəticələr	Sosial dəyişikliklər
Missiya	Dəyişikliklərə baxış

BÖLMƏ 3

İMM-dakı əsas məsələlərin təyini

Giriş

İMM-də həllinə diqqət ayrılması bir çox məsələ vardır. Lakin resursların qıt olduğundan və İMM uzun müddətli fəaliyyət növü olduğundan məsələlərin prioritetliyi, vacibliyi təyin olunmalıdır.

İMM strateqiyasını hazırlanması və həyata keçirilməsindən qabaq problemin hansı tərəflərinin (bu kriteriya əsasında a) daha vacib , b) bu ana görə daha uğurlu nəticə verə bilən) sizi narahat etdiyini müəyyənləşdirmək lazımdır .Başqa sözlə desək, məsələnin hansı hissəsi İMM üçün daha vacib olduğunu.

Ca l ı s ma 1

Məsələlərin təyini.

Giriş BÖLMƏündə hər kəs öz fəaliyyətinin istiqaməti barədə əsas məlumatları təqdim etdi. İlk öncə bu barədə bir qədər məlumat toplamaq yaxşı olardı .

Yapışqanlı kağız götürün və üstündə aşağıdakı məlumatları yazın

1. Üstündə işlədiyiniz məsələ və ya problem
2. Nəyin dəyişdiyini gömək istəyirsiniz? Nə qazanmaq istəyirsiniz ?

Xahiş edirik qısa cavab yazın . Sizin 5 dəqiqəniz var.

Yazıb qurtarandan sonra yazdıqlarınızı yanınızda oturan yoldaşınıza başa salın. Yoldaşınız başa düşmədiyi mövzuları sizdən yenidən soruşacaq. Lazım olsa yazdığınızı dəqiqləşdirmək üçün təkrarən yazın. Rolları dəyişdirin. 4 dəqiqəniz var.

NOT: *Zəhmət olmasa, bu mərhələdə seçdiyiniz mövzu üzərində müzakirəyə başlamayın, ancaq yazdıqlarınızı daha asan başa salmağa çalışın.*

Problem və məsələnin analizi – “ Nİ YƏ? ” üsulu

“ Səbəbin kökü ” nədir ?

“Səbəbin kökü” problemin və məsələnin qarşısında duran əsas məqamlardır . Bu sizə problemin simptomlarına (əlamətlərinə) deyil, səbəblərinə diqqət yetirməyə kömək edəcək. Problemin niyə yaranmağını anlamaq cəhdi sizə düzgün həlli tapmaqda kömək olacaq.

Səbəbləri niyə təyin etməliyik?

Problemin həqiqi həllin tapmaqla siz problemin əsas səbəblərin təyinləşdirirsiniz. Problemi ortaya çıxaran səbəblərin nə olduğunub təyin etmədən hərəkət etmək məqsədə çatmamağa getirib çıxarda bilər. Bu zaman və gücün boş xərclənməsiylə nəticələnir.

Bu bir məsələ ilə bağlı bir sıra həll istiqaməti olduğuna və bəlkədə görmədiyi alternativləri görməyə kömək edir.

Bu düzgün qərar qəbul etmə şansın yüksəldir , çünki problem fərqli tərəflərdən “AXI NİYƏ?” sualı verilməklə araşdırılır.

Əsas səbəbləri nə vaxt müəyyənləşdirməlisiz ?

- Problemin əsil səbəblərinə çatmayacaq “həll” üçün dəstək olduğumuz zaman . Məsələn , əgər bir cəmiyyətdə aclıq varsa pulsuz yemək paylayanda .
- Cəmiyyətin problemin səbəblərin göz ardı ya inkar etdikdə .
- Bir mövzu və ya problemlə əlaqədar İMM işlərin planladığımızımızda .

“ Nİ YƏ? ” üsul u n ədir ?

“ Nİ YƏ? “ üsulu bir mövzuya və ya problemə təsir edən əsas səbəbləri təyin etmək üsuludur .

Problemə Nİ YƏ? sualı verməklə onun yaranma səbəbləri öyrənilir .

Məsələn , yoxsul bir cəmiyyətdə içməli su olmadıqda özünü “ Nİ YƏ?” sualın verin , sonra o suala verdiyiniz cavaba birdaha “ Nİ YƏ? “ soruşun və buna, məsələnin mənşəyinə , yəni əsas səbəbə çatana qədər davam edin. Bu insanların gigiyenik qaydaları bilməməsindən , eləcədə onlara riəyyət etməməsindən və təmiz suya əhəmiyyət verməməsindən qaynaqlanır ?Yoxsa dövlətin bu problemlərə yetərinə diqqət görsətməməsindən ? Yetəri diqqəti niyə görsətmir ? Maliyyə qıtlığından ? Bu qıtlığın yaranma səbəbi? Və s.

“ Nİ YƏ? “ üsul u nec ə i sl əyir

Çalışma

Problem

Uşaqlar məktəbə getmir

Soruşun Nİ YƏ?

Onlar tez-tez xəstələnirlər.

Cavab : Tibbi Yardım Görsətmək lazımdır

Nİ YƏ?

Onlar mənşəyi bilinməyən su içirlər

Cavab : Yeni su quyusu qazmaq lazımdır

Nİ YƏ?

Quyu məktəbdən aralı yerləşir

Cavab : Su kəməri çəkilməlidir

Nİ YƏ?

Yerli İdarəetmə orqanları keçən il yeni su quyusunun qazılacağı vəd etmişdilər lakin vəd hələ yerinə yetirilməyib

Cavab : Yeni su quyusu qazın və ya Yerli İdarəetməyə tədarük etməsi üçün lobbı yaradin

NİYƏ?

Dövlət vəd verdiyi vəsaiti ayırmayıb hələ

Cavab : Su quyusu qazın / Su xətti çəkin və ya Dövlətdən vədin yerinə yetirilməsini tələb edin

NİYƏ?

İkitərəfli donorlar lazım olan vəsaiti ayırmayıblar

Cavab : Su quyusu qazın / su xətti çəkin və ya donorlara təsir edin

Sizin probleminizə bir çox həllər və səbəblər uyğun gələ bilər lakin onlardan prioritet olanları siz seçməlisiz .

“ NİYƏ? “ analizi öz-özündən problemin həlli üçün lazımli olan sahəyə gətirmir , o ancaq problemin həlli istiqamətin göstədir .

Təbii ki , “ NİYƏ? “ üsulu qüsursuz deyil , lakin problemin səbəblərin aydınlaşdırmaq üçün effektiv bir üsuldur .

Həmdə üsul sürətli və xərcsiz olmaqla yanaşı hər kəsin, hər anda, hər yerdə istifadə edə biləcəyi bir üsuldur .

“NİYƏ? “ üsulun başqa üsullarla birləşdirmək

Problemin əsas səbəblərin aydınlaşdırandan sonra ilkin etdiyiniz analizi , təsirə məruz qalmış insanlarla və araşdırma mərkəzi ilə məsləhətləşməlisiniz .

(INTRAC adına Hilary Coulby tərəfindən Community Tool Box'dan) .

Problemin analizi üsullari

Problemin bir neçə analiz üsullari vardır. Müxtəlif təşkilatlar və fərdi şəxslərə maraqlı gələcək fərqli vasitələr vardır .

Bu sessiyada istifadə ediləcək əsas 4 üsul aşağıdakılardır :

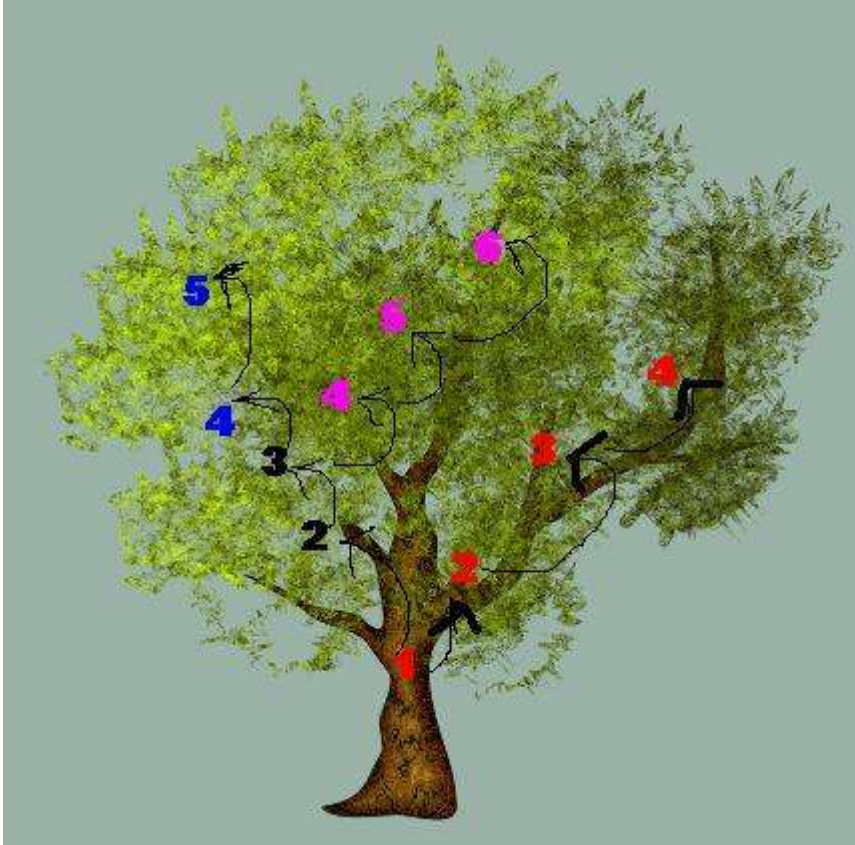
- əsas suallara baxış
- problem “ ağaci “
- səbəb , nəticə və həll
- mövzunun Ulduz Analizi

Əsas suallara baxış

- Yaşadığınız cəmiyyətin uzun müddətli planlaşdırılması ?
- Sizin cəmiyyətin / ölkənin necə olmasını istəyirsiniz ?
- Hansi xüsusiyyətlər ideal cəmiyyətiniz göstəricisidir ?
- Bu məqsədə çatmaq üçün nəyi dəyişdirmək lazımdır ?
- Məqsədə çatmağa nə maneə görsədir ?
- Siz işinizlə nəyə çatmaq istəyirsiniz ?
- Bunun ümumi baxışa xeyiri nədir ?
- Edə biləcəyiniz / etməli olduğunuz daha nələr var ?

Problem “ ağacı ”

Problem “ ağacı ” misali



Problem “ağacı” divarda kağız üzərində çəkilə bilər . Beləcə səbəb və nəticələr daha aydın görünür .

- 1 – məktəbə getməmək
- 2 - tarlada ailəyə kömək etmək
- 2 – imtahanlardan kəsilmək
- 3 – məhsulu artırmaq
- 3 – bacarıqsızlıq və savadsızlıq
- 4 – qısa zamanda ailə üçün daha çox ərzaq
- 4 – şəhərə köçmək
- 4 – rayon yerində işsizlik
- 5 – kasıbçılıq
- 5 – xarabalıqda yaşamaq və dilənmək
- 6 – xəstəlik

Mə s ə l ə n i n “ U L D U Z ” a n a l i z i

əsas səbəblər

təsirlər/nəticələr

Yerli
səviyyədə

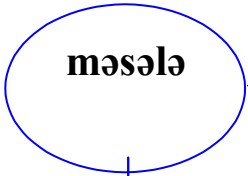
Yerli
səviyyədə

dövlət
səviyyəsində

dövlət
səviyyəsində

beynəlxalq
səviyyədə

beynəlxalq
səviyyədə



Həll

Səbəblər , nəticələr və həllər .

Problem : zəif ilkin yardım xidmətləri

Səbəblər	Nəticələr	Həllər
<i>Yerli səviyyədə</i> Klinikanın personal çatışmazlığı ; Səhiyyə işçiləri arasında çatışmazlıqlar (aşağı maaş ,bəzilərinin yetərinə təhsil almamaq) .	Keyfiyyətsiz səhiyyə xidmətləri ; Uşaq ölümünün sayının artması ; Yoluxucu xəstəliklərin yayılması ; Məhsuldarlığa olan təsirlər .	İnsanlara onların sağlamlıq hüquqlarının aydınlaşdırılması ; Region rəhbərliyinin daha məsuliyyətli davranışı üçün İMM yönü işlərin aparılması .
<i>Dövlət səviyyəsində</i> Dövlətin başqa prioritetləri var və imkansızlar öz ehtiyacların bildirməməlidirlər (bildirmirlər) .	Yoxsulluğu azaltma strategiyasında sağlamlığa yetəri diqqət ayrılmayıb Səhiyyə nazirliyinin statusu aşağı və siyasi nüfuzu qeyri-kafidir .	Dövlət səhiyyə siyasətində keyfiyyətin artırılması üçün islahatların aparılması ; Səhiyyəyə ayrılan büdcənin artırılması .
Savadlı kadrların şimala köçməsi .	Savadlı həkim və tib bacılarının sayı azdır	Əsas səhiyyə işçilərinin maaşlarının artırılması .
<i>Beynəlxalq səviyyədə</i> İstifadə olunan vasitələr və özəlləşdirmə haqqda İFİ siyasətləri .	Özəl səhiyyə xidmətləri çox bahalıdır .	İFİ-ləri səhiyyə xidmətləri siyasətin dəyişdirməyə razı salın (sosial və iqtisadi argumentlər işlədərək) .

(Veneklasen və Miller, A New Weave of Politics, People and Power)

Ca l ı ş ma 2

Məsələlərin analizi

Bu məsələni həll etmək üçün qrup şəkilində (və ya tək) istifadə edəcəyiniz analiz üsullarından birini seçin .Təlimçiləriniz lazımlı üsulu sizə bildirəcəklər .

Məsələnin üstündə işləmək üçün sizin 35 dəq. var .

Qeydlər aparmaq üçün bir neçə vərəq götürün və lazım gəldikdə onların yerlərin dəyişdirin .

Qrup iştirakçıları məsələnin dərinləyinə getmək üçün daima bir-birində "NİYƏ?" soruşacaqlar .

Vasitəri istifadə edərkən yaranan çətinliyin və aydınlaşmazlıqları başa salmaq üçün təlimçilər tez-tez qruplara yaxınlaşacaqlar .

Strateji məsələlər və problemlər üçün əsas kriteriyalar

- Problemin uğurlu həlli insan həyatının yaxşılaşmağına kömək olacaq
- Problem sizin missiyanız və maraqlarınız üçün əhəmiyyətlidir
- Bu sizin təşkilat prioritetlərinizlə uyğunlaşır
- Həll olunmadıqı halda başqa mövzulardada maneələr yaradan əsas problem olmaqla yanaşı başqa dəyişikliklərdə yol açacaq
- Problemin müvəffəqiyyətli bir şəkildə ələ alınması işlərinizin təsirini artıracaq
- Problem ixtisas sahənizə, təcrübənizə və analiz üsulunuza uyğundur
- Dəyişdirmək istədiyinizin nə olduğunu , niyə dəyişikliyin lazım olduğunu və necə dəyişdirəcəyinizi bilirsiniz
- Lazım olan dəyişikliklərin edilməsi üçün imkan / ehtimal vardır
- Şərikləriniz və işlərinizdən faydalanan şəxslər də problemin əhəmiyyətli olduğunu düşünür
- Problemi həll edərkən çıxan risklərlə işləməyi bacarmalısınız
- Təşkilatınız bu problemin həllinə kömək edə bilər və / və ya mövzuya dəyər qata bilər
- Bu problem üstündə işləməyiniz sizə daha böyük təsirə çatmaqınız üçün İMM üsulların və proqramların inteqrasiyasına imkan yaradır
- Dəyişikliklərə sizə daha uyğun gələn üsullarla nail ola bilərsiniz

Strateji məsələlər və problemlər üçün sənədlər siyahısı

Məsələləri/problemləri müqayisə etmək və prioritet olanları seçmək üçün əvvəlcə strateji meyarlarınızı düşünün və siyahı şəklində yazın . Sonra probleminizin adını sütunun başlığına yazın və hər meyara uyğun “ BƏLİ “ “XEYİR “ cavabın işarələyin . Qarşısında daha çox işarələr olan problem daha böyük potensiala malikdir.

Problemin adı	Problemin adı	Meyar
		Dəyişiklik insanların həyatına müsbət təsir göstərəcək
		Problemi həll etmək üçün imkanlar var
		Problem dəyərləriniz və görüşlərinizlə uyğun gəlirmi
		Maliyyə toplanılmasına kömək olacaq
		Problemin müvəffəqiyyətli həlli işlərinizin təsirini artıracaq
		Problem ixtisas sahənizə təcrübənizə və analizlərinizə uyğundur
		Geniş bir şəkildə hiss olunacaqmı ?
		Dərindən hiss oluna bilərmı ?
		Açıq və dəqiq İMM məqsədləri varmı ?
		Yerli mövzular, qlobal məsələlərə və makro siyasətlə əlaqəsi varmı ?

		Siyasi problemləri müzakirə və həll etmək üçün güclü və dayanıqlı forumlar yaradın
		İnsanlara onların demokratik hüquqlarını aydınlaşdırın

Hilary Coulby tərəfindən Kim Bobo, Jackie Kendall, və Steve Max tərəfindən hazırlanan Organizing for Social Change: A Manual for Activists in the 1990s'den və Lisa VeneKlasen ilə Valerie Miller tərəfindən yazılmış olan A New Weave of Power, People, and Politics: The Action Guide for Advocacy and Citizen Participation'dan alınmışdır.

BÖLMƏ 4

Ətraf mühütün xəritəsinin hazırlanması

Giriş

Əsas mövzunu təyinləşdirib və bu mövzuda tədqiqat apardıqdan sonra növbəti addım dəyişiklikləri kimlərin reallaşdıracağını , qərarların kimlərin qəbul edəcəyini və bu şəxslərin kimlərə təsir görsədəyini müəyyənləşdirməliyik .

İMM strategiyasının hazırlanmasında əsas amili kimlərin siyasəti və təcrübəni dəyişdirməyə gücü olduğunu anlamaqdır,

Nüfuzlu və Güclü Qruplar

Siyasətçilər və partiyalar (seçilmiş, təyin edilmiş)

Məmurlar

Din / Din Təşkilatları və inanc / din liderləri

İş birliklikləri və böyük şirkətlər

Vəkillər, hakimlər, həkimlər, alimlər, müəllimlər və digər peşə sahibləri

Media - televiziya, radio, qəzet və jurnallar

Peşələr və İşçi birlikləri

İstehlakçı quruluşları və istehlakçı qrupları

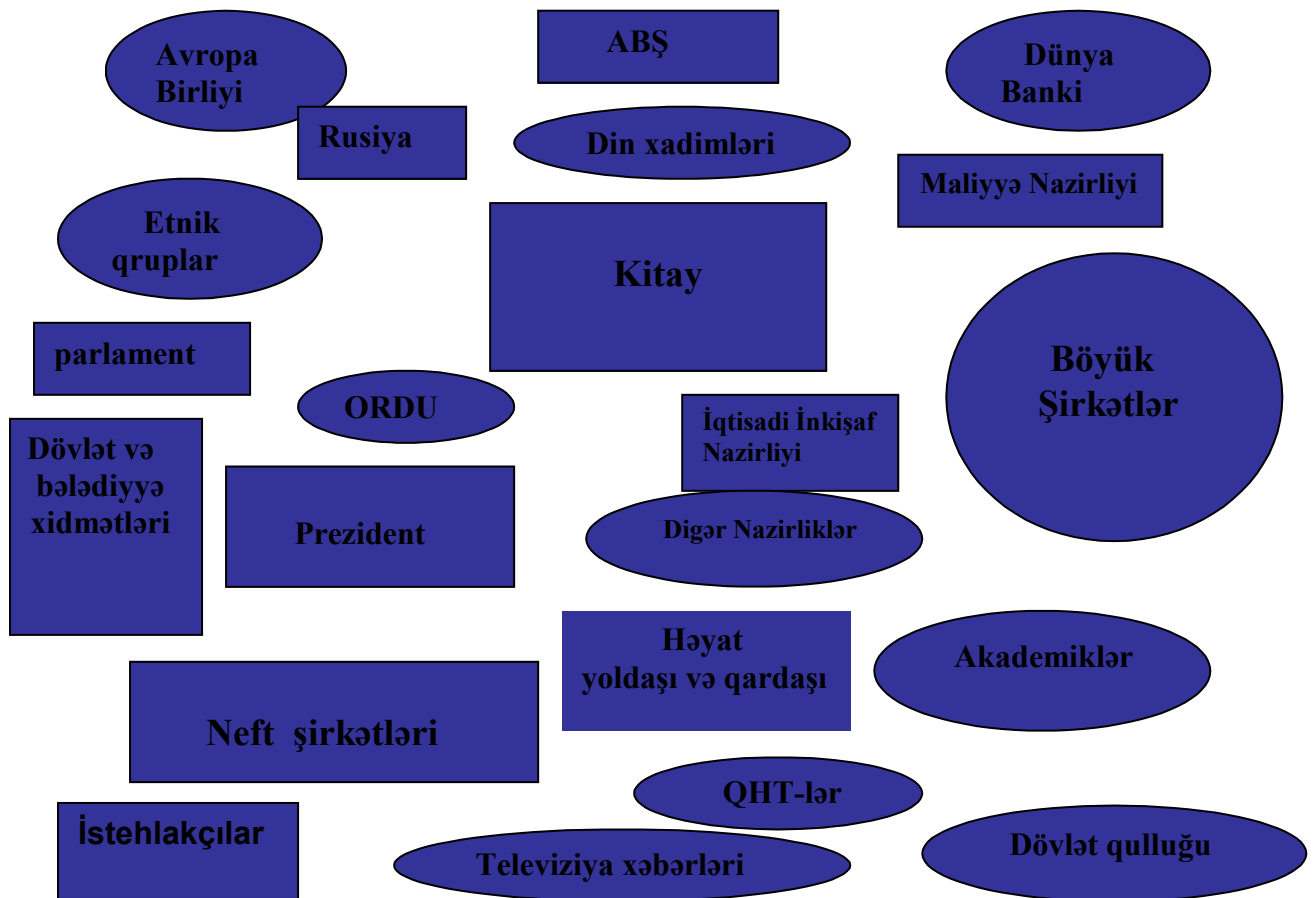
Qadın qrupları

QHTlər və Vətəndaş Cəmmiyyəti təşkilatları

Bölgələr Təsisatlar - AB, regional ticarət qrupları vs.

Beynəlxalq təşkilatlar - Dünya Bankı / IMF, Dünya Ticarət Təşkilatı, BMT nümayəndələri vs .

Güc xəritəsi



Calı s ma 1

Güc xəritəsi

Güc xəritəsi sizə kimin dəyişikliklərə və qərar qəbuluna daha çox təsiri olduğunu müəyyənləşdirməyə kömək edir .

Əvvəlcədən üstündə işlədiyiniz mövzudan istifadə edərək dəyişikliklərə nail olmaq üçün qərar verəcək insani(insanları) mövzu üstündə başqa kimlərin gücü olduğunu və güc sahiblərinə kimlərin təsir edə biləcəyini göstərən güc xəritəsi yaradın. Xəritəni qurarkən yapışqanlı kağızdan istifadə edinki lazım gəldikdə yerlərin dəyişə biləsiniz .

Birinci ən vacib qərar qəbul edənləri müəyyən edin və kagiz üzərində qeyd edin , sonra təşkilatları və təsir gücü olanları əlavə edərək davam edin. Mümkün olduğu qədər dəqiq olun. Məsələn, media demək yerinə qərar qəbul edənlərin izlədiyi proqramları və ya oxuduqları qəzetləri bildirin. Dövlət demək yerinə hansı dövlət dairələrini və ya nazirliyini və mümkünə həmmən şəxsi hədəfliyəcəyinizi bildirin.

Bu tapşırıq üçün **30 dəqiqəniz var**. Təlimçiləriniz qrupları gəzib sizə kömək edəcəklər .

Tə rə flə rin **analizi**

Məqsədlər :

- Qərar qəbul edən şəxslər
- Lazımlı dəyişiklikləri etməyə gücü olan şəxslər
- Qərar qəbul edən insanlara təsir etməyi bacaran şəxslər

Dəstəkçilər :

- Birlikdə və adına işlədiyiniz şəxslər
- İşlərinizdən faydalanması gözlənilən şəxslər

Müttəfiqləriniz / Dostlarınız :

- Hədəflərinizi paylaşan və ya qərar qəbul edənlərə təsir edə biləcək , onlara təziq görsədə biləcək insanlar

Opponentlər :

Əldə etmək istədiyinizə qarşı çıxan və görmək istədiyiniz dəyişikliklərə maneə törətməyə çalışacaq insanlar

Bölmə 5

Lobbyçilik, Təsiretmə və səsini eşitdirmə

Lobbicilik nə dir?

Lobbi .

Xüsusi bir səbəbdən məmur və ya digər dövlət xadimlərinə təsir etməyə çalışan qrup, təşkilat və assosiasiyadır. İlk əvvəllər bu termin qanunları yazanlarla danışmaq məqsədilə lobbilərə və ya hökumət binalarının koridorlarına gələn insanları bildirmək üçün işlədilirdi.

Lobbicilik

Lobbicilik fəaliyyətinin mahiyyəti müxtəlif cür şərh olunur. Əsasən lobbicilik siyasətçilər, dövlət xadimləri və digər qərarverici şəxslərə müsahibə və inandırma yolu ilə bilavasitə təsir etmək cəhdləri nəzərdə tutulur.

Lakin bəzi insanlar bu termini təbliğat anlayışı ilə eyniləşdirirlər və onların fikrincə bu, hər hansı bir siyasət, təcrübə və dövlət fəaliyyətinə bilavasitə və ya dolaylı təsir etmə cəhdlərini və məmurlara, onların işçilərinə, dövlət qulluqçularına və dövlət tənzimləməsi orqanlarının üzvlərinə təsir etmə cəhdlərini özündə birləşdirir.

Lobbici

Lobbicilik fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxs və ya təşkilatdır.

Lobbi hə də flə ri ilə ilk ə laqə

Siz yeni təbliğat təşəbbüsü ilə işə başladıqda sizin tanımadığınız şəxs və institutlarla lobbi görüşünü keçirmək lazım gəlir. Bu heç də göründüyü kimi çətin deyil.

Birinci addım

Təşkilatda və ya institutda aşağıdakı işlərin öhdəsindən ən yaxşı gələn düzgün şəxsi tap:

Institusional web saytlarını axtarmaq,

Ortaq və müttəfiqlərinizdən soruşmaq,

Digər agentliklərdə təbliğatçı kolleqlarla danışmaq,
Vacib dost və qohumlardan soruşmaq.

İkinci addım

Onların müdir/katib/şəxsi katibinə zəng et və :

- Qısaca olaraq kim olduğunuzu, təşkilatınızın nə ilə məşğul olduğunu və hansı səbəbdən qərarverici ilə görüşmək istəyinizi deyın
- Həmin şəxs sizin lazımı şəxslə əlaqə saxlayıb-saxlamadığınızı sizə deyəcək, əgər elə deyilsə, ondan sizin danışmalı olduğunuz şəxsin adını və əlaqə məlumatlarını verməyini xahiş edin
- Telefon zəngi imkanından istifadə edib şəxsin adının və onun vəzifəsinin yazılışını yoxlayın
- Kiminlə danışmağınızdan asılı olmayaraq nəzakətli və hörmətçil olun – bu şəxs daha yüksək səviyyə qərarvericisinə çıxışa açar ola bilər
- əgər sizinlə dərhal görüş təyin edilirsə, onda özünüzü təbrik edin və görüşə hazırlaşın

Üçüncü addım

Əgər siz telefonda görüş təyin edə bilmədənizsə - bu adi haldır, çünki insanlar adətən sizin özünüzü təqdim etdiyiniz insan olduğu haqda sübut istəyirlər, bu zaman həmin şəxsə aşağıdakıları əhatə edən qısa məktub (e-mail yox) yazın:

- sizin təşkilat və ya birlik haqqında əsas məlumat
- sizin təbliğat məsələiniz və əsas maraqlarınız haqqında əsas məlumat
- qərarverici/ institutun siyasəti/məsələ haqqında fikirləri haqqında daha çox öyrənmək və sizin maraqlarınızı müzakirə etmək üçün görüşmək istəyinizi əsaslandırın
- onları öz ofisinizə dəvət etmək istədiyinizi və ya onların ofisinə getmək istədiyinizi bildirin.

2 həftə gözləyin. əgər onlar bir xəbər verməsə, onlara zən edin və onların sizin məktubunuzu alıb-almadığınızı və görüşün mümkün olub-olmadığını nəzakətlə soruşun və əgər bu mümkün deyilsə, onda təşkilatda sizin danışa biləcəyiniz başqa bir şəxsin olub-olmadığını soruşun.

Lobbicilik eti- kasi

Lobbicilik hansı etik dilemmaları yaradır?

Lobbiciliyin etik təməli məlumatlı qərarvericilər üçün lazımi vacib ictimai debat olandan bəri lobbiciliklə bağlı etik dilemmalar lobbici və qanunvericilərin müxtəlif davranışları həmin prosəsini ədalətliliyi və şəffaflığına şübhə oyatdığı və ümumi məhsula uyğun gəlmədiyi halda özünü daha qabarıq büruzə verir.

Ədalətlik

Lobbiciliklə bağlı qeyri-etik(və qeyri-leqal) təcrübələrin arasında ən aydın əks olunanı siyasətçiyə onun arzuolunan şəkildə səsverməsi üçün haqq ödənilməsi və ya səsvermədən sonra onun dəyərli diqqət ayrılmasıdır. Əgər bu təcrübəyə icazə verilsəydi, onda pulu olan insan və təşkilatlar həmişə qalib gələrdilər. Lakin hətta qanunvericilərə hədiyyə verilməsi icazə verilməsə də, konqres səyahətləri və bahalı yeməklərin ödənilməsi kimi digər təsiretmə vasitələrin “alınması” da mövcuddur. Yerli rəsmilər belə hadisələrlə qarşılaşıblar: oyun və konsertlərə biletlər, bahalı restoranlarda nahar yeməyi və s.

Ədalətlik məsələsi həm də bir lobbicinin digərinə nisbətən qanunvericiyə daha asan çıxışının olması zamanı da yaranır. Gündəmdə olan məsələlərdən biri də fırlanan qapı lobbiciləri problemidir – bu insanlar vaxtilə dövlət qurumlarında işləmişlər, sonra isə özəl sektora keçmiş və öz keçmiş iş yoldaşlarına təsir edir. Onlar qanunvericilərlə münasibətlərə malik olmalarından əlavə hələ də ofisə daxil olma koduna malik ola bilirlər, qanunvericilərin tapşırıq bacarıqlarından istifadə edə bilirlər və ya hökumətin dəhlizlərinə daha asan çıxışa malik ola bilirlər.

Başqa münasibətlər də ədalətliliyi azalda bilər. Xüsusilə yerli səviyyədə qanunvericilər sosial fəaliyyəti nəticəsində tanıdqları insanlar tərəfindən

lobbiçiliyə məruz qal bilərlər. Dövlət xadimlərinə dostluq münasibətlərindən yarana biləcək təsirlərdən qaçmaq tapşırılmışdır. Bütün siyasətçilər partiya və ya seçki kampaniyasına yardım edən təşkilat və ya sənaye tərəfindən təsirə məruz qala bilər.

Səffaflıq

Lobbiçilik prosedurunun ədalətli olmasının artırmağının bir yolu da təsirin mümkün mənbələri ictimaiyyət üçün açıq olmasına əmin olmaqdır. Bu məqsədlə bir sıra ölkələr ya lobbiçilərdən qanunvericilərlə müzakirə etdiyi məsələ haqda hesabat verməyi, və ya dövlət qulluqçularının/siyasətçilərin onlara “hədiyyə” və ya yardım göstərilmə təklifinin verilməsini, və/və ya onlara hər hansı haqqın ödənilməsini, və/və ya heyətin və ya təşkilatın üzvlüyünü vəd etməyi haqqında məlumat verməyi tələb edirlər. Şəffaflığın təmin olunması üçün bir sıra təkliflər verilmişdir, lakin problemlər hələ də qalmaqdadır.

(Hilari Koulbi tərəfindən yazılıb: Cudi Nadler və Miryam Şulman, Santa Klara Universiteti, ABŞ,

http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/government_ethics/introduction/lobbying.html)

Müvəffəqiyyətli lobbiçilik üçün əsas məsləhətlər

HAZIRLIQ, HAZIRLIQ, HAZIRLIQ!

- Nə istədiyinizi bilin
- Lobbiçiliyə gətirilən insanların baxışlarını bilin
- Onlar üçün burda nə var – nə üçün onlar öz baxışlarını dəyişməlidirlər

Mesajlarınızı təkmilləşdirin

- Sadə və dəqiq olun

- Məsələ nədir
- Siz onların bu haqda nə etməklərini istəyirsiniz
- Onlarda maraq oyadacaq misallardan istifadə edin
- Qısa xülasə hazırlayın – iri çap edilsin

Planlaşdır və məşq elə

- Görüş üçün ən yaxşı yer və vaxtı seçin
- Məkanı tanıdığınıza əmin olun
- Vaxtında gəlin, vaxtından əvvəl tərk etməyə hazır olun
- Uyğun geyinin
- Nəzakətli olun, statusu nəzərə alın
- Ad kartları verin

Danışığ texnikasından istifadə edin

- Bədən dilinizə diqqət yetirin
- Səsinizi sakit saxlayın
- Qulaq asın – müdaxilə etməyin, empatiyanı göstərin
- Suallar verin
- Vaxta diqqət yetirin – qısa daha yaxşıdır, diqqətiniz yayılmasın, planınızı nəzərə alın

Münasibətlər qurun: xəbər verən xəbərin özü qədər vacib ola bilər

- Heyətin daimiliyi etibar və şəffaflığa gətirib çıxarır
- Məlumatın həqiqətə uyğun və etibarlı mənbəsi olmaq insanları qulaq asmağa vadar edir
- Məsələ ilə bilavasitə bağlı olan insanı cəlb etməyə çalışın
- Nəzakətli olun, sosial bacarıqlardan istifadə edin
- Müntəzəm olaraq əlaqə saxlayın
- Həmişə digər bir görüşün məqsəduyğun olacağını təklif etməklə görüşü tamamlayın.

Düzgün bədən dili

- Birbaşa göz əlaqəsi yaradın və bunu vaxtın ən azı 50%-i saxlayın
- Qrupa müraciət edirsinizsə, hər bir insanla göz əlaqəsini yaratdığınıza əmin olun və görüş vaxtı bunu etməyə davam edin
- Digər insnalara uyğun şəxsi məkan verin
- Oturarkən və ya ayaqüstə dayanarkən düz dayanın – kənarlara əyilməyin!
- “bağlı” bədən mövqelərindən qaçın – əllərin haçalanması, digər insandan kənara əyilmə
- Düz oturun, stulunuzun kürəyinə söykənməyin, “geniş” vəziyyətdə oturmayın
- əllərinizi heç vaxt belinizə qoymayın, barmağınızı heç vaxt əsdirməyin
- müraciət etdiyiniz insan/qrupla eyni səviyyədə qalın – dayanın əgər onlar dayanırlarsa, oturun əgər onlar oturlarsa
- aydın, eşidiləcək və sakit tərzdə danışın
- mənfi emosiyaların səsinizin tonundan hiss edilməsinə imkan verməyin
- sözlərinizi vurğulamaq məqsədilə uyğun üz mimikalarından və jestlərdən istifadə edin
-

☺ **Gülümsəyin**

Ca l ı s ma

Lobbiçilik

Bu rol oyunu çalışmasıdır və siz ilk növbədə lobbi görüşünə hazırlaşacaqsınız və sonar həmin görüşü oynayacaqsınız. Bu çalışma üçün siz əvvəlki kimi eyni qrupda işləyəksiniz.

Birinci hissə

sizin treynerləriniz aşağıdakıları əks etdirən çalışma vərəqlərini ayıracaqlar:

- siz kimsiniz

- siz nəyə nail olmağa çalışırsınız
- məsələ haqqında bəzi detallar
- siz kiminlə görüşəcəksiniz

məsələni diqqətlə oxuyub başa düşdükdən sonar siz çalışma vərəqinin sonunda Tapşırıq başlığı altında verilmiş mövzular əsasında lobbi görüşünü hazırlamağa başlayacaqsınız.

Treynerlər hər bir qrupa onların suallarına cavab vermək üçün yaxınlaşacaq. Sizin hazırlaşmaq üçün 30 dəqiqəniz var.

İkinci hissə

Hazırlıq mərhələsində qrup müzakirəsində sonar görüş artıq oynanılmalıdır. Sizin görüşdüyünüz qərarvericilər çox məşğul olduqlarına görə bu görüş üçün sizin 10 dəqiqə vaxtınız var.

BÖLMƏ 6

Daha geniş kütləyə çatmaq

Giriş

Müxtəlif QHT-lər öz İMM işlərində fərqli üsullardan istifadə edirlər . Bəziləri qərar qəbul edənlərlə və onlara təsir edənlərlə konstruktiv əlaqələri və müttəfiqləriylə səhnə arxasında çalışıb dəyişikliklər yaratmağı vurğulayırlar .

Digər QHT-lər isə qanunları və siyasəti açıqca tənqid edəcək daha açıq və kompromissiz yol seçirlər . Bu yolla onlar ictimaiyyətin rəyin öz dəyişikliklər axtarışında istifadə edirlər .

Bir çox vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları işlədikləri mövzudan və İMM işlərinin inkişafından asılı olaraq bu üsulları birləşdirib istifadə edirlər .

Təsviqa t v as it ə l ə ri

- Xalqa paylamaq üçün hazırlanmış əl elanları və ya başqa vəsaitlər
- Poster və ya elanlar
- Xalqa açıq yığıncaqlar
- Media işləri - qəzetlər, radio və ya TV
- Medianın marağını çəkəcək 'təəccüblü çıxışlar' və ya tədbirlər
- Məqsədinizə dəstək verən tanınmış insanlarla əlaqə qurma
- Məktub kampaniyaları
- Ərizə
- Yarışmalar
- Kütləvi lobbiçilik, mitinqlər
- Kütləvi tədbirlər - acliq tətilləri, velosiped turları, küçə teatrı etc.
- Fəal bir web-sayt

İctimai təşviqatın hazırlanması

Birinci addım:

Bir təşviqata niyə ehtiyacımız olduğunu özümüzdən soruşmaq.

Nə haqqında narahatlığımız var?

Nələrin dəyişməsinə ehtiyac duyulur?

Bu ana qədər niyə bir dəyişiklik olmamışdır.

Daha geniş bir xalq kütləsi ilə münasibətə başlamağın nə cür faydaları olacaq.

İkinci addım:

Təşviqat üçün hədəf toplusunun qərarlaşdırılması – tam olaraq nə istənildiyinin aydınlaşdırılmasıdır.

Probləmə münasibət bildirməsi üçün əsas olan kimlərdir?

Kimlərin qatılmağını istəyirsiniz?

Hədəf kütlənizi çox dərindən tanımağınız vacibdir.

Hansı mediya proqramlarını izləyir, qulaq asır, və oxuyursunuz,

Onları nə cəlb edir?

Hansı tərz və yanaşmalara reaksiya verirlər,

Onları nə uzaqlaşdırır?

Üçüncü addım:

Mesajınızı yaradın.

Bunun təhsil məqsədli bir vərdiş deyil, bir təşviqat olduğunu unutmayın.

Tək bir mesaj verməyə çalışın. Açıq və aydın olsun.

Kütlənin durduğu yerdən başlayın. Problem haqqında hər şeydən xəbər olduqlarından əmin olamyın. Bütün problemlər qarışıqdır, ancaq təşviqat belə olmamalıdır. Qarışıqlıq insanların həvəsini söndürür; fikrlərini qarışdırır; dediklərini eşitmə istəklərini azaldır. Gözəl bir rəsm bir sözə bərabərdir.

Dördüncü addım:

Təşviqat fəaliyyəti üçün dizayn, plan, vaxt cədvəli və büdcə hazırlayın.

Əvvəlcədən məlum hədəfləriniz olmalı və nə edəcəyinizi bilməlisiniz. Təşviqat fəaliyyətində sizə kömək ola biləcək könüllülər varmı?

Xidmət göstərmək üzrə sizə dəstək olacaq sponsorlar varmı?

Beşinci addım:

Təşviqatı başlatmadan əvvəl digər QHT və sivil qrupları təşviqatlardan xəbərdar edin. Qoşulmaq istəyib istəmədiklərini öyrənin.

Altıncı addım:

Təşviqat dəstəklərinin ad və adreslərini qeydə almağa istiqamətlənmiş bir üsul qurun. Məlumat qaynaqları vasitəsilə vəziyyət haqqında onları xəbərdar edin.

Mesaj nədir ?

Əgər sən ideyanı telefon kartının arxasına yazı bilmirsinizsə, bu sizin aydın bir idayaya(fikrə) sahib olmadığınızı göstərir.

(David Bealasco, teatr prodüsseri)

Bu mesaj sizin İMM məqsədini qısa və inandırıcı bir ifadə olub, aşağıdakıları ortaya çıxarır:

- Nəyi əldə etmək istədiyinizi
- Nə üçün müvəffəqiyyət əldə etmək istədiyinizi – bunun müsbət və mənfi nəticələrini
- Hansı yolla əldə etmək istədiyinizi
- Kütlə nə etməsini istədiyinizi

Mesajlar demək istədiyiniz hər şeyi əhatə etməlidir.- şüar və tək cümləlik ifadələrlə eyni deyil.

Gözəl və sadə bir mesaj:

- Məlum kütləyə xitab edəcək şəkildə hazırlana bilinər.
- Kütni inandıra biləcək qısa və açıq iddialardan istifadə olunur.
- Asanlıqla başa düşülə bilən və mənası aydına ola bilən bir dil istifadə olunur.

Gözəl bir mesaj nümunəsi:

Yanğın görərsəniz

- Həyəcan signalı verin
- Dərhal təhlükəsiz bir yerə gedin
- Yanğınsöndürənləri xəbərdar edin.

Aşağı səviyyəli bir mesaj nümunəsi

Yanğın görərsəniz

Bina içərisində etrafızda mövcud olan insanlarla əlaqə yaradın.

Onları vəziyyətdən xəbərdar edin.

Yaşlıları nələr baş verdiyindən xəbərdar edin.

Ən yaxınındakı yanğın çıxışını və ya digər uyğun bir çıxış axtarın. Yavaş və ssakitcə çıxışa tərəf qaçıb ordan çıxın.

Yanğın ciddi bir yanğın kimidirmi? Əgər vəziyyət pisdirsə, yanğınsöndürənləri xəbərdar edin. Ya mobil telefonunuzu istifadə edin yadək binadan birinin binadakı telefon xəttilə xəbər etməsini isdəyin. Hər kəsin yanğından uzaq, təhlükəsiz bir məsafədə durmasını xahiş edin.

Vərdi s

Təşviqat dizaynı

Eyni grupta işləyib bir təşviqat hazırlama tapşırığı içərisində olacaqsınız. Əvvəlcə təşviqatınız üçün təsiredici bir mesaj hazırlamağınız lazımdır.

1.HİSSƏ: Mesajını yarat.

Qrupunuzla birlikdə seçdiyiniz mövzuyla əlaqəli mesajınızı yaradın.

Mesajınız dörd cümlə olsun.

Mesajınızda aşağıdakı mövzulara toxunun

Nə əldə etmək istəyirsiniz.

Bunu niyə əldə etmək istəyirsiniz – hərəkətə keçməyin müsbət tərəfləri və ya hərəkətdə olmanın mənfi tərəfləri

Hedefinizə hansı şəkildə çatmağı planlaşdırırsınız – qanun, davranış və s.

Hədəf qruplarınızın hansı rolda olmağını istəyirsiniz.

- Mesajınızı qaralayıb dəyişikliklər etmək üçün 15 dəqiqəniz var. Bu dəqiqə ağ vərədə yazmağınıza vaxt yoxdur
- Bitirdiyiniz vaxt mesajınızı təmiz bir flipchart kağızına keçirtməyiniz üçün 5 dəqiqəniz var. bu vaxt bitəndən sonar divardan asın.
- Digər qruplar mesajınızı oxuyub sizə münasibət bildirəcəklər. Mesajınızı bu fikirləri nəzərə alaraq yenidən yazın. Bunun üçün 5 dəqiqəniz var.

2.HİSSƏ: Mesajınızla bağlı olaraq təşviqatını nəzərdən keçirin.

Xərcləmək üçün 50000 evroluq büdcəniz var.. Bu vərdiş sırasında tam olaraq nə qədər xərclədiyiniz üzərində çox durmayın. Əsas olan hədudlarınızı bilməkdir.

Aşağıdakılar nəzərə alınacaq şəkildə təşviqatınızı qurun:

- Daraldılmış müvzunun net olaraq bildirin.
- Nəyin dəyişdiyini görmək istədiyinizi bildirin
- Hansı hədəflərə çatmaq istədiyizi bildirin.
- Nə cür təşviqat və alətləri istifadə etdiyinizi bildirin
- Təşviqat mesajınızı dəstəkləyən şüar hazırlayın

Təşviqatınızı hazırlamaq üçün 45 dəqiqəniz var. Otaqdakı ləvazimatlardan istədiklərinizdən istifadə edə bilərsiniz. Təşviqatınızı bütün sinfə təqdim etməyə hazır olun.

Təşviqat nə vaxt müvəffəqiyyətli olur:

Tam bir strategiya qurduğunuz zaman .

Təşviqat öyrədici deyil, tamamilə təiredici olduğunda

Hədəflər xalqın tələblərinə cavab verdiyində

Müvəffəqiyyətli olduğunda: sizə uyğun vaxt içərisində hədəflər əsl və çata biləcək olmalı

Dəstəkçilərin həyata keçirəbiləcəyi açıq və sadə bir tələb və ya hərəkət varsa

Bütün qrupun təşviqatın bir hissəsi olaraq işlədiyində

Həyata keçirilən münasibətin yaradıcı, yenilikçi amma asan olaraq başa düşüldüyündə

Dəstəkçilərin fəal olaraq iştirakı varsa

Təşviqat geniş miqyasda sivil qrup və QHT tərəfindən dəstəkləndikdə

Medyanın təşviqatın məsələləri və fəaliyyətləri ilə həddən çox maraqlandıqda

Problem haqqında təcrübə və bacarığınızdan ayola çıxaraq fakir bildirməyiniz və problem qrupunuzun dəyər və missiyasıyla örtüldükdə

Problemlə əlaqəli dəyişikliklər həqiqətən insanların həyatında dəyişiklik yaradırsa.

Ən vacibi, cəhd etməyə həmişə hazır olun-məğlubiyyətdən qorxmayın!

Jonathan Ellis-dən effektiv bir təşviqatı hazırlamaq üçün əsas göstərişlər:

İlk öncə TEA testi keçirilməlidir.

-Təsir et

-cəlb edici

-Hərəkətə keç

Effektiv bir təşviqatın insanlara təsir edə bilməsi lazımdır

Hədəfiylə bir əlaqə qurmalı, oyatmalı, bir reaksiyaya yol açmalıdır

Ancaq bundan daha çoxunuda etməsi lazımdır.

Məajınız insanlar üçün çox müsbət olduğu qədər darıxdırıcıda olmamalıdır, bunun çətin olduğunu fikirləşib hec bir şey etməyədə bilərlər.

Bir təşviqatın daha da artığını edib insanları cəlb etməsi lazımdır. Effektiv bir təşviqat onları narahat edən problemin həlli olduğuna inandıra bilər. insanları cəlb edən və hər cür məğlubiyyəti qəbul etməni düşüncəyi silən üsulları olmalı. Ancaq TEA testinin üçüncü hissəsinə keçmədən əvvəlki ikisinin bir faydası yoxdur. Beləki təşviqat mesajının çatdığı insanları təsir edib cəlb etməni lazımdır.

Təşviqat hazırlamaq dünyadakı bir problemi həll etmək üçün dəyişiklik yarada biləcəyinə inanmaq deməkdir. Hansı pillədə olmalarından asılı olmaayaraq qərar qəbul edənlərin təşviqatın hədəfləriylə həmfikir olduqlarını göstərmək və sonrada ortaya qoymaları üçün təsiretmək deməkdir. Bu məqsədə çatmaq üçün TEA testini keçən bir təşviqat mesajına ehtiyacınız var. özünüə bu sualı verin. Təşviqat mesajlarınız TEA testini keçərmə? Bundan əlavə...

Jonathan Ellis-dən effektiv bir təşviqatı hazırlamaq üçün əsas göstərişlər davam edir:

Açıq bir mesaj

Asan bir həll

Açıq reaksiya

Mediya

Siyasi dəstək

İttifaqlar

Xalq hərəkəti

Məşhurlar

Tək bir mesajə yönəlmək cəx vacibdir və damcı damcı böyüyən təsiri yaddan çıxarmayın.

(Jonathan Ellisin- Müvəffəqiyyət üçün təşviqat- təşviqatınız müvəffiqiyyət qazandığınızda necə mübarizə edəcəksiniz, National Council for Voluntary Organizations, UK , 2007)

Müvəffəqiyyətli kommunikasiya üçün nələrlə lazımdır?

Aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

- Açıq bir məqsəd
- Razılaşdırılmış əsas mesajlar
- Açıq və həqiqi hədəflər
- Dəyərləndirmə ölçüləri

Aşağıdakı xüsusiyyətlərə sahib qəbul olunmuş bir proqram:

- Öyrədən, inandıran, və motivə edən
- Məlumatlandıran və sədaqət yaradan
- İmicinizi yenidən canlandıran və yaxşılaşdıran
- Medyanın dəstəyini qazanan
- Yeni donorlar və yardım sevrəlrər qqazandıran

İnsanların marağını qazanmaq üçün mələhət görölən əsas şeyləri nəzərə alıb hərəkətə keçmək: məsələn;

- medya təqdimatları
- medyayı və nüfuz sahiblərini məlumatlandırmağa və təsir etməyə istiqamətlənən proqramları həyata keçirməkdən
- bununla əlaqəli insanların və nüfuz sahiblərinin qatıla biləcəyi iclaslar yaratmaq
- qurumun niyə bu qədər vacib bir mövqeyə sahib olduğunu göstərə biləcək nümunələr istifadə olunmalıdır
- medya, donorlar, və qərar vericiləri proqramlara aparmaq
- həqiqi problemlərin mövcudluğunu vurğulayaraq qurumun progili genişlədən müsbət mediya yayını yarada biləcək fəaliyyətlər həyata keçirmək
- qurumun içlərini və vurğulamaq istədiyiniz problemlərin tanıtmmaq üçün medyadakı nüfuz sahibi şəxslərlə, oxşar qurumlardan şəxsləriə, dəstəkçilərlə əlaqə qurulması

- heç zaman mediyanın problemlərinə yox deməmək- əgər kömək edə bilmirsinizsə, kimin edə biləcəyi haqqında məlumat verin.

(Marquita Bowen for Everychild)

BÖLMƏ 7

İttifaq İçində İşləmək

İttifaq nədir ?

İttifaq bir və ya bir neçə qrupun nəyisə dəyişmək və ya nəyəsə çatmaq üçün bir araya gəlməsidir .

İttifaq, Koalisiya və Səbəbə içində işləməyin üstünlükləri və mənfi tərəfləri :

Üstünlüklər :

- Fərqli bacarıq və təcrübəyə malik qrupların iştirakı
- Daha geniş kütləyə daxil olmaq (donor ,qərar qəbul edənlər və KİV)
- Koordinasiya daha az təkrar deməkdir
- Əhatəli iştirak avtoriteti və legitimliyi artırır
- Müxtəlif qruplar daha çox “səs “ deməkdir
- Müxtəlif bölgələrdə işləyən iştirakçılar ictimaiyyəti fikrə təsir edə bilər
- Əməkdaşlıq resursların birgə istifadəsinə və əmək bölgüsünə gətirib çıxardır
- Hakimiyyət tərəfdən gələn mənfi reaksiya iştirakçılar arasında təsirsizləşəcək

Mənfi tərəflər :

- Fəal rəhbərlik tələb edir
- Məqsədlərə çatmaq daha gec ola bilər
- İştirakçılar üçün çox zaman ala bilər
- Ortaq fikrə gəlmək üçün kompromisə getmək lazım gələ bilər
- Bəzi iştirakçılar verdiklərindən çox almaq istəyərlər
- Bəzi iştirakçılar özləri üçün fərdi profil yarada bilərlər
- Bəzi iştirakçılar öz reklamlarını etməyə çalışırlar

Sürətli getmək istəyirsənsə tək gedin

Uzaqlara getmək istəyirsənsə birlikdə gedin

Qərbi Afrika atalar sözü

İTTİFAQ QURMAQ

Planlaşdırma stadiyası

- Müəyyən məqsəd və missiya seçmək
- Bu missiyanı paylaşan fərd və təşkilatları da daxil edin
- Bir ünsiyyət sistemi yaradın (məsələn: Telefon şəbəkəsi)
- İttifağa üzv şəxslərin ad, ünvan, təşkilatının missiyası, nə cür təşkilatda işlədiyi kimi məlumatları əhatə edən verilənlər bazası qurun.

İnkişaf mərhələsi

Təşkilat

- Açıq, ixtisaslaşmış rollar seçin
- Elastik təşkilat quruculuğu yaradın; şaquli , iyerarxiyaya quruluşlar güclü şəbəkə yarada bilməz
- Korporativ resursların (faks, internet, yığıncaq məkanı və s.) və fərdi üzvlərin bacarıq / təcrübələri də daxil oldan şəbəkə yaradın
- Kadrlarla əlaqədar çatışmazlıqları tamamlamaq üçün yeni üzvləri işə götürün
- Bir ünsiyyət sistemi yaradın (yəni, telefon ağacı)
- QHT üzvləri haqta verilənlər bazası yaradın (ad, ünvan, təşkilatın missiyası, növü , istiqaməti və s.)

Rəhbərlik

- Rəhbərlik vəzifələrini paylaşın (yəni firlanan koordinasiya komitəsindəki)
- Həqiqi məqsəd və hədəfləri seçin
- İxisaslaşma sahələrinə görə müəyyən vəzifələri həyata keçirmək üçün alt-gruplar yaradın
- Bəzi üzvlərin həddindən artıq yorulmasının qarşısını almaq üçün öhdəlikləri üzvlər arasında paylaşın
- Planlaşdırmada və qərar qəbulunda başqa iştirakçılara dəstək verin
- Üzvlər arasında etibar və əməkdaşlığı inkişaf etdirin
- İştirakçıların töhfələrini təqdir edin və motivasiyaların yüksək saxlayın

İclaslar / Sənədləşmə

- Yalnız lazım olduqda iclas keçirin
- Əvvəlcədən müəyyən cədvəl təyin edin və hər kəsə paylayın
- Cədvələ riayət edin və iclasları qısa keçirdin ; vaxtında bitirin
- Yığıncaq və tətbiq vəzifələrini dövrü edin
- Daimi olaraq qeydlər aparın və daha sonra paylamaq üçün iclas protokolu yazın
- Konsensusa çatmaq və razılıq əldə etmək üçün üzvlərin tətbiq bacarıqlarından faydalanın
- Çətin mövzuları tədbirlərdə açıqca müzakirə edin
- Şəbəkə fəaliyyətlərini, qərarlarını vs. qeyd etmək üçün şəbəkə dəftəri tutun

(Adapted from Networking for Policy Change: An Advocacy Training Manual, The Policy Project / USAID)

İttifaqın uzun müddətliyin qorumaq

- ✓ IMM-də iştiraki “ əlavə vəzifə “ kimi görməyin . Əgər IMM sizin vəzifələrimizdən biridirsə , onda şəbəkədə IMM vəzifənizin bir vacib hissəsi olmalıdır . Şəbəkə üzvləri ödənişli işlədiyi halda onlardan istifadə edəcəkdir . Əmin olunki bu danışıqları menecerlə aparırsınız .

- ✓ Təşkilatınızı ittifaqın fəaliyyəti və irəliləyiş vəziyyəti haqqında məlumatlandırın . İş yoldaşlarınızı daha aktiv olmağa həvəsləndirin. Belə olduqu halda şəbəkədə ağır siyasi qərar / proseslər ortaya çıxdıqda təşkilatınız daima sizə arxa duracaq .
Unutmayın : Siz bir fərd kimi deyil , bit təşkilat kimi şəbəkənin üzvünüz .

- ✓ Hər hansı IMM tədbiri keçirməmişdən qabaq missiyanın , məqsədin , strategiyanın hər bir aspektinin qüsursuz olduquna əmin olmağı gözləməyin . Üzvlər arasında ümumi bir fikir meydana gəldiyi halda siz əlaqələr yaratmaqla, məlumat toplamaqla və siyasətçilərlə görüşlər təşkil edə bilərsiniz . Belə görüşlər şəbəkə fərdləri , məqsəd birliyi , IMM startegiyası və qrup bütövlüyünün meydana gəlməsinə kömək edir . Fəaliyyətə başlamaq üçün çox gözləseniz şəbəkənin “ söhbət dükanına “ çevrilmə təhlükəsi yarana bilər . Bu da üzvlərin fəal iştirakına mənfi təsir edə bilər.

- ✓ Şəbəkə koordinatorun işə götürün – hətda yarımştat olsada (ödənişi üzvlər tərəfindən ortaq ödəmək şərti ilə) . Və ya şəbəkə daxilində biri

əlaqələndirilməni təmin etmək məqsədiylə öz təşkilatından özünə müəyyən zaman və məsuliyyət verməsi üçün icazə verməsini xahiş edə bilər. Koordinatorsuz təşkilatlarda fərdi üzvlər şəbəkədə davamlılığı təmin edib xidmət göstərməkdə çətinlik çəkəcəklər .

- Koordinator işə qəbul edərkən təkcə idarəçilik bacarıqları deyil liderlik və qrup istiqamətləndirməsi də edəcək biri olmasına diqqət yetirin . Sözləşməli koordinatorun üzvlər arasında razılaşmanı təmin etməsi, fikir ayrılığı olduğu hallarda da vasitəçilik etməsi lazımdır - bu cür hallar xüsusi bacarıqlar tələb edir.
- Koordinator həmçinin şəbəkəni təmsil etməlidir - birini işə götürərkən bunun üçün onun lazımi bacarıqlarının olub olmadığını nəzər yetirmək lazımdır.
- Koordinator seçib sözləşmə imzaladıqdan sonra strategiyanın tətbiqi üçün koordinatoru tək başına buraxmayın . Lobbicilik iclaslarına gedərkən yanında 1-2 şəbəkə üzvü daha olsun. Əks halda siyasətləri müəyyənləşdirən şəxslər şəbəkənizi həqiqətən də bir 'şəbəkə' olub-olmadığını sorğuya çəkə bilərlər .
- Üstəlik koordinator ittifaqı yalnız razılaşdırılan mövzularda təmsil edə bilər. Siyasəti təyin edən şəxslər bu mövzudan başqa problemləri gündəmə gətirsə, fərdi təşkilatların bu problemlərlə maraqlanması daha doğru ola bilər.

- ✓ İttifaqın adından lobbicilik iclaslarına qatılarkən nə vaxt öz adınızdan ,nə vaxt isə təşkilatın adından çıxış elədiyinizi aydınlaşdırın .Şəbəkədə qabaqcadan razılaşdırılmamış mövzu haqqında danışmaq bütün şəbəkəni və bu məsələ ilə əlaqədar sizinlə həm fikir olmayan təşkilatın digər üzvlərin çətin vəziyyətə qoya bilər .

- ✓ Çətinliklər ortaya çıxdıqca onları həll edin . Şəbəkədə və ya təşkilatda çətinliklərin başladığının əsas göstəricisi əməkdaşlığın ,tərəfdaşlığın azalmasıdır . Üzvlərin icaslara daha gec-gec gəlməsi , təkrar –təkrar eyni görüşlərin keçirilməsi və bu görüşlərin əsasən elan xarakterində olması , üzvlər arasında narazılıqlar olması və ya idarəyə qarşı çıxılması ilkin xəbərdarlıq işarətləridir . Koordinatorlar / idarə heyəti daima bu xəbərdarlıqları nəzə almalıdır və onlara minimuma yendirməyə çalışmalıdırlar . Koalisiyada hər bir iştirakçi kimin işlədiyi ,kiminsə işləmədiyini daima müzakirə edəcək .

- ✓ İttifaq və ya əməkdaşlığın məsələni, daha kiçik planlaşdırma qrupları və ya alt komitelərə iştirakı dəstəkləyərək; çətin və ya həyəcan verici yeni mövzuları müzakirə etmək üçün yeni yerlərdə bütün gün davam edən yığıncaqlar edərək; qrupa istiqamətli kurslar təşkil edərək;tədbirlərdə çöldən nətiqlərin təqdimat etməsini təmin edərək; və ya üzvlərin konfranslara iştirakını təmin edərək yeniləyib canlandırma bilərsiniz. Bundan başqa hər üzvün səy və töhfələrini təqdir edib onlara nə qədər dəyər verildiyinizi göstərmək lazımdır.

- ✓ Əhvalı yüksək tutmaq və əməkdaşlığın problemin həllində mühüm rol oynadığı duyğusunu canlı tutmaq üçün nailiyyətləri qeyd edib paylaşın. Əməkdaşlıqlar ümumiyyətlə problemlərə və bir sonrakı addımlara fokuslanıb nailiyyətlərini təqdir etməyi ləqeyd yanaşarlar

BÖLMƏ 8

**İMM strategiyasının inkişaf
etdirilməsi. Məqsədin
seçilməsi və, İMM
fəaliyyətinin monitorinqi**

İMM strategiyasının qurulmasında atılan addımlar.

- Problemi analiz edin. Problemi kiçik hissələrə ayırıb bu problemi birlikdə işlədiyiniz insanlara necə təsir etdiyini – nə cür dəyişikliklər isdənilir və ya hansı ehtiyacları var – axtararaq ən strateji problemi seçin.
- Dəyişdiyini görmək istədiyiniz şeyləri açıq şəkildə göstərin. Siz və ya başqaları tərəfindən təklif edilən həllər hansılardır.
- İMM hazırlama prosesini başa düşün. Problemlər İMM hazırlama gündəliyinə necə daxil olur.
- Qərar qəbuletmə mühitini analiz edin. Problemlə əlaqədar olaraq hansı qurumlar qərar verə bilər. Kim nə vaxt qərar verir, İMM və təsiretmə üçün əsas və köməkçi hədəflər müəyyənləşdirin. Qərarı verəcək olanlar və qərarı verəcək insanlara təsir edə biləcəklər.
- Probleme təsir edə biləcək mövcud imkanların nələrə ibarət ola biləcəyini fikirləşin.
- Bu işdə olan müttəfiqlər kimlər? Onları bir sırada yerləşdirin və işləməyə başlayın.
- Sizin potensial rəqibləriniz kimlərdir? Onlar hansı iddialarla çıxış edə bilirlər və bu iddialar necə cavablandırıla bilər.
- Müttəfiqlərinizin bacarığı yanında öz biliklərinizdən də istifadə edin, araşdırın. Kim nə edəcək? İnsan və maliyyə resurslarına nə vaxt ehtiyac hiss ediləcək. Hər hansı bir zəif nöqtəni və həlli yollarını aşkara çıxarmaq üçün fikirlər irəli sürmə qabiliyyətini artırın.
- Lobbiçilik iclasları, seminarlar, konfransalar, siyasi məlumatlandırma iclasları, media fəaliyyəti, təqdimat ziyarətləri, təşviqat adlı İMM üsullarından istifadə edərək əsas və köməkçi məqsədlərə təsir edə biləcək strategiya qurun
- Cəlb olunmuş maliyyəni hesablayıb büdcə qurun.
- Xüsusi fəaliyyətləri və ümumi məsuliyyəti planlaşdırıb, həyata keçirin.

- Lazım olan zaman fasilə verib daxili situasiya, məlum giriş və ümumi İMM strategiyasının qalibiyyət və məsuliyyətlərini nəzərdən keçirib lazımi dəyişikliklər edin.
- Və...İMM strategiyasının nə vaxt sonlanacağını: siyasətinizi dəyişdirəcəyini və müvəffəqiyyətə nail olacağınız halda nə olacağını:siyasəti hökumətlə birlikdə yoxsa kənarlaşdırılacağınız qorxusu ehtimalına qarşı uzaq duracağınızı fikirləşin.

(Hilary Coulby tərəfindən hazırlanıb. WOLA – nın Civiou və Mərkəzi Amerikan İMM treyning proyektı layihəsindən istifadə olunub.)

İ MM üçün yo l x ə ritə si :

Bir yol xəritəsi nümunəsi:

BİRİNCİ İL

- Problemlə əlaqəli qiymətləndirmə aparılması
- İMM strategiyası qurun. (aksionar analizi, siyasi analiz və s.)
- İMM məqsədləri və hədəfləri müəyyənləşdirin.
- Daha dərin axtarış və analiz edin
- İttifaqlar qurmaq.

İKİNCİ İL

- Qərar qəbul edənlər və gizli mövqelərdən auksionarlarla dialoqlar edin.
- Gizli mövqedəki auksionarlarla əlaqələr qurun.
- Məlumatlandırma xarakterli nəşrlər, media işləri, seminarlar təşkil edin
- Problem müzzakirə üçün xalqın gündəmində
- Problemin dəyərini vurğulamak üçün daha çox kommunikativ işlər və təşviqat.
- Siyasəti müəyyən edənlərin istədiyi sübutları göstərmək üçün daha çox axtarış etmək.
- Gizli mövqedən nüfuz sahibi şəxslərə təsir etmək üçün lobbi qurulmuş.
- Qərar qəbul edənlərin nəzdində lobbicilik.

ÜÇÜNCÜ İL

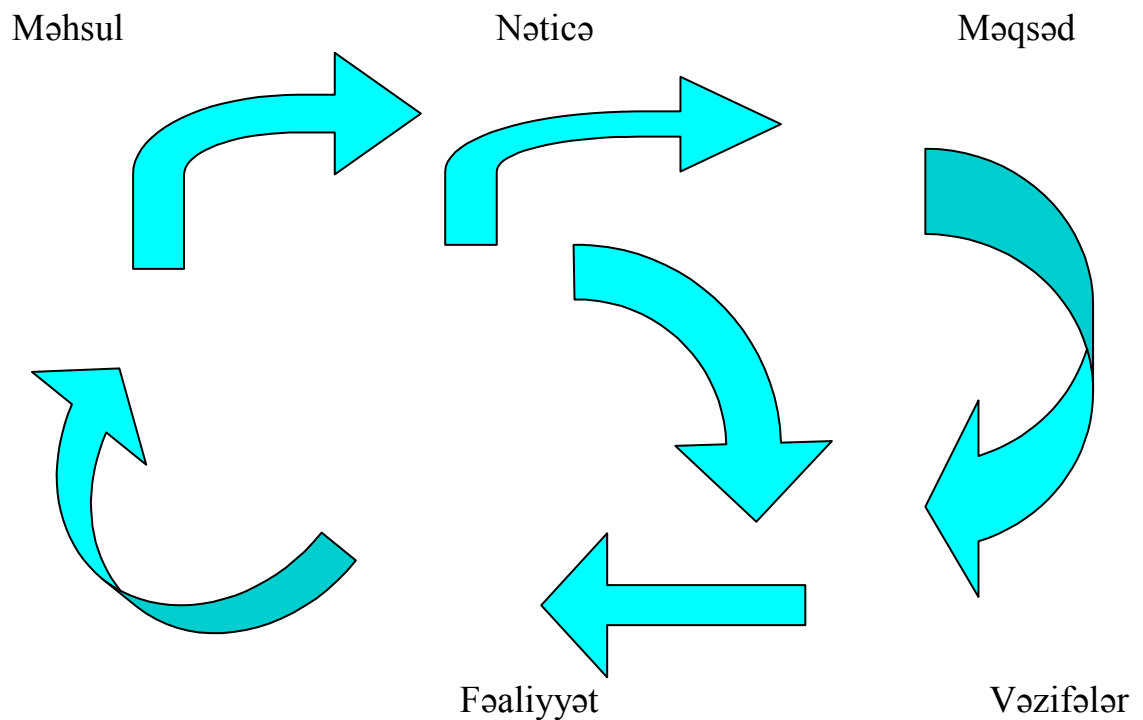
- Lobbicilik davam edir.
- Qərar qəbuledən şəxs fikirlərin dəyişdirməyə başlamış.
- Problemin həlliylə əlaqədar olaraq daha çox axtarışlar aparılmış
- Geniş miqyasda auksionar seminarlar qurulub.

DÖRDÜNCÜ İL

- Yeni layihələr hazırlanıb.
- Yeni siyasət hazırlanıb və həyata keçirilməkdə.
- İnsanların həyatında müsbət dəyişikliklər yaranıb.

(Hilary Coulby Oxfam Hong Kong üçün)

Məqsədlərin, və zifələrin, fəaliyyət, istehsal(məhsul) və nəticələrin müəyyən edilməsi.



Məqsəd

İMM işlərinin ümumi hədəfi:

- Məsələn – Siqaret çəkənlərin sayını azaltmaq.

Vəzifə

- Məqsədə çatmaq yolunda qısa və orta müddətdə əldə olunan şeylər.məs.
- 2010-cu ilə qədər xalqa açıq yerlərdə siqareti qadağan etmək.
- Gənc siqaret çəkənlərin sayını aşağıya salmaq.
- Siqaretdən istifadəni azaltmaq yolunda vətəndaşlar arasında birləşmə yaratmaq.

İMM üçün vəzifələrin müəyyənləşdirilməsi

- İMM üçün əsas hədəflər
- Qanun və siyasətdə dəyişikliklər
- Qanun və siyasətin reallaşdırılması
- Qurumlarda düzəlişlər
- Hərəkətlər və davranışlarda dəyişikliklər
- Demokratik mühiti genişləndirmək
- Sivil qrupların qanuniliyi, məlumatlandırma və öz fikrini ifadə etmək azadlığı
- Sivil qrup qazancları- daha çox işbirliyi, dayanıqlılıq
- Cənub-Şimal işbirliyi-asılılığın azaldılması
- İMM üçün ikinci dərəcəli vəzifələr
- İctimai müzakirə üçün problemi mərkəzə çıxarmaq
- Dəstək və fəal üzvlüyün artırılması
- Pul yığmaq
- Təşkilatın profil və etibarını yüksəltmək

Fəaliyyət

- Məktəblərdə seminarlar
- Müvzuyla əlaqəli axtarış
- Məclisə qanun dəyişikliyi üçün lobbi
- Konsertlər, nümayişlər
- Xalq təşviqatı

Nəticələr (məhsul)

- Bu fəaliyyətin axırında nə olacaq
- Qərar qəbul edənlərlə 2 yığıncaq
- 2000 gəncin iştirakıyla 20 seminar

- Şəhər və kəndlərdə siqaretə qarşı 4 konsert
- Gənclərin timsalında 140 fərqli yerdən asılmış 5000 elan
- Siqaretə qarşı 1 ümumi velosiped turu

Nə ticələ r

İMM fəaliyyətinin axırında nə olacaq-, xalq, birliklərə hansı faydanın olacağı gözlənilirmiş

- Qanunda dəyişiklik- xalqa açıq yerlərdə siqaret çəkməyin qadağan edilməsi
- Siqaret çəkən gənclərin azaldılması
- Siqaret çəkən gənclərin məlumatlandırılmasının artırılması

NOT:

Nəticələri qısa, orta və uzun müddətə ayırmaqda fayda var, çünki fəaliyyətə başlanılması ilə insanların həyatında təsirin baş verməsi arasında uzun bir müddət var.

Nə əldə etmə k istədiyinizə dair qərar vermə k.

Məqsəd	Haqq axtarış cəhdlərinin əsas məqsədi : <i>Yoxsul insanların Dərman əldə etmələrinə şərait yaratmaq və sağlamlığını yaxşılaşdırmaq</i>
Hədəf	Məqsədə çatmaq üçün qısa vaxt ərzində həyata keçirməli olduqlarımız: <i>Əsas səhiyyə mərkəzləri üçün ayrılan büdcəni artırmaq; əhatəli dərman siyasətini başlatmaq.</i>
Fəaliyyət	Hansı işlər görülməli: <i>Hər hansı problem yarandığı təqdirdə, problemin səbəbi araşdırılacaq; qərar verənlər nəzdində lobbicilik fəalliyətləri; kampanya yaratmaq; seminar tərtib etmək, və s.</i>
İstehsal	Fəaliyyət nəticəsində nə olacaq?: <i>2 Məlumatlandırma sənədi- paylanacaq. Qərar qəbul edənlərə 7 iclas; 1 kütləvi velosiped turu və xalq qarşısında 2 iclas; 70 nəfərin iştirakı ilə seminar</i>
Nəticə	Haqq axtarışınız nəticəsində əldə edəcəyinizə inandığınız şey. Bunları üç yerə ayırın. Qısa müddət: <i>Problem beynəlxalq səviyyədə müzakirə edilir və siyasətçilər gələn ilki büdcədən daha çox vəsait ayrılmasını istəyir.</i> Orta müddət: <i>Büdcədəki payın artırılması qəbul edilir; əhatəli şəkildə səhiyyə siyasəti qüvvəyə minir.</i>

	<i>Uzun müddət: Kəndlərdə səhiyyə məntəqələrində daha çox dərman var; uşaq ölümlərinin faizi azalmışdır; xəstəlik səbəbi ilə gəlir azalmasında düşmə var.</i>
--	--

(Hilary Coulby for Oxfam Hong Kong)

Nəticələrə Fokuslanma

Nə üçün nəticələrə fokuslanmaq lazımdır?

Haqq axtarma hədəflərini müəyyən etmək üçün nəticələri diqqətə almağınız çox əhəmiyyətlidir:

- Nəticələri hədsiz dərəcədə aksiya-fokuslu təhlükəsini azaldır, başqa sözlə desək, bəzən hədəflər “etmək istədiklərimiz” siyahısına əlavə olunur. Bu isə “istədiklərimizi həyata keçirdik, ya yox” İ+D prosəsinə çevrilməsinə yol açır.
- Əgər nəticə-fokusludursa, fəalliyətlərdən başqa təsirlərinə baxma ehtimalınız daha yüksəkdir. Reallaşan nəticələr ilə gözlənilən nəticələri müqayisə etməyiniz faydalıdır- dəyişmələr çox vaxt əvvəlcədən proqnozlaşdırılmır.
-
- Politika nəticələri və ya təşəbbüsünüzün digər dəyişmə hədəflərindən daha artığına fokuslanın. Böyük ölçülü dəyişmələr nadir halda dərhal reallaşdığı üçün və reallaşmağı çətin olduğundan önəmli qısa müddətli müvəffəqiyyətləri nümayiş etdirməlisiniz. Məsələn, izlənməsi mümkün olan əhəmiyyətli nəticələrdən biri haqq axtarma təşəbbüsündə iştirak edən təşkilatların tutumunun nə dərəcə artmağıdır. Siyasətlə əlaqədar olan hər hansı bir qazancı izləyəbilmək və ya hökumətləri siyasət yürütmələrindən məsul tutmaq üçün güclü mülkü vətəndaş təşkilatlarının olması vacibdir. Bu gün inkişaf etdirilən tutum sabah siyasətə yönəlik qazanclar ola bilər.

Nəticələr: ölçmək üçün bəzi faktorlar:

- Siyasətlə əlaqədar qazanclar: siyasət, tətbiq üçün müəyyən dəyişmələr və/və ya nəzəri islahatlar
- Tətbiqə yönəlik qazanclar: Ortaya qoyulan siyasətin nə dərəcəyə qədər tətbiq edildiyi və necə dəyişdiyi və bu dəyişikliyin faydalarını gözləyən

insan və ictimaiyyət üzərində meydana gələn (və ya gəlməyən) dəyişikliyin necə təsir bağışladığı.

- Siyasi və demokratik qazanclar: mülkü və qruplar qanuni aktyorlar olaraq qəbul olunur, STö və başqa mülkü qrupların içində fəalliyət göstərə biləcək demokratik çevrə genişlənir, dövlət orqanlarına və digər qruplara giriş asandlaşır, qadın hüquqları fiziki və zehni qüsurlular, uşaqlar və s. Daxil olmaqla insan hüquqlarına hörmət artır, daha çox məlumatlanma azadlığı
- Mülkü İctimaiyyət qazancları: STö-lərin tutumu gücləndirilmiş; mülkü qruplar arasında daha çox əməkdaşlıq; STö-ler mülkü qruplar arasındakı fərqli dünyagörüşlü insanların varlığı ilə konstruktiv bir formada nəticələndirməni öyrənib; STö-lərin tutumu hökumət və beynəlxalq təşkilatlardan uğurlu bir şəkildə hesabat almaq üçün lazımi bacarıqlar əldə etmişdir.
- Ortaqlıq qazancları: Haqq axtarma beynəlxalq qruplar və qloballaşma problemləri ilə təsirli bir şəkildə maraqlanacaq bölgə və beynəlxalq şəbəkələrin qurulmasına şərait yaratmış; qlobal səviyyədə Cənub və Şimaldakı qruplar arasında mütəmadi bərabərsizlik və asılılıqları azaldan və uzun müddətli bir əməkdaşlığın əsasını qoymaq üçün güclü münasibətlər yaradılmışdır.
- Təşkilatı qazanclar: daha məşhur olan, güvənilir bir məlumat mənbəyi olaraq
- Örgütsel kazanımlar: daha məşhur tanınmaq, etibarlı bir məlumat qaynağı olaraq möhtərəmliyinin artması, daha çox pul ötürülməsi 111

İzləmə və qiymətləndirmə nədir?

İzləmək- bir işin müəyyən bir zaman dilimində sistemli və mütəmadi ölçülməsidir. Beləliklə, hər şeyin plana görə həyata keçirilib keçirilmədiyini yoxlayır və məqamında dəyişiklik edə bilər. Müşahidə gündəlik idarəetmənin ayrılmaz bir parçasıdır.

Qiymətləndirmə: layihənin müəyyən etdiyi hədəflər çərçivəsində əlaqə, performans və təsirlər xüsusunda periodic olaraq ölçülməsidir.

BI BLIOGRAPHY/ Ədəbiyyət siyahısı

A New Weave of Power, People & Politics: The Action Guide for Advocacy and Citizen Participation. VeneKlasen, Lisa with Valerie Miller, World Neighbors, Oklahoma City, Oklahoma, USA:, 2002, ISBN 0-942716-17-5, 346 pp.

Advocacy Guidance Notes, BOND

<http://www.bond.org.uk/pubs/index.html#uk> including: The what and why of advocacy; Participative advocacy; Getting the Message Across; Monitoring and Evaluating Advocacy

Networking for Policy Change: An Advocacy Training Manual

The POLICY Project, The Futures Group International
October 1999

<http://www.policyproject.com/pubs/AdvocacyManual.pdf>

Advocacy -What's it all about? (including a section on mainstreaming) WaterAid,
November 2001

<http://www.wateraid.org/documents/advocacysb.pdf>

Monitoring Government Policies: a toolkit for civil society organisations in Africa

CAFOD, Christian Aid and Trocaire

<http://trocaire.org/pdfs/policy/governance/monitoringgovernmentpolicies.pdf>

This is relevant to all CSOs, not just those in Africa and has lots of useful exercises.

ADVOCACY TOOLKIT: UNDERSTANDING ADVOCACY Tearfund

<http://www.tilz.info/frameset.asp?url=topic.asp?id=7497&cachefixer=cf20325645073335>

An Introduction to Advocacy: TRAINING GUIDE

Ritu R. Sharma

http://www.dec.org/pdf_docs/PNABZ919.pdf

Developing Effective Coalitions: an eight step guide

Cohen, Baer, Satterwhite, Prevention Institute, www.preventioninstitute.org/pdf/eightstep.pdf

Advocacy in Action

A Toolkit to Support NGOS and CBOS Responding to HIV/AIDS

<http://www.aidsmap.com/en/docs/4782D096-C740-41A5-AF06-D67C14B46DB8.asp>