

کتاب نهم

جلب حمايت همه جانبه

جلب حمایت همه‌جانبه (Advocacy) یکی از رویکردها و یا استراتژی‌های کلیدی در برنامه‌ها و مداخله‌های ارتقای سلامت است. کارکنان بهداشتی که با مردم و گروه‌های هدف ارتباط برقرار می‌کنند و برای ایجاد شرایط و محیط‌های سالم و حمایت‌کننده سلامت تلاش دارند، باید خود را با دانش، مهارت‌ها و روش‌های برنامه‌ریزی طرح‌های جلب حمایت همه‌جانبه مجهز نمایند. جلب حمایت همه‌جانبه به معنی دفاع از حقوق اولیه و اساسی کلیه شهروندان در رابطه با مسایل و اولویت‌های سلامت است. در کنار مردم ایستادن و انعکاس خواسته‌ها و معضلات آنها به سیاستگذاران جزء وظایف عمده برنامه‌های حمایتی می‌باشد.

هدف محوری جلب حمایت همه‌جانبه، تلاش و اقدام منظم برای ایجاد تغییرات مثبت در سیاست‌گذاری‌ها و یا جلب موافقت و حمایت سیاست‌گذاران برای تدوین سیاست‌های جدید به منظور برآوردن منافع و خواسته‌های برحق مردم و اقشار اجتماعی محروم و در حاشیه می‌باشد.

در این کتاب راهنما سعی شده که کلیه کارشناسان آموزش سلامت (و کارکنان بهداشتی) در رده‌ها و سطوح مختلف نظام بهداشتی با تعاریف کلیدی، مفاهیم پایه و فنون و مهارت‌های کاربردی برنامه‌ریزی طرح‌های جلب حمایت همه‌جانبه آشنا شوند و در طراحی و اجرای عملیات حمایتی توانمند شوند.

امیدواریم با مطالعه و بحث و تبادل نظر پیرامون این کتاب در کارگاه‌های آموزشی بتوانیم گامی مهم در راستای سیاست‌گذاری‌های سلامت و بهداشت عمومی در عرصه عملیات برداریم و زمینه‌های مشارکت مردم از طریق اقدام اجتماعی و ایجاد شبکه‌های حمایتی را فراهم سازیم.

بخش ۱

تعاریف و مفاهیم جلب حمایت همه جانبه

اهداف آموزشی

پس از مطالعه این بخش از فراگیر انتظار می رود:

- ۱- تعاریف کلیدی و مفاهیم پایه جلب حمایت همه جانبه را بیان کند.
- ۲- عناصر اساسی در جلب حمایت همه جانبه را نام برده و به طور خلاصه شرح دهد.
- ۳- چارچوب فکری جلب حمایت همه جانبه را بیان نمایند.
- ۴- اصول کلیدی جلب حمایت همه جانبه را نام ببرد.
- ۵- ارزش های کلیدی جلب حمایت همه جانبه را نام ببرد.

چند تعریف کلیدی در رابطه با جلب حمایت همه جانبه

۱. جلب حمایت همه جانبه اقدامی است در جهت تغییر سیاست ها ، موضع گیری ها و یا برنامه های هر نوع نهادی در جامعه؛
۲. جلب حمایت همه جانبه عبارت است از کار با مردم و سازمان ها برای ایجاد یک تغییر؛
۳. جلب حمایت همه جانبه عبارت از قرار دادن یک مشکل در دستور کار ، ارزیابی راه حل برای آن و به دست آوردن حمایت لازم برای اقدام در زمینه رفع آن مشکل است؛
۴. جلب حمایت همه جانبه عبارت است از روند مشارکت مردم در فرایندهای تصمیم گیری در مسایلی که زندگی آنها را تحت تأثیر قرار می دهد؛
۵. جلب حمایت همه جانبه ابزاری است برای نیل به یک هدف ، روشی است برای عنوان کردن مشکلات و یا مسایلی که می خواهیم از طریق طراحی استراتژی های مختلف، به حل آنها پردازیم؛
۶. جلب حمایت همه جانبه فرایندی است که در آن افراد و سازمان ها تلاش می کنند تا تصمیم گیری های مرتبط به سیاست های عمومی را تحت تأثیر اهداف و منافع خود قرار دهند؛
۷. جلب حمایت همه جانبه فرایندی است به منظور ایجاد تغییر در سیاست ها ، قوانین و رفتار (عملکرد) افراد کلیدی ، گروه ها و نهادها ؛
۸. جلب حمایت همه جانبه درباره ایجاد تغییر و یا اصلاح سیاست ها و همچنین در رابطه با اجرای مؤثر و تقویت سیاست ها می باشد؛
۹. به طور کلی جلب حمایت همه جانبه راهبردی است که به وسیله سازمان های غیر دولتی ، فعالان برنامه های حمایتی و حتی خود سیاستگذاران به منظور ایجاد تغییر در سیاست ها، در سراسر جهان مورد استفاده قرار می گیرد.

چرا جلب حمایت همه جانبه
جلب حمایت همه جانبه می تواند :

- ۱- از حقوق گروه های آسیب پذیر دفاع کند؛
- ۲- سیاست های زیان آور را متوقف سازد؛
- ۳- مسایل و مشکلات را در دستور کار و در معرض افکار عمومی قرار می دهد؛
- ۴- کیفیت زندگی افراد ، گروه ها و جوامعی که در شرایط نا مطلوب زندگی می کنند را، بهبود بخشد؛
- ۵- بسیج اجتماعی را به حرکت در می آورد؛
- ۶- سیاست ها را به اجرا در آورد؛
- ۷- سیاست ها ، قوانین و بودجه های جاری را اصلاح کند؛
- ۸- برنامه های جدیدی را ایجاد کند؛
- ۹- و در نهایت، صدای به حق مردم را منعکس کند؛

عناصر اساسی در جلب حمایت همه جانبه

هرچند که راهبردها و تکنیک های خاص جلب حمایت همه جانبه ممکن است متفاوت باشند اما عناصر زیر، بلوک های اساسی ساخت یک برنامه جلب حمایت همه جانبه را تشکیل می دهند. مانند بلوک های یک ساختمان، ضروری نیست که از هر یک از عناصر زیر در ایجاد راهبردهای جلب حمایت همه جانبه استفاده شود. شما می توانید بر حسب ضرورت و نیاز از این عناصر انتخاب کنید و از تلفیقی از عناصری که بیشترین اثربخشی را دارند، استفاده کنید.

۱- اهداف^۱

۲- داده ها^۲

۳- مخاطبین^۳

^۱ - Objectives
^۲ - Data

۴- پیام ها^۱۵- ائتلاف^۲۶- بیان و ایراد سخن^۳۷- جلب منابع مالی^۴۸- ارزشیابی^۵

۱- انتخاب هدف اختصاصی :

مشکلات ممکن است به اندازه زیادی پیچیده باشند. بنابراین، برای اینکه اقدامات جلب حمایت همه جانبه موفقیت آمیز باشند، هدف کلی باید به اهداف اختصاصی خرد شود. اهداف اختصاصی باید در پاسخ به سؤالات زیر طراحی و تدوین شوند: آیا مسأله موضوع می تواند گروه های مختلفی را در یک ائتلاف نیرومند دور هم جمع کند؟ آیا هدف اختصاصی تدوین شده می تواند دست یافت؟ آیا هدف اختصاصی تدوین شده مشکل را به درستی عنوان و مطرح می کند؟

۲- استفاده از داده ها و تحقیق در جلب حمایت همه جانبه :

داده ها و نتایج تحقیقات در فرآیند انتخاب آگاهانه مشکل، شناسایی راه حل ها و تعیین اهداف واقعی ضروری هستند. همچنین از داده های خوب در بحث های متقاعد کننده دو و یا چند جانبه می توان استفاده نمود.

۳- شناسایی مخاطبین برنامه جلب حمایت همه جانبه:

زمانی که مسایل و اهداف برنامه جلب حمایت همه جانبه انتخاب و تعیین می شوند تلاش ها باید به سوی افرادی که قدرت تصمیم گیری دارند، معطوف شود. همچنین

- Audiences
- Messages
- Coalitions
- Presentation
- Fundraising
- Evaluation

افرادی که می توانند تصمیم گیران را تحت تاثیر قرار دهند، به عنوان مخاطبین ناتویه مانلقی می شوند. این افراد ممکن است در میان پرسنل، مشاورین، رهبران مؤثر، رسانه ها و یا عامه مردم باشند.

4- طراحی و ارایه پیام های جلب حمایت همه جانبه :

مخاطبین گوناگون به پیام های مختلف واکنش نشان می دهند. برای مثال، ممکن است در یک سیاست مدار انگیزه ایجاد شود هنگامی که متوجه می شود عده زیادی از مردمی که تابع حوزه وی هستند، نسبت به مشکل معینی اهتمام و توجه دارند و یا وزیر بهداشت در هنگامی که با داده های تفصیلی شیوع یک مشکل مواجه می شود، ممکن است دست به اقدامی بزند.

5- ایجاد ائتلاف :

قدرت راهبرد جلب حمایت همه جانبه، اغلب در تعداد افرادی که از یک هدف حمایت می کنند تجلی پیدا می کند. مشارکت فعال عده زیادی از مردمی که منافع گوناگونی را نمایندگی می کنند در برنامه های جلب حمایت همه جانبه می تواند امنیت و پشتیبانی بسیاری از آن را فراهم کند. حتی در درون یک سازمان، ایجاد ائتلاف داخلی چند اداره برای تدوین یک برنامه جدید، می تواند توافق جمعی مورد نیاز برای اقدام را به وجود آورد.

6- بیان مؤثر و قانع کننده :

فرصت ها و موقعیت ها برای اثرگذاری بر مخاطبین اغلب محدود می باشند. یک بااستمدار ممکن است تنها فرصت یک بار ملاقات برای بحث و گفت و گو به شما بدهد. ممکن است یک وزیر فقط 5 دقیقه وقت صحبت با شما در یک کنفرانس را داشته باشد. دگی دقیق و کامل شما برای بحث های قانع کننده و شیوه بیان مؤثر می تواند موقعیت کوچک را به موفقیت برنامه های جلب حمایت همه جانبه تبدیل نماید.

۷- جلب منابع مالی :

بیشتر فعالیت ها و از جمله فعالیت های جلب حمایت همه جانبه، به منابع مالی نیاز دارند. پایداری و ادامه تلاش های مؤثر جلب حمایت همه جانبه در دراز مدت به معنی اختصاص زمان و انرژی برای جلب منابع مالی و سایر منابع مورد نیاز می باشد.

۸- ارزشیابی اقدامات و تلاش های جلب حمایت همه جانبه :

چگونه می دانید که در دسترسی به اهداف اختصاصی برنامه جلب حمایت همه جانبه موفق شده اید؟ چگونه می توانید به راهبردهای جلب حمایت همه جانبه ای که اتخاذ کرده اید بهبود ببخشید؟

برنامه های جلب حمایت همه جانبه مؤثر نیاز مبرم به پس خوراندن و ارزشیابی مستمر فعالیت و اقدامات انجام شده دارد.

چهارچوب فکری جلب حمایت همه جانبه

جلب حمایت همه جانبه فرآیندی است پویا که شامل مجموعه ای از افراد متعهد، افکار و عقاید، دستور کار و سیاست ها می باشد. این مجموعه همیشه در حال تغییر و تکامل مستمر است. فرآیند جلب حمایت همه جانبه، چند بعدی است و به پنج مرحله مهم تقسیم می شود. این مراحل شامل شناسایی مشکل یا مسأله، انتخاب و تدوین راه حل، آگاه سازی، اقدام در زمینه تدوین، تغییر و یا پویا سازی یک سیاست معین و در آخر ارزشیابی، می شود.

مراحل را باید به صورت سیال و متغییر دید، چون ممکن است همزمان و یا به صورت تکاملی رخ دهند (مراجعه شود به نمودار شماره (۱) فرآیند پویا در جلب حمایت همه جانبه).

در مرحله نخست، مشکل معینی را در رابطه با سیاست ها و به منظور اقدام شناسایی می کنیم. به این مرحله تعیین دستور کار هم می گویند.

مشکلات نیازمند توجه، نامحدودند اما همه مشکلات برای اقدام در دستور کار قرار نمی گیرند. کارشناسان جلب حمایت همه جانبه باید مشکلی را در دستور کار خود قرار دهند که مورد توجه ذینفعان قرار بگیرد و جو سیاسی موجود از آن حمایت کند.

عموماً، مرحله دوم که تعیین و تدوین راه حل است با سرعت در متن فرآیند قرار می‌گیرد. راه حلی که توسط فعالان جلب حمایت همه جانبه ارائه می‌شود باید از لحاظ سیاسی، اقتصادی و اجتماعی پذیرفتنی باشد.

مرحله سوم به ایجاد اراده سیاسی برای اقدام در مورد مشکل و راه حل آن مرتبط است. این مرحله به عنوان محور برنامه های جلب حمایت همه جانبه تلقی می‌شود. ایجاد ائتلاف ها، ملاقات با تصمیم گیران سیاسی، آگاه سازی و ارائه پیام های مؤثر از جمله اقداماتی است که در این مرحله صورت می‌گیرد.

مرحله چهارم اقدام عملی در رابطه با ایجاد ویا تغییر سیاست می باشد. این مرحله زمانی آغاز می شود که مشکل شناسایی، راه حل پذیرفته و اراده سیاسی برای اقدام ایجاد شده باشد. کلیه این ابعاد باید در یک زمان واحد و در شرایط معینی وجود داشته باشد تا فعالان جلب حمایت همه جانبه از فرصت طلایی که در این مقطع ایجاد شده با درک فرآیند مهم تصمیم گیری و شکل دادن به یک استراتژی محکم استفاده بهینه در راستای تحقق اهداف، به عمل آورند.

مرحله پنجم و نهایی فرآیند ارزشیابی می باشد. علیرغم اهمیت ارزشیابی، این مرحله به ندرت به صورت سیستماتیک انجام می‌گیرد.

ذینفعان و فعالین برنامه باید اثربخشی اقدامات و تلاش های خود را ارزیابی کنند و اهداف جدیدی را بر اساس تجارب قبلی، تعیین نمایند. افراد و نهادهایی که در تغییر سیاست ها فعال هستند، باید به طور متناوب اثربخشی تغییرات حاصله را ارزشیابی کنند.

اصول کلیدی جلب حمایت همه جانبه

۱- احترام به دیدگاه ها و نظریات حمایت شوندهگان

۲- حداکثر توانمند سازی و حداقل وابستگی برای حمایت شوندهگان

۳- تسهیل فرآیند انتخاب آگاهانه

۴- استقلال حمایت کننده

۵- انتخاب نوع ویا مدل حمایتی برای حمایت شونده

۶- دسترسی و مسؤلیت پذیری

ارزش های کلیدی جلب حمایت همه جانبه

۱- پذیرفتن و احترام^۱

حمایت کنندگان باید برای همه به طور برابر ارزش و احترام قایل شوند و به پذیرفتن و مشارکت افراد اعتقاد داشته باشند.

۲- توانمند سازی^۲

حمایت کنندگان باید از روش و یا روش هایی استفاده کنند که تا حد امکان موجب ایجاد و توسعه اعتماد به نفس در مردم شود و مردم بتوانند خطرات و آرزوهای خود را بیان نموده و در دراز مدت روی پای خود ایستاده و مستقل زندگی کنند.

۳- وفاداری^۳

فرد حمایت کننده نباید بی طرف باشد. نقش کلیدی او جانبداری و طرفداری از آنهایی که مورد حمایت قرار می گیرند، می باشد.

۴- کیفیت^۴

طرح های جلب حمایت همه جانبه، به حفظ و پایش استانداردها و بهبود مستمر کیفیت فرآیندها نیاز دارد.

۵- استقلال^۵

حمایت کننده ها نباید به وسیله تضاد منافع، خود را محدود و مقید سازند.

۶- دشواری های جلب حمایت همه جانبه^۶

در واقع دشواری ها و بن بست های جلب حمایت همه جانبه مسایل و مشکلاتی هستند که به آسانی قابل حل نمی باشند و ممکن است جواب «درستی» نداشته باشند.

^۱ - Inclusion and Respect

^۲ - Empowerment

^۳ - Loyalty

^۴ - Quality

^۵ - Independence

^۶ - Advocacy Dilemmas

برنامه ریزی استراتژیک

در جلب حمایت همه جانبه

اهداف آموزشی

پس از مطالعه این بخش از فراگیر انتظار می‌رود:

- ۱- الگوی برنامه ریزی ۱۰ پرسشی را نام ببرد.
- ۲- ابزارهای جلب حمایت همه جانبه را به طور خلاصه ذکر نماید.

برنامه ریزی استراتژیک در جلب حمایت همه جانبه

تدوین برنامه استراتژیک در طرح های جلب حمایت همه جانبه، از اهمیت زیادی برخوردار است. این اهمیت در رابطه با فاکتورهای زیر مطرح می شود :

- ۱- تدوین مجموعه ای از اهداف اختصاصی عینی
- ۲- تهیه طرح اجرایی برای دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده
- ۳- ایجاد ابزارهای ارزیابی پیشرفت و حرکت به سوی اهداف در قالب فرآیند اجرای عملیات

طراحی و تدوین یک برنامه استراتژیک دقیق قبل از آغاز عملیات حمایتی به معنای داشتن یک نقشه راهنما است که حرکت به سوی مقصد نهایی را هدایت می نماید. در طراحی برنامه استراتژیک جلب حمایت همه جانبه از الگوی برنامه ریزی ۱۰ پرسشی استفاده می کنیم. البته، الگوهای متعددی وجود دارد و سازمان های درگیر در برنامه های حمایتی می تواند تنها به این الگو خود را محدود نسازند.

پرسش های ۱۰ گانه به دو دسته عمده تقسیم بندی میشود :

۱- سؤالات ۱-۶ در رابطه با محیط بیرونی^۱ سازمان درگیر در امر جلب حمایت همه جانبه می باشد.

۲- سؤالات ۷-۱۰ بر محیط درونی^۲ این نوع سازمان ها تمرکز دارد.

سؤالات مرتبط به محیط بیرونی

۱- جو سیاسی^۳

آیا محیط سیاسی برای عنوان کردن جلب حمایت همه جانبه مساعد می باشد ؟ آیا در این موقعیت، موفقیت عملیات حمایتی با توجه به شرایط سیاسی موجود امکان پذیر است.

۲- اهداف کلی و اختصاصی سیاست های عمومی^۱

^۱ - external environment
^۲ - internal environment
^۳ - political climate

مشکل چیست؟ سازمان‌های متولی جلب حمایت همه جانبه چه چیزی را می‌خواهند به دست آورند؟ خطرات ناشی از نتایج نامطلوب یک اقدام حمایتی کدامند؟

۳- بازی گران کلیدی می‌توانند نقش و قدرت اقدام مثبت را داشته باشند؟

۴- چه کسی / یا کسانی می‌توانند نقش و قدرت اقدام منفی را داشته باشند؟

۵- چه کسی / یا کسانی می‌توانند خارج از حکومت، مدافع و یا مخالف مواضع سازمان درگیر در جلب حمایت همه جانبه هستند؟

۶- پیام بازی گران کلیدی به چه پیامی باید گوش دهند؟ آیا برای مخاطبین مختلف پیام‌های متفاوتی وجود دارد؟

۷- ارابه دهندگان پیام بازی گران کلیدی از چه کسی / و یا کسانی پیام دریافت می‌کند؟

۸- روش ارابه و توزیع پیام‌های حمایتی چگونه و به چه روش‌هایی ارابه و توزیع می‌شوند؟

محیط درونی

۱- منابع سازمانی چه ظرفیتی برای انجام وظایف متنوع حمایتی دارند؟ و به چه منابعی باید متکی باشند؟

۲- چالش‌ها و فاصله‌ها

- ۱ - public policy goals & objectives
- ۲ - key players
- ۳ - message
- ۴ - Messengers
- ۵ - Delivery
- ۶ - organizational resources
- ۷ - Gaps & challenges

سازمان های حمایت کننده چه چیزی را باید ایجاد و توسعه دهند ؟ آیا متحدین بالقوه این سازمان ها، توان انجام کار مورد نیاز را دارند؟

۳- توالی مراحل و گام ها^۱

برنامه حمایتی چگونه آغاز می شود ؟ مناسب ترین توالی و تسلسل گام ها برای اجرای اجزا و مراحل جلب حمایت همه جانبه کدامند ؟

۴- ارزشیابی^۲

سازمان های جلب حمایت همه جانبه چگونه می توانند از نحوه کار خود مطلع شوند؟

چگونه می توانیم اصلاح و تعدیل را در برنامه ایجاد کنیم ؟

ابزارهای جلب حمایت همه جانبه^۳

ما می توانیم از ابزارهای جلب حمایت همه جانبه در بسیج های مختلف حمایتی که با مسایل مهم ارتباط دارند و در سطوح دولتی متفاوت وجود دارند، استفاده کنیم. هیچ دو برنامه حمایتی کاملاً مشابهی وجود ندارد. هر طرحی نیازمند تدوین یک فرایند دقیق برنامه ریزی به منظور تعیین مؤثرترین و در عین حال ضروریترین عناصر و ابزارهای رسیدن به اهداف می باشد.

ابزارهای هفت گانه جلب حمایت همه جانبه شامل موارد زیر می باشد :

۱- استفاده از رسانه ها^۴

به کارگیری رسانه ها در کلیت و متن برنامه های حمایتی، به معنای استفاده استراتژیک از رسانه ها برای پیشبرد طرح های عملیاتی مرتبط به اقدام در زمینه سیاست عمومی می باشد. توانایی رسانه ها در تعیین دستور کار عمومی، تأثیر گذاری بر بحث ها و مناقشات

-
- ۱ - Sequence of steps
 - ۲ - Evaluation
 - ۳ - Advocacy Tools
 - ۴ - Utilizing the Media

برای اعمال فشار بر سیاست‌گذاران و ترویج ارزش‌ها، رسانه را به عنوان یک ابزار

بر کاتالی که برای انتقال پیام استفاده می‌شود، خود یک رسانه است اما رسانه‌های گروهی به رسانه‌های معینی گفته می‌شود که مخاطبین زیادی را تحت پوشش خود قرار

بدهد (برای مثال: رادیو، تلویزیون، مطبوعات و اینترنت). استفاده مؤثر از رسانه‌های گروهی ممکن است در برگیرنده تهیه مشترک سخنرانی‌های عمومی، سازماندهی برنامه‌های ویژه برای پوشش خبری و مطبوعاتی، مجهز نمودن خبرنگاران به حقایق (اعداد و ارقام) و سوژه‌هایی برای شکل دادن به گزارشات تحقیقاتی و ایجاد ارتباط با خبرنگاران و صاحبان رسانه‌ها باشد.

۲- ایجاد ائتلاف^۱

ائتلاف از افراد و سازمان‌هایی تشکیل می‌شود که نیروهای خود را برای حرکت به سوی اهداف مشترک تغییر اجتماعی متحد ساخته و همزمان استقلال خود را در این مسیر حفظ می‌کنند. این روند می‌تواند طیف متنوعی از ساختارهای نهادی و تصمیم‌گیری، داشته باشد.

ائتلاف‌ها ممکن است رسمی و یا غیر رسمی، دائمی و یا موقت باشند و ممکن است از لحاظ منابع مالی و پرسنلی به صورت مستقل و یا جمعی عملکرد خود را نشان دهند. در برنامه‌های حمایتی، ائتلاف‌ها از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار هستند چون می‌توانند قدرت و مشروعیت (قانونی بودن) برنامه را افزایش دهند.

۳- استفاده از اطلاعات^۲

عموماً اطلاعات به صورت حقایق و یافته‌ها تعریف می‌شود. دامنه آن گسترده و برمی‌خیزد. از اعداد و ارقام گرفته تا داستان‌ها می‌توانند جزئی و یا شکلی از اطلاعات باشند. اطلاعات از منابع مختلف و به وسیله تجربه، مشاهده، مصاحبه و سایر روش‌های

^۱ - Building Coalitions
^۲ - Using Information

تحقیقاتی جمع آوری می‌شود. زمانیکه اطلاعات مرتبط به یک مشکل و یا مسأله خاص تجزیه و تحلیل می‌شود روابط، الگوها، گرایش‌ها و تناقضات آن آشکار می‌گردد.

از اطلاعات در زمینه‌های زیر می‌توان استفاده نمود:

- ۱- آموزش شهروندان در باره یک مسأله معین؛
- ۲- توانمند سازی شهروندان برای مشارکت در فرآیندهای تصمیم سازی و تصمیم گیری؛
- ۳- بسیج و به حرکت درآوردن شهروندان برای نشان دادن اعتراض و اعلام خواسته‌ها؛
- ۴- ایجاد بحث و گفتگو در زمینه‌های مسایل ویژه سیاست‌های عمومی؛
- ۵- تأثیر گذاری بر تصمیم گیران با هدف اقدام و پیروی از یک مشی و یا روش خاص؛
- ۶- اعمال فشار بر متحدان، هماهنگ‌کنندگان و مخالفین برای اقدام به روشی معین؛
- ۷- پروراندن احساس مسؤلیت پذیری در میان تصمیم گیران در مورد اقداماتی که انجام می‌دهند؛
- ۸- سرانجام اطلاعات باید مرتبط، صحیح، تازه، مستدل، قانع کننده و همچنین منحصر به فرد باشد.

۴- تجزیه و تحلیل بودجه^۱

تجزیه و تحلیل بودجه عبارت از فرآیند بررسی و تحلیل بودجه‌های دولت و استفاده از اطلاعات به دست آمده برای تقویت سیاست‌های عمومی جلب حمایت همه جانبه است. برای دولت‌ها، بودجه مهمترین ابزار سیاست می‌باشد. بودجه در مقایسه با سایر اسناد، اولویت‌های اجتماعی و اقتصادی دولت را منعکس میکند. بودجه می‌تواند سیاست‌ها، تعهد سیاسی و اولویت‌ها را به تصمیم‌گیری تبدیل کند.

فقدان دسترسی به اطلاعات بودجه‌ای و نداشتن اطلاعات فنی در مورد نحوه هزینه کرد بودجه می‌تواند در بحث‌ها و مناقشات جلب حمایت همه جانبه تأثیر منفی داشته باشد. تقویت روند تجزیه و تحلیل بودجه و بهبود فرآیندهای بودجه‌ای می‌تواند در سرعت بخشیدن به اثربخشی برنامه‌های حمایتی نقش غیر قابل انکاری داشته باشد.

^۱ - Budget Analysis

۵- رایزنی با تصمیم گیرندگان^۱

رایزنی با تصمیم گیرندگان یکی از اجزای مهم اقدامات حمایتی محسوب می شود. اشکال مختلف فعالیت های حمایتی شامل رایزنی، بسیج های اجتماعی، درخواست ها و تقاضاهای مطرح شده از طرف شهروندان، انتشار اسناد و مدارک، کنفرانس ها و غیره می باشد. این نوع فعالیت هدفمند به سوی سیاستگذاران و به قصد انتقال پیام در رابطه با یک سیاست و یا یک قانون معین معطوف می شود.

در همه کشورهای دنیا، سیاست های عمومی نقش اساسی را در تعیین عدالت اجتماعی، آزادی های سیاسی و مدنی، منافع دراز مدت جامعه و گروه های مردمی در سطح جامعه ایفا می کند.

ویژگی های رایزنی مؤثر در جلب حمایت همه جانبه به شرح زیر می باشد :

۱- آشنایی با فرایند قانون گذاری

سازمان های درگیر در اقدامات حمایتی باید نظام سیاسی موجود را به طور دقیق بشناسند و چگونگی استفاده از راه کارهای رسمی و غیر رسمی برای اعمال فشار بر فرآیندهای تصمیم گیری را بدانند.

۲- اطلاعات معتبر

سازمان های حمایتی باید اطلاعات معتبری برای متقاعد ساختن قانون گذاران به اقدام به روش های خاص ارایه دهند. اطلاعات معتبر برای به دست آوردن مشروعیت و اعتبار قانونی نزد قانون گذاران، می تواند به صورت یک عنصر کلیدی درآید.

۳- روابط با سیاست گذاران

این روابط می تواند در محافل رسمی و غیر رسمی پیگیری شود. سازمان های جلب حمایت کننده باید منافع مخالفین خود را درک کنند و از تلاش برای بی اعتبار کردن آنها خودداری کنند.

۴- آشنایی و درک پویایی سیاست های درونی

سازمان های حمایتی باید با دینامیزم موقعیت ها و روابط درونی حاکم بر ذینفعان آشنا شوند و چگونگی استفاده از این پویایی برای تقویت و حفظ منافع استراتژیک خود را درک نمایند.

۶- سازماندهی و به حرکت درآوردن اجتماع محلی^۱

سازماندهی اجتماع محلی حرکتی است که در آن مردم از حالت تماشاچی و منفعل به حالت مشارکت فعال در فرآیند جلب حمایت همه جانبه ایفای نقش می نمایند. شکل گیری و توسعه رهبری در اجتماع محلی، در موفقیت تلاش ها و اقدامات حمایتی بسیار مهم است. اهمیت سازماندهی اجتماع محلی در موارد زیر نشان داده می شود:

۱- فعالین حمایتی در سطح خرد با ابتکارات و طرح های سیاست گذاری در سطح کلان پیوند می خورد. طرح های حمایتی که تنها در سطح کلان اجرا می شوند، ممکن است خطر تصاحب رهبری به وسیله مجموعه ای از نخبگان شهری که به اطلاعات و مهارت ها مجهز می باشند را ایجاد نماید و بر صدای محرومان (آرزوها، خواسته ها و.....) غلبه کند؛

۲- اعتبار، مشروعیت و قدرت چانه زنی را به برنامه های حمایتی تقدیم می کند. برای مثال در هندوستان، حمایت اجتماع محلی و گستردگی حوزه انتخاباتی نمایندگان از مهمترین عناصر تعیین کننده اعتبار یک رایزن و فعال حمایتی می باشد و نه زمینه حرفه ای و تخصصی که او دارد؛

۳- به ایجاد منافع ملموس در زندگی شهروندان منجر می شود. این منافع شامل افزایش سطح عزت نفس، اعتماد و کارایی می گردد.

۷- استفاده از نظام قانونی^۲

استفاده از نظام قانونی به معنی درگیر شدن در روش ها و اقدامات قانونی از قبیل دادخواست های قانونی و احکام و دستورات قضایی می باشد. زمانی که جلب حمایت همه جانبه در یک سیستم قضایی به صورت مستقل و عادلانه اجرا شود، بیشترین تأثیر را

^۱ -the Grassroots Mobilizing and Organizing
^۲ - Utilizing the legal system

خواهد داشت. چنانچه نقش قانون ضعیف باشد، درگیر شدن در سیستم قانونی می تواند نتایج دلخواه و مطلوبی تولید نماید مخصوصاً زمانی که با ابزارهای حمایتی مانند رایزنی و استفاده از رسانه ها همراه شود.