**İctimai Vəkillik Strategiyası**

**(İVS)**

İctimai vəkillik (İV) müxtəlif sferalarda **dəyişikliyi təşviq edən** strateji və məqsədyönlü fəaliyyətdir.

Hər bir vətəndaş cəmiyyəti təşkilatı missiya və məqsədləri ilə səsləşən dəyişikliklər üçün çalışır, odur ki, bunu sistemli şəkildə etmək daha səmərəlidir.

**İVS səmərəliliyə necə töhfə verə bilər?**

* Resurslar qənaətlə istifadə edilə bilər,
* Risklər azaldıla, fürsətlər maksimallaşdırıla bilər,
* Fəaliyyətin koordinasiya edilməsi üçün imkanlar yarana, görülən işlərdə təkrarçılığın qarşısı alına bilər,
* İV təşkilatın digər (uzun və qısa müddətli) fəaliyyət sahələri ilə əlaqələndirilə bilər.

**İVS nədən ibarətdir?**

**İVS 9 sualda**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Biz nəyi dəyişmək istəyirik?** *Vəziyyəti başa düşmək*Vasitə 1: Problem və həll yolları ağacı Vasitə 2: Məsələ seçimi matrisi | **Onlara kim deməlidir?***Auditoriyaya doğru mesaj verəcək şəxsi/qrupu seçmək* Vasitə 5: Mesajı verənin seçilməsi | **Nəyə ehtiyacımız var?***Boşluqları anlamaq*ACT-ON modeli |
| **Onu kim edə bilər?** *Maraqlı tərəfləri, onların təsir gücünü və dəyişikliyin necə baş verdiyini anlamaq*Vasitə 3: Auditoriyanı müəyyən etmək üçün matris | **Onların eşitdiyinə necə əmin ola bilərik?***Prosesləri, fürsətləri və giriş nöqtələrini müəyyən etmək*Vasitə 6: Fürsətlərin müəyyənləşdirilməsi və nəzərdən keçirilməsi | **Addım atmaq üçün nə etməliyik?***Məqsədləri və aralıq nəticələri müəyyən etmək, fəaliyyət planı hazırlamaq*Vasitə 7: SMART modeli |
| **Onlara nə deyilməlidir?***Auditoriyaya çıxış əldə etmək*Vasitə 4: Faktlara əsaslanan mesajın verilməsi | **Əlimizdə nə var?***İmkanları anlamaq*ACT-ON modeli | **İşləyib-işləmədiyini necə bilə bilərik?**İV-yin monitorinqi və qiymətləndirməsini aparmaqVasitə 8. Logframe 1Vasitə 9. Logframe 2 |

**Vasitə 1: Problem və həll yolları ağacını necə qurmalı?**

1. Problemi ortada qeyd edin.
2. Problemi doğuran səbəblər və onun nəticələri barədə düşünün. Problemin alt tərəfində səbəbləri, üst tərəfində isə nəticələri qeyd edin.
3. Ağlınıza gələn mümkün qədər çox sayda səbəbi vurğulayın, səbəblərdən problemə doğru oxlar çəkin. Təkcə problemin deyil, həm də səbəblərin “səbəbləri” barədə düşünün. Onları bir-birilə əlaqələndirmək üçün oxlardan istifadə edin.
4. Problemin mümkün qədər çox nəticəsini qeyd edin, nəticələrdən doğan digər nəticələri də seçin.
5. Ən zəif və həssas sosial qrupları müəyyən edin və onların problemdən necə əziyyət çəkdiyini müəyyən edin.
6. Beyin fırtınasından sonra səbəblərə bir də nəzər salın, İV vasitəsilə onlardan hansıları dəyişmək və ya düzəltmək mümkün olduğunu müəyyənləşdirin.

**Vasitə 2: Məsələ seçimi matrisi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Meyarlar** | **Məsələ 1**  | **Məsələ 2**  | **Məsələ 3** |
| *Bu məsələ sizin üçün nə qədər aktualdır (yəni, onun həlli nə qədər vacibdir?)*  |  |  |  |
| *Bu məsələ təşkilatınızın məqsədlərinə və missiyasına uyğundurmu?* |  |  |  |
| *Bu məsələ ilə bağlı digər maraqlı tərəflər çalışırlarsa, verəcəyiniz əlavə töhfənin faydasını necə dəyərləndirirsiniz?*  |  |  |  |
| *Bu məsələ ilə məşğul olmaq üçün resurslarınız varmı?* |  |  |  |
| *Bu məsələ sizin və ya tərəfdaşlarınızın ixtisas dairəsinə uyğundurmu?* |  |  |  |
|  |  |  |  |
| *Ümumi* |  |  |  |

**Vasitə 3: Auditoriyanı müəyyən etmək üçün matris**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dövlət orqanı/təşkilat****(əlaqə məlumatı)** | **Sizin üçün prioritet məsələ ilə bağlı onun biliyi nə qədərdir? 1 (aşağı) – 5 (yuxarı)** | **Onların bu prioritet məsələyə təsir imkanları nə qədərdir? 1 (aşağı) – 5 (yuxarı)** | **Onların bu prioritet məsələyə münasibəti necədir? 1 (qatı əleyhdar), 5 (möhkəm tərəfdar)** | **Bu prioritet məsələ onlar üçün nə qədər önəmlidir?** **1 (aşağı) – 5 (yuxarı)** | **Ümumi bal** | **Sizə müttəfiq yoxsa rəqib olacaq (meyarlar aşağıda)** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**Meyarlar:**

1. Məsələ ilə bağlı ən çox təsirə sahib, ancaq əleyhdar olanları inandırmaq üçün ən çox səy göstərməlisiniz
2. Ən çox nüfuza malik və məsələyə rəğbət göstərənlər müttəfiqləriniz ola bilər.
3. Ən çox nüfuza sahib olub məsələ ilə bağlı neytral mövqedə duranlar sizin əsas hədəf qrupunuz ola bilərlər.

**Qeyd:** Hədəf auditoriyanızı axtararkən konkret olun:

* Əsas maraqlı tərəfləri seçin, enerji və diqqətinizi onlara cəmləyin,
* Bir-birinə təsir etmək imkanları olanları seçin,
* Təsir etmək iqtidarında olduğunuz tərəfləri seçin

Auditoriyaya üçün ən inandırıcı gələn mesaj necə ola bilər

Mesaj iki cür ola bilər: Əsas mesaj və dəstəkləyici (köməkçi) mesaj

**Bəyanat – Sübut (faktlar) – Nümunə - Məqsəd – Təklif olunan tədbir**

**Bəyanat** – Mesajın ana ideyasını təşkil edir və ya problemi təhlil edir/səbəbini göstərir. Dəyişikliyin niyə vacib olduğunu vurğulayır.

**Sübut** – Təhlil üçün əsas təşkil edir, asan anlaşılan fakt və rəqəmlərlə fikri dəstəkləyir. Auditoriyaya spesifik, aydın dildə təqdim olunur.

**Nümunə** - Mesaja insan hekayəsi ilə sima qazandırır.

**Məqsəd** – Nəyə nail olmaq istədiyinizi vurğulayır. Təklif olunan tədbirin nəticəsi (və ya qismən nəticəsi) hesab olunur.

**Təklif edilən tədbir** – Müəyyən etdiyiniz məqsəd(lər)ə çatmaq üçün həyata keçirilməsini istədiyiniz fəaliyyət. Problemin həlli və ya qismən həlli deməkdir. Bu İV mesajının məğzini təşkil edir.

**Dəstəkləyici (köməkçi) mesaj**

Dəstəkləyici mesaj konkret auditoriya üçün hazırlanır, əsas mesajın izah edilməsi ehtiyacı yarandıqda ortaya çıxır. Dəstəkləyici mesaj əsas mesajın məqsədlərinin necə qarşılanacağı və adı gedən maraqlı tərəflər tərəfindən görüləcək işləri əhatə edir.

**Vasitə 4. Faktlara əsaslanan mesajın hazırlanması**

Əsas mesaj (maraqlı tərəflər üzrə)

|  |
| --- |
| Əsas mesaj: fikir + sübut + nümunə + məqsəd + təklif olunan tədbir |
| Auditoriya | Qayğılar | Mümkün mesajlar |
| Qərar-verənlər (məmurlar, siyasətçilər, sahibkarlar) |  |  |
| Donorlar  |  |  |
| Jurnalistlər |  |  |
| Vətəndaş cəmiyyəti institutları |  |  |
| Ümumi ictimaiyyət |  |  |
| Rəy formalaşdıranlar (dini icmaların rəhbərləri, ağsaqqallar) |  |  |

**Vasitə 5: Mesajı verənin seçilməsi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Auditoriya** | Auditoriyanın adı |
| **Mesajı verən**  | Hədəf auditoriyaya təsir etmək iqtidarında olan şəxs və ya qrup |
| **Mövqe** | Mesajı verən adı çəkilən mövzuda nələr danışıb və ya yazıb? İV məsələsi ilə bağlı mövqeyi necədir? |
| **Nüfuz (güc)** | Mesajı verənin hədəf qrupu üzərində təsiri hansı səviyyədədir? |
| **Bilik** | Mesajı verən məsələ haqqında nə qədər məlumatlıdır? |
| **Etibar** | Auditoriya mesajı verənə nə dərəcədə inanır? |
| **Mesajı verənə çatımlıq** | İV-yi aparan şəxs mesajı verənlə necə və nə vaxt əlaqə qurur? İV-i aparan şəxsin mesajı verənlə işləmək üçün bacarıqları kifayət edirmi? |
| **Hədəfə çatımlıq** | Mesajı verən auditoriya ilə necə və nə vaxt ünsiyyətdə olur? |
| **Tədbir** | İV strategiyası mesajı verəni nəyə çağırır? |
| **Risklər** | Mesajı verənlə işləməyin riskləri nədir? |
| **Mesaj** |

**Qeyd:**

* Mesaj vermək istərkən mesajın verildiyi auditoriya üzərində diqqətinizi cəmləyin
* Həmin auditoriyanın özünəməxsus xüsusiyyətlərini, o cümlədən maraqlarını müəyyən edin
* Auditoriyanın adətən mesajları necə qəbul etdiyi barədə fikirləşin. Auditoriya hansı vasitələrdən və dildən istifadə edir.

**Vasitə 6: Fürsətləri müəyyənləşdirmək və planlaşdırmaq**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Gündəliyin formalaşdırılması** | **Siyasətin hazırlanması** | **İcraat – tətbiq** | **Monitorinq – qiymətləndirmə** |
| **Auditoriya + mesajı verənlər** |  |  |  |  |
| **Formal qərarvermə prosesi** |  |  |  |  |
| **Qeyri-formal qərarvermə prosesi** |  |  |  |  |
| **Bu mərhələdə prosesə necə təsir edə bilərik?** |  |  |  |  |
| **Fürsət/giriş imkanı/təsir etmək istədiyimiz hadisə** |  |  |  |  |
| **Tarix/Müddət** |  |  |  |  |

**Mesajın verilməsi yolları:**

* Lobbiçilik/danışıqlar
* Ictimai kampaniyalar
* Mətbuatla iş

**Risklərin təhlil edilməsi**

Bu matris İVS-in qarşılaşa biləcəyi risklərin təhlili üçün nəzərdə tutulub, məqsədi hansı problemlərlə qarşılaşa biləcəyinizi və onları necə aradan qaldıra biləcəyinizi öyrənməkdir. İVS-ə yaranmış risklər həm daxildən (məsələn, resursların çatışmazlığı və ya əlavə xərclər), həm də xaricdən qaynaqlana bilər (məsələn, dövlətdə kadr dəyişikliyi). Xarici riskləri proqnozlaşdırmaq çətin olsa da, risklərin təhlilində ona mütləq yer vermək lazımdır. Riskləri müəyyən etdikdən sonra onların ortaya çıxa bilmə ehtimalını və strategiyaya mümkün təsirlərini qiymətləndirməli, onların necə idarə edilə bilməsini və azaldılmasını müəyyənləşdirməlisiniz.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Risklər** | **Baş vermə ehtimalı****(1=aşağı, 5=yuxarı)** | **Əhəmiyyət****(1=aşağı, 5=yuxarı)** | **Ümumi risk səviyyəsi****(ehtimal x əhəmiyyət)** | **Risklərin azaldılması üçün atılmalı addımlar** |
| **Daxili risklər** |
|  |  |  |  |  |
| **Xarici risklər** |
|  |  |  |  |  |

**Vasitə 7: Problemə uyğun məqsədləri müəyyən edərkən SMART adlandırılan vasitədən istifadə edə bilərsiniz**

|  |  |
| --- | --- |
| **Specific (konkret)** | Nə əldə etmək istəyirsiniz? |
| **Measurable (ölçüləbilən)** | Əldə etdiyinizi necə biləcəksiniz? |
| **Achievable** | Mövcud resurslarla (o cümlədən, vaxt) məqsədiniz nail olmaq mümkündürmü/realdırmı? |
| **Relevant (məqsədəuyğun)** | Qarşınıza qoyduğunuz məqsəd bütün maraqlı tərəflər üçün və problem kontekstində aktualdırmı? |
| **Time-bound (Müddət)** | Hansı vaxt çərçivəsində əldə etmək istəyirsiniz? |

**Vasitə 8. Logframe 1: İV tədbirləri, onların aralıq nəticələri, məqsədləri, təsiri və ölçmək üçün indikatorlar**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tədbirlər, aralıq nəticələr, məqsədlər və təsir** | **Mənası** | **İndikator** |
| **Tədbirlər** |
|  |  |  |
| **Aralıq nəticələr** |
|  |  |  |
| **Məqsədlər** |
|  |  |  |
| **Təsirlər** |
|  |  |  |

**Vasitə 9. Logframe 2**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nəticələr** | **Ölçü vahidi və ya indikator** | **İlkin vəziyyət** | **Hədəflər** | **Nəzarət forması** | **Gümanlar** |
| Uğur üçün hansı nəticələr tələb olunur? | Nəticələrin əldə edildiyini hansı indikatorlar göstərəcək? | İndikator indi hardadır? | İndikatoru nə qədər dəyişmək irəlilətmək istəyirsiniz? | İndikator üçün məlumatı necə əldə edəcəksiniz? | Nəticələri hansı amillər dəyişə bilər? |
|  |  |  |  |  |  |