

کام ششم: به کمک مرکز توسعه محله، حمایت و مشارکت دست اندرکاران سطوح بالاتر را جلب کنیم. (بخش دوم)

• جلب حمایت دست اندرکاران

- جلب حمایت ساز و کار قدرتمندی برای تشویق مشارکت همه‌ی دست اندرکاران در جریان یک فرایند محلی است. جلب حمایت معادل فارسی واژه **ADVOCACY** است و معنای ساده آن، حمایت فعالانه از یک موضوع و ترغیب و تشویق دیگران به حمایت از آن موضوع است. جلب حمایت، یک روش برنامه‌ای است و هدف آن جلب توجه همه دست اندرکاران و بویژه تصمیم‌گیرندگان است. قابل ذکر است که تمام فرایند توسط خود مردم محلی یا گروه محلی انجام می‌شود. **مراحل اصلی یک فعالیت جلب حمایت دست اندرکاران عبارت است از:**
- **روشن کردن موضوع و تعیین محدوده‌های آن:** به طور کلی اولین مرحله در جلب حمایت آن است که برای دست اندرکاران مربوطه، موضوع و دامنه حمایت آنان باید روشن باشد.
 - **شناسایی و تعیین گروه‌های دست اندرکاران:** دومین مرحله، تعیین گروه‌ها و افرادی است که در منافع ترویج یا جلب حمایت سهیم هستند.
 - **ابزارهای جلب حمایت:** سومین مرحله تعیین ابزارها و تکنیک‌های بهینه به منظور جلب توجه گروه‌های دست اندرکار و هدایت آنان به سوی راه حل است.

برای جلب حمایت دست اندرکاران تکنیک‌هایی وجود دارد که باید به درستی استفاده شوند.

این تکنیک‌ها عبارتند از:

ایجاد حساسیت، بسیج عمومی گروه‌های اجتماعی، گفتگو، مذاکره، چانه‌زنی، جمع‌آوری امضا و استشهاد محلی، اطلاع‌رسانی، که نحوه به کارگیری هریک از ابزارها برای هر دست اندرکار متفاوت است و انتخاب ابزار و تکنیک بهینه بسیار به شناسایی و تحلیل دست اندرکاران وابسته است.

با فرض این که، درخصوص موضوعی چهار دست اندر کار وجود دارند که؛

- گروه اول دست اند کاران: مشکلی با موضوع ندارد،
- گروه دوم دست اندر کاران: نظرش بسیار صائب و مهم است که در حال حاضر با موضوع مخالف است.
- گروه سوم دست اندر کاران: مخالف با طرح موضوع است و در عین حال تصمیم گیرنده مهمی نیز نیست.
- گروه چهارم دست اندر کاران: اصولاً بی طرف است ولی نظر و حمایتش مهم است.

در این وضعیت، فرآیندهای جلب حمایت باید دست اندر کاران گروه دوم و گروه چهارم را موافق نموده و دست اندر کاران گروه سوم را به وضعیت بی طرف یا بی نظر برساند.

• شکل دهی و سازماندهی نهاد توسعه محله

با جلب حمایت دست اندر کاران و قبل از تدوین برنامه بازرگانی، وقت آن است که نهاد توسعه محله که گروهی سازمان یافته و متشکل از نمایندگان مراکز توسعه محله و نمایندگان بخش‌های عمومی، دولتی و مردم نهاد و سایر کنشگران است، سازمان یابد.

تذکر:

بدیهی است، نهاد توسعه محله به دلیل جایگاه تصمیم‌گیری در جریان بازرگانی باید لزوماً به پستوانه یک سند قانونی شکل بگیرد، لذا تدوین سند تشکیل و راه‌اندازی نهاد توسعه محله، باید در دستور کار قرار گیرد.