



معاونت دانشجویی
مرکز مشاوره دانشجویی



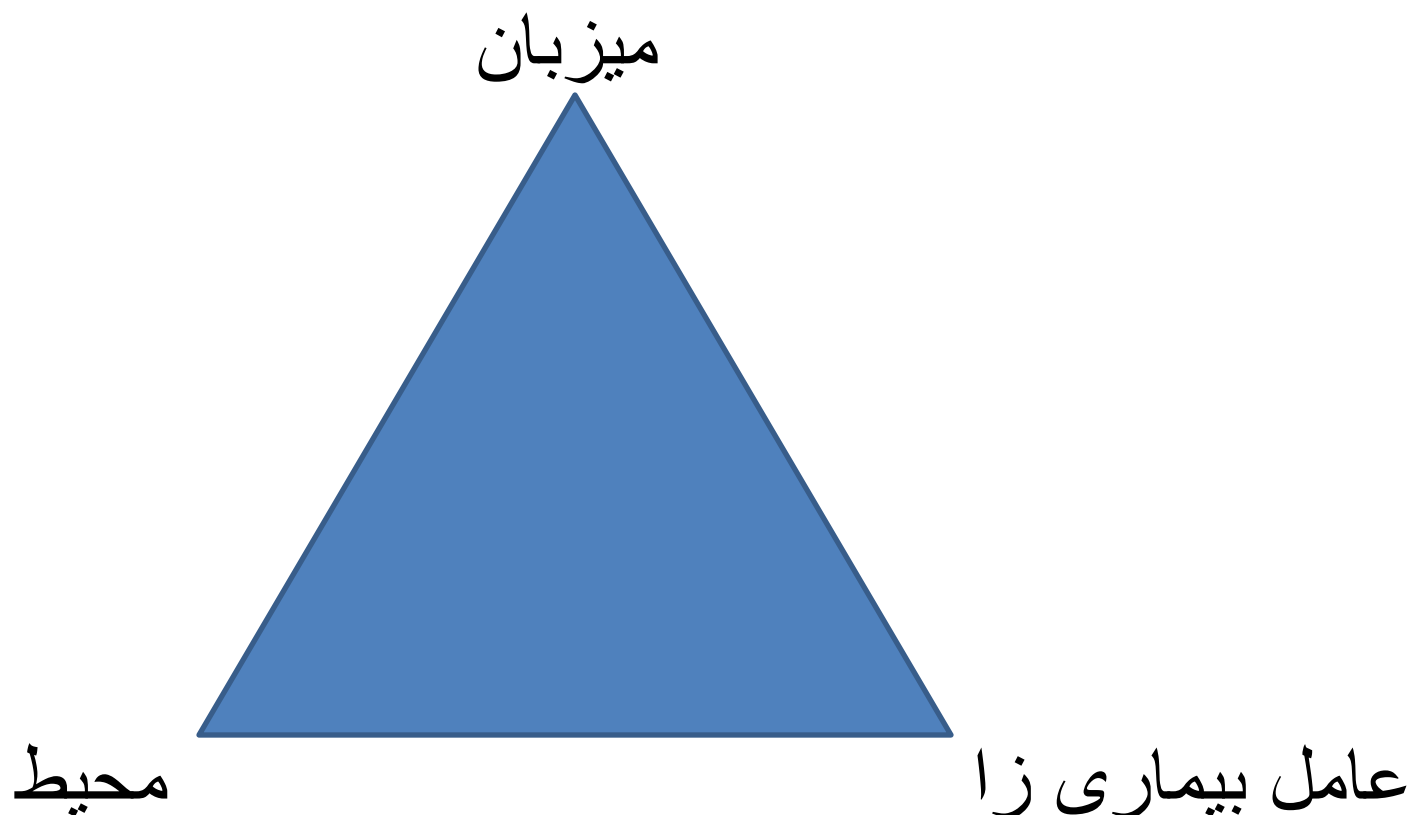
ستاد مبارزه با مواد مخدر
اداره کل فرهنگی و پیشگیری

فصل اول - محله، ساختار و سازمان

دوره تکمیلی پیشگیری اولیه از اعتیاد با تمرکز بر محله

مؤلف: مهرداد احترامی
ناظر علمی: حمید صرامی (مدرس دانشگاه)

مثلث بیماری زایی



محله ؟



بنیان های استوار جامعه ی مدنی

که در طول تاریخ بتدریج ایجاد شده است، مواردی نظیر

- نهادهای اجتماعی
- خرد مشترک
- فرهنگ عمومی
- نظام ارزش یکسان
- دیدگاه حقوقی فراگیر یعنی قوانین

طبقه بندی دوبخشی

- ماکس وبر: دو نوع اجتماع (که در آن سنت و عاطفه مهم است) و جامعه (که در آن مصالح، عقلانیت و منافع مهم است)
- دورکیم: دو جامعه با پیوندهای مکانیکی و پیوندهای ارگانیکی
- اسپنسر: دو جامعه با عنوان نظامی و صنعتی
- فردیناند تونیس: گمن شافت و گزل شافت

<http://azmun.blogsky.com/?PostID=10>

• **خصوصیات گمن شافت:**

- ۱- ارتباطات محدود است (کوچکی جمع و بی خبری انسانها از هم معنی ندارد)
- ۲- ارتباطات عمیق است .
- ۳- اراده ارگانیک (ذاتی و طبیعی) : بر پایه احساس و تجربه مشترک مثل سلیقه و سنت بنا می شود.
- ۴- هر حرکت در خدمت وحدت جمع است نه فرد.
- ۵- امتداد تاریخی ارتباط : انسانها سوابق هم را می شناسند.

• **خصوصیات گزل شافت :**

- ۱- وسعت جامعه : روابط صوری و قراردادی و تنهایی است.
- ۲- ارتباطات سطحی است.
- ۳- اراده سنجیده : سود و زیان اقتصادی برای افراد مهم است.
- ۴- بی نامی : نام و سوابق نا آشنا هستند.
- ۵- ارتباط منطقی : ارتباط فاقد اثر هاله روانی است. نفع مادی ملاک قضاوت انسان ها است.

Grassroots:

An overused term usually referring to community organizations run by people without professional expertise or grassroots people who come from the community who usually are implied to be without professional expertise, but have community experience that contributes to community building.

مشخصه های محله :

- ۱- محله دارای سابقه تاریخی است .
- ۲- محله دارای فضاهای عمومی و باز برای بروز و ظهور خلاقیت های فرهنگی اجتماعی است .
- ۳- محله دارای نمادها و زیر ساخت های خاص خود است .
- ۴- امکان اعمال نظر و نظارت عمومی در محله وجود دارد .
- ۵- محله دارای اجتماع قانون مدار و یا ارزش مدار است .
- ۶- در ساکنان محله احساس مالکیت وجود دارد .
- ۷- محله دارای ساخت اجتماعی و سیاسی است (مانند شورای محله)
- ۸- تعلق اجتماعی در محله وجود دارد .
- ۹- در محله انسجام و پیوستگی وجود دارد .
- ۱۰- توانایی شناخت و حل مسائل محله در حیطه قدرت افراد محله است .
- ۱۱- در محله آرامش ، امنیت و آزادی وجود دارد .
- ۱۲- با نظام های اقتصادی – فرهنگی – اجتماعی و سیاسی شهر پیوند دارد .
- ۱۳- هنجارهای خاص در محله حاکم است .
- ۱۴- و

مشخصه های محله :

- محله دارای سابقه تاریخی است .
- محله دارای فضاهای عمومی و باز برای بروز و ظهور خلاقیت های فرهنگی اجتماعی است .
- محله دارای نمادها و زیر ساخت های خاص خود است .
- امکان اعمال نظر و نظارت عمومی در محله وجود دارد .
- محله دارای اجتماع قانون مدار و یا ارزش مدار است .
- در ساکنان محله احساس مالکیت وجود دارد .
- محله دارای ساخت اجتماعی و سیاسی است (مانند شورای محله)
- تعلق اجتماعی در محله وجود دارد .
- در محله انسجام و پیوستگی وجود دارد .
- توانایی شناخت و حل مسائل محله در حیطه قدرت افراد محله است .
- در محله آرامش ، امنیت و آزادی وجود دارد .
- با نظام های اقتصادی - فرهنگی - اجتماعی و سیاسی شهر پیوند دارد .
- هنجارهای خاص در محله حاکم است .

تعاریف اجتماع کوچک

بر اساس تعریف فرهنگ لغات آکسفورد " اجتماع کوچک " شامل جمعی از مردم است که در یک محل زندگی می کنند.

سولیمان معتقد است: اجتماع کوچک عبارتند از گروهی از مردم با حس تعلق و فهم مشترک از نیازها – اولویتهای جمعی و توانمندی در احساس مسئولیت برای تصمیمات مشترک است .

رفکین و همکاران در تعریف خود از مشارکت اجتماع کوچک اشاره به گروه های خاصی از مردم نمودند که با نیازهای مشترک در منطقه جغرافیایی معین زندگی می کنند.

مهمترین عوامل تشکیل دهنده هویت محله های شهری :

۱. تعاملات انسانی
۲. حافظه تاریخی (خاطره)
۳. رفتارها و هنجارها
۴. فرهنگ
۵. هنر و سلیقه

(محمدی.اعظم-فرهنگ فر. فرهاد)

۱) شناسایی جریان اطلاعات

۲) شناسایی جریان اطاعت و رهبری

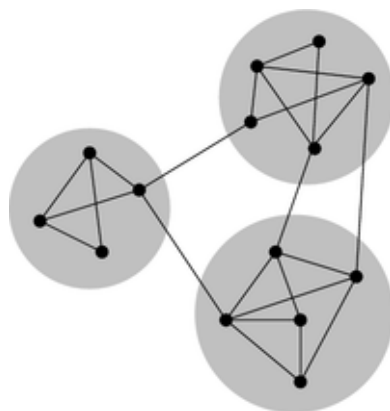
- محله را می توان جایی برای وجود و ابراز علائق انتخاب شده ی مشترک ساکنان تعریف کرد

- به این ترتیب حدود یک اجتماع، فهرست شبکه های اجتماعی یا سیستم هایی که در گروه بندی ها یا صف بندی های خاص قرار می گیرند و هنجارها یا عاداتی که افراد با آنها اقدام به فعالیت می کنند، موضوعات اصلی مربوط به شناسایی یک محله است.



امروزه وابستگی به محله به طور چشمگیری در کلان شهرها به علل ذیل از بین رفته است :

- ۱- ورود تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی (ICT و اینترنت) و ابزارهای رسانه ای مانند شبکه های ماهواره ای
- ۲- ورود تکنولوژی اتومبیل و سایر وسایل حمل و نقل خصوصی
- ۳- فاصله محل زندگی (سکونت) و محل کار
- ۴- نا پایداری و گذرا بودن ارتباطات مردم با یکدیگر
- ۵- نفوذ پذیری مرزهای محله به علت الزامات شهر سازی (مانند عبور پل و اتوبان از یک محله)
- ۶- مهاجرت و نا پایداری اقامت در یک محله
- ۷- تعدد منابع القاء کننده ارزشها و باورها
- ۸- تغییر ماهیت بازار و انفجار در تنوع تولید و مصرف گرایی
- ۹- و نتیجتا کاهش تعلق خاطر محله ای و بروز پدیده های ناهنجاری همچون وندالیسم (آشوب طلبی و تخریب اموال عمومی)



محله را می توان جایی برای وجود و ابراز علائق
انتخاب شده ی مشترک ساکنان تعریف کرد.

- رابطه ی فرد با اجتماع
- قوانین
- آزادی فردی
- معامله آزادی با امنیت(هابز)
- علاقه
- اشتراک
- وابستگی و دلبستگی
- بروز خواسته

مطالعه پوتنام در ایتالیا (گروه اول)

- مردم بعضی از محله ها با موضوعات عمومی اشتغال ذهنی دارند (نه بر اساس سیاست های شخصی خود).
- ساکنان به یکدیگر اعتماد دارند
- صادق هستند
- قانون را رعایت می نمایند
- رهبران این مناطق رو راست هستند
- شهروندان و رهبران کنار یکدیگر ودم خور (Congenial) هستند
- شبکه های اجتماعی و سیاسی افقی تنظیم شده اند و نه عمودی
- ارزش های اجتماع، وحدت منابع، مداخله مدنی، همکاری و صداقت است.
- در این مناطق به صورت عجیبی خود مردم، متن هستند.
- ...

مطالعه پوتنام در ایتالیا (گروه دوم)

- سازمان یابی بیشتر عمودی است تا افقی
- مفهوم شهروند در اینجا رشد نکرده است
- از نظر ساکنان این مناطق، امور عمومی، مشغله ی آدم دیگری است، رؤسا، سیاستمداران و نه من
- عده ی کمی از مردم تمایل زیادی دارند تا در موضوعات عمومی مورد مشورت قرار گیرند اما فرصت کمی برای حضور در اختیار دارند
- مشارکت سیاسی بر اساس وابستگی فردی یا زمینه ی خصوصی شکل می گیرد و نه اهداف جمعی
- مداخله در همیاری های فرهنگی و اجتماعی بسیار ضعیف است. این خصوصی، بر هدف عمومی استوار است
- رشوه به صورت گسترده ای، هنجار تلقی می شود حتی توسط سیاستمداران
- آنان نسبت به اصول مردم سالاری غر می زنند
- قوانین (تقریباً همه موافقت) برای این ساخته شده اند که شکسته شوند، اما از بی قانونی توسط دیگران هراس دارند
- در این حلقه ی معیوب، تقریباً همه احساس عدم قدرت، استثمار و ناشادی می کنند.
- ...

در یک محله می توانیم ۵ عنصر اصلی را بازشناسی کنیم:

- فیزیک محله،
- افراد محله،
- روابط افراد،
- نهادهای محلی و
- قوانین (هنجارها یا قواعد)

محورهای اصلی عضویت قابل استناد به ۵ موضوع است:

McMillan & Chavis

- a. حدود و مرزها
- b. امنیت هیجانی
- c. احساس تعلق و هویت
- d. سرمایه گذاری شخصی
- e. یک سری نماد مشترک

In 1996, McMillan updated and expanded what he had written in 1986, and with regard to membership, placed greater emphasis on the "spirit" of community deriving from "the spark of friendship" (p. 315).

- بنیان اصلی در اینجا، اشتراک گروهی از مردم است که مایلند در کنار یکدیگر احساس آرامش کنند. به اندازه ای که احساس عاطفی نسبت به این موضوع مشترک وجود داشته باشد، محله از انسجام بیشتری برخوردار است هدف معقول این احساس عاطفی متوجه توسعه و پیشرفت محله و پیرو آن، ساکنان خواهد بود

عناصر مهم در شناسایی محله به عنوان سازمان:

- جریان اطلاعات
- جریان اطاعت
- رهبری
- شبکه های محلی
- توانایی حل اختلاف نظر ها در محله (دستیابی به اهداف سازمانی)
- فرهنگ/هنجارها/ ارزش ها/ رفتار

بسم الله الرحمن الرحيم

فصل دوم - عوامل خطر و محافظ برای پیشگیری
از اعتیاد در محله های شهری و روستایی
مهرداد احترامی - روانپزشک

روش های ایجاد دانش در بشر:

- روش بدیهی پنداری-شب وروز
- روش پیروى محض-دين
- روش از پیش دانسته یا آزاد از تجربه- آمار
- روش علوم -تجربى، مشاهده اى

قواعد روش علمى:

- واقعیت نگری
- تجاهل
- قضاوت عینى
- تعیین امر اجتماعى(تحدید)
- به هم پیوستگی عناصر

عامل بیماری وبا

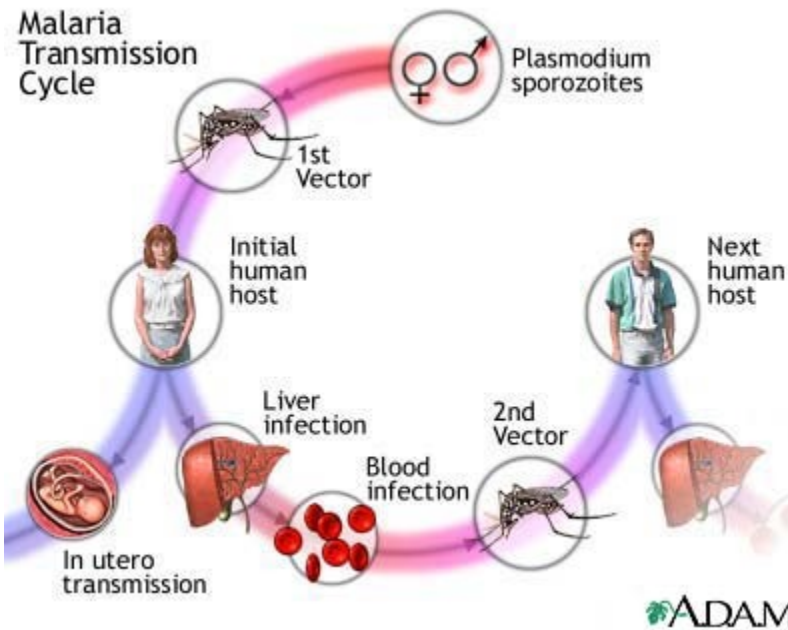


Copyright © 2001 Dennis Kunkel Microscopy, Inc. / Dennis Kunkel

Map showing the distribution of cholera cases in the Golden Square area of London, August–September 1854







- ممانعت از ازدیاد جمعیت پشه ها
- خشکاندن مرداب ها
- استفاده از پشه بند و وسایل دور کننده پشه
- درمان مالاریا
- جدا کردن انسان ها ی بیمار از سایرین (قرنطینه)
- کشتن پشه ها
- نفرین به پشه ها!!!

تئوري مجموعه اي به هم پيوسته (به بيان دقيق تر، شبکه اي)
از سازه ها (مفاهيم)، تعاريف و قضايا ست، كه به منظور
تبين و پيش بيني پديده ها، از طريق تشخيص روابط بين
متغير ها، يك نظر نظام دار در باره اين پديده ها ارائه مي
دهد. (كرلينگر-۱۹۷۳ به نقل از هومن ۱۳۸۰)

درك- تبين- پيش بيني

هيچ چيز عملي تر از يك تئوري خوب نيست

تئوري به ترتيب زير روي واقعيت اثر مي گذارد:

۱. مسير مطالعات عام را با انواع اطلاعاتي كه مورد نياز است، تعيين و مشخص مي كند.
۲. طرح نظري براي ربط دادن اطلاعات و طبقه بندي آنها به دست مي دهد.
۳. مطالعه طبقه بندي شده را به كل بزرگتري تعميم مي دهد.
۴. حقايق و واقعيات را پيش بيني مي كند.
۵. شكاف هاي موجود در دانش بشري را مطالعه و كشف مي كند.

حقایق به ترتیب زیر روی تئوری اثر می گذارد:

۱. به طرح و تنظیم تئوری ها کمک می کند.

۲. تئوری های موجود را تصحیح، تایید و یا موقتاً رد می کند.

۳. مسیر و موضوع تئوری را عوض می کند، و به صورت روشن تری در می آورد

پژوهش علمي عبارت است از مطالعه نظام دار، كنترل شده، تجربى و انتقادى يك يا چند قضيه فرضى در باره روابط احتمالى بين پديده هاى طبيعى

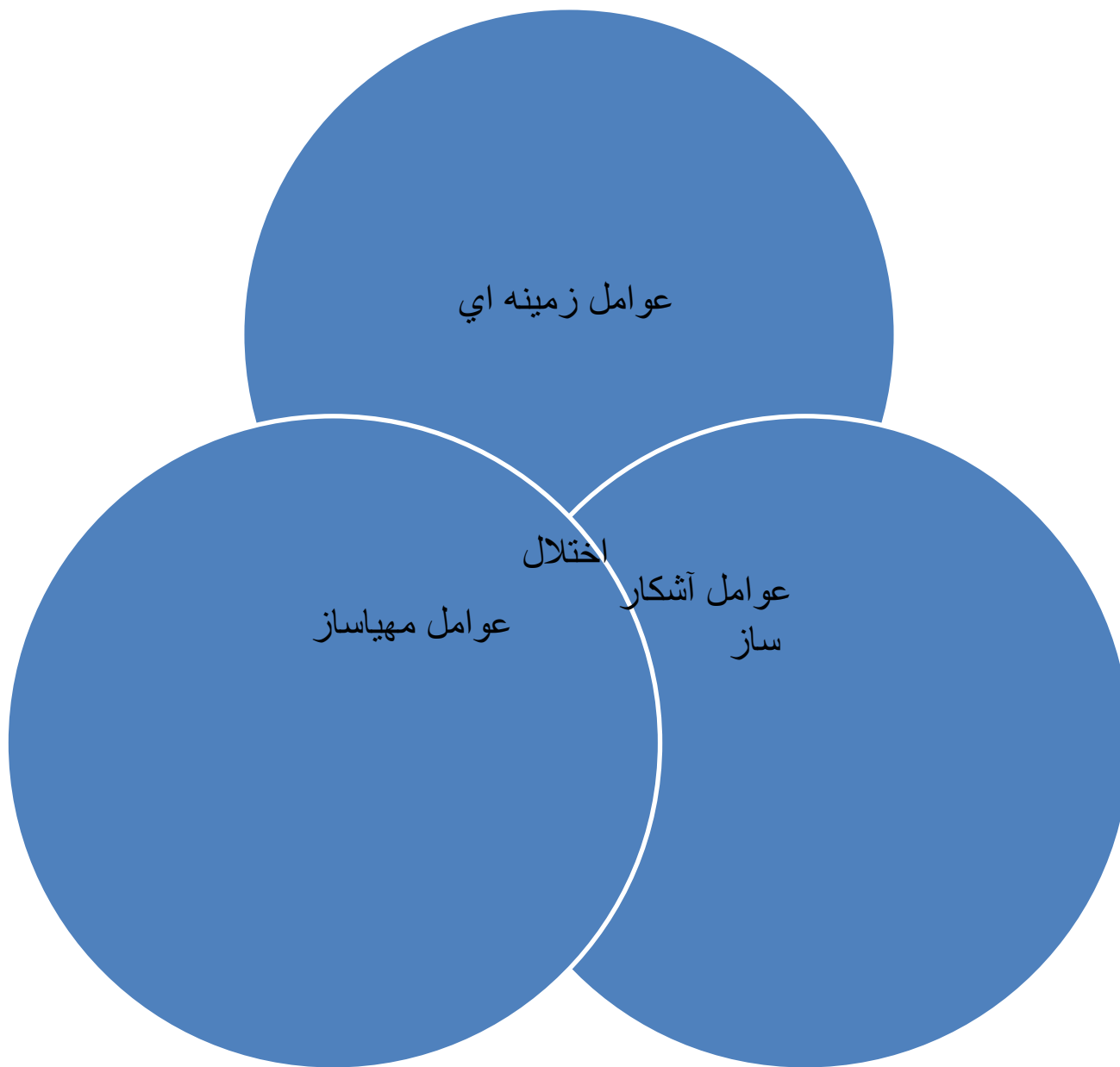
مسئله پژوهش باید دارای ویژگی های زیر باشد:

- باید رابطه بین دو یا چند متغیر را مورد پرسش قرار دهد.
- باید روشن وبدون ابهام بوده و به صورت يك پرسش بیان شود.
- باید حل شدنی و از طریق روش های تجربی قابل آزمایش باشد؟؟
- نباید نمایشگر يك موضوع اخلاقی باشد،یا مسائل اخلاقی تولید کند.
- باید دامنه آن محدود باشد.(هومن- حیدر علي ۱۳۸۰)

توافق بر سر دو نکته

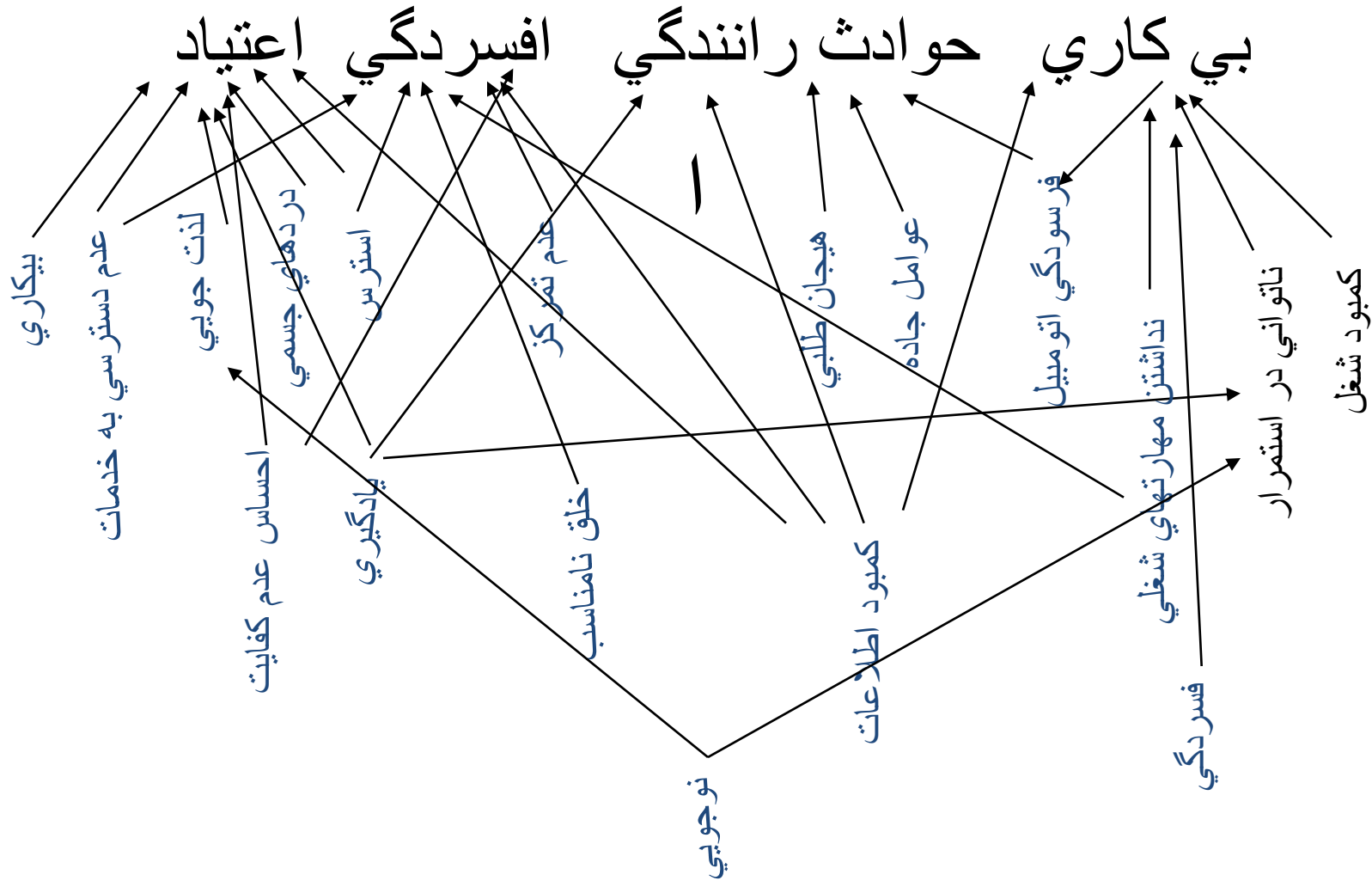
۱) ما برای شناسایی روش کاهش بروز اعتیاد (یا یک مشکل دیگر) بایستی هم بستگی بین آن و متغیرهای دیگر (عوامل قابل تغییر) را منحصراً از شیوه ی علمی پیدا کنیم.

۲) برای اقدام عملی در جهت کاهش بروز، یعنی تغییر این متغیرها، باید نگاه جامع، هماهنگ و متناسب با شرایط داشته باشیم.

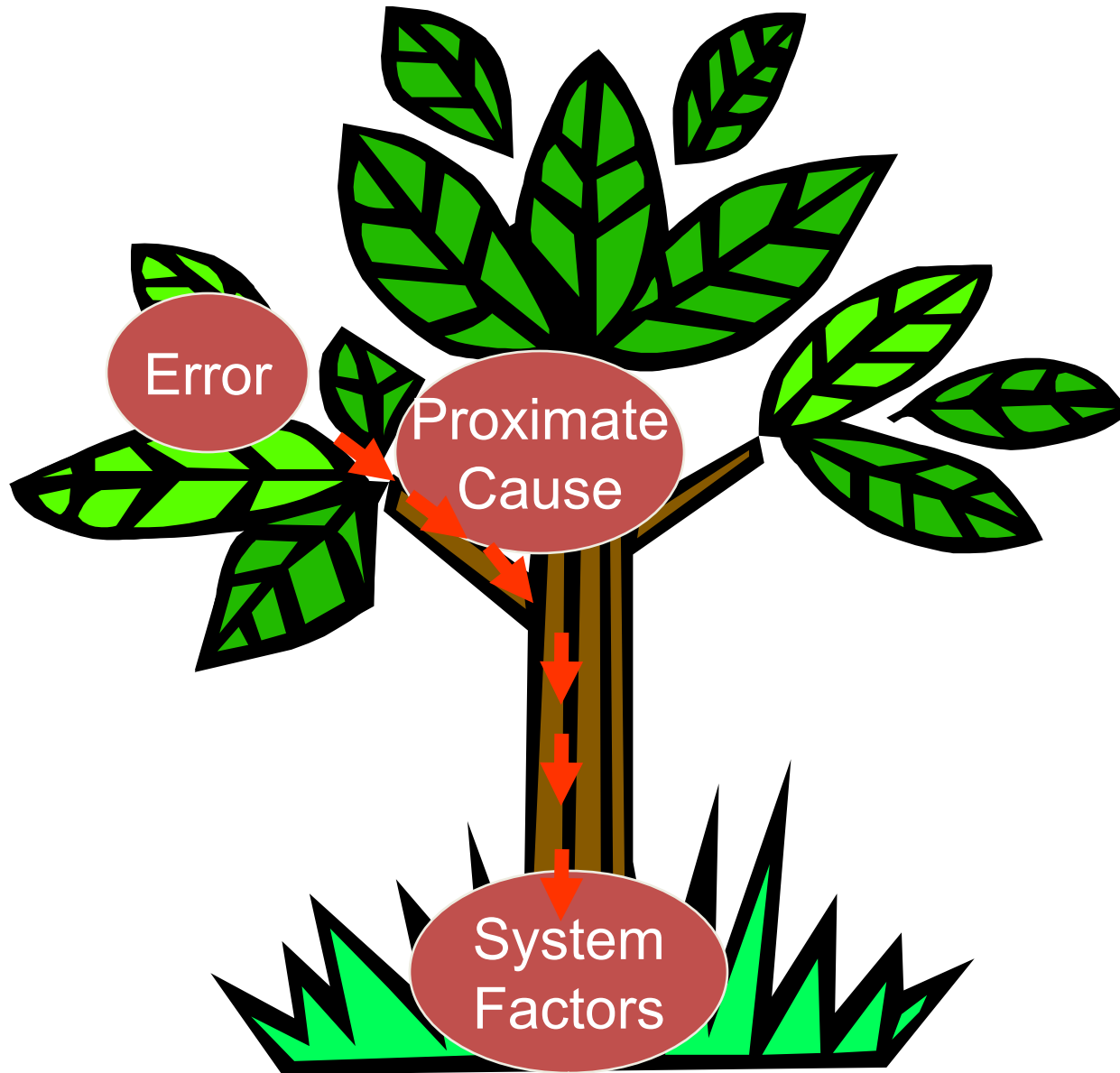


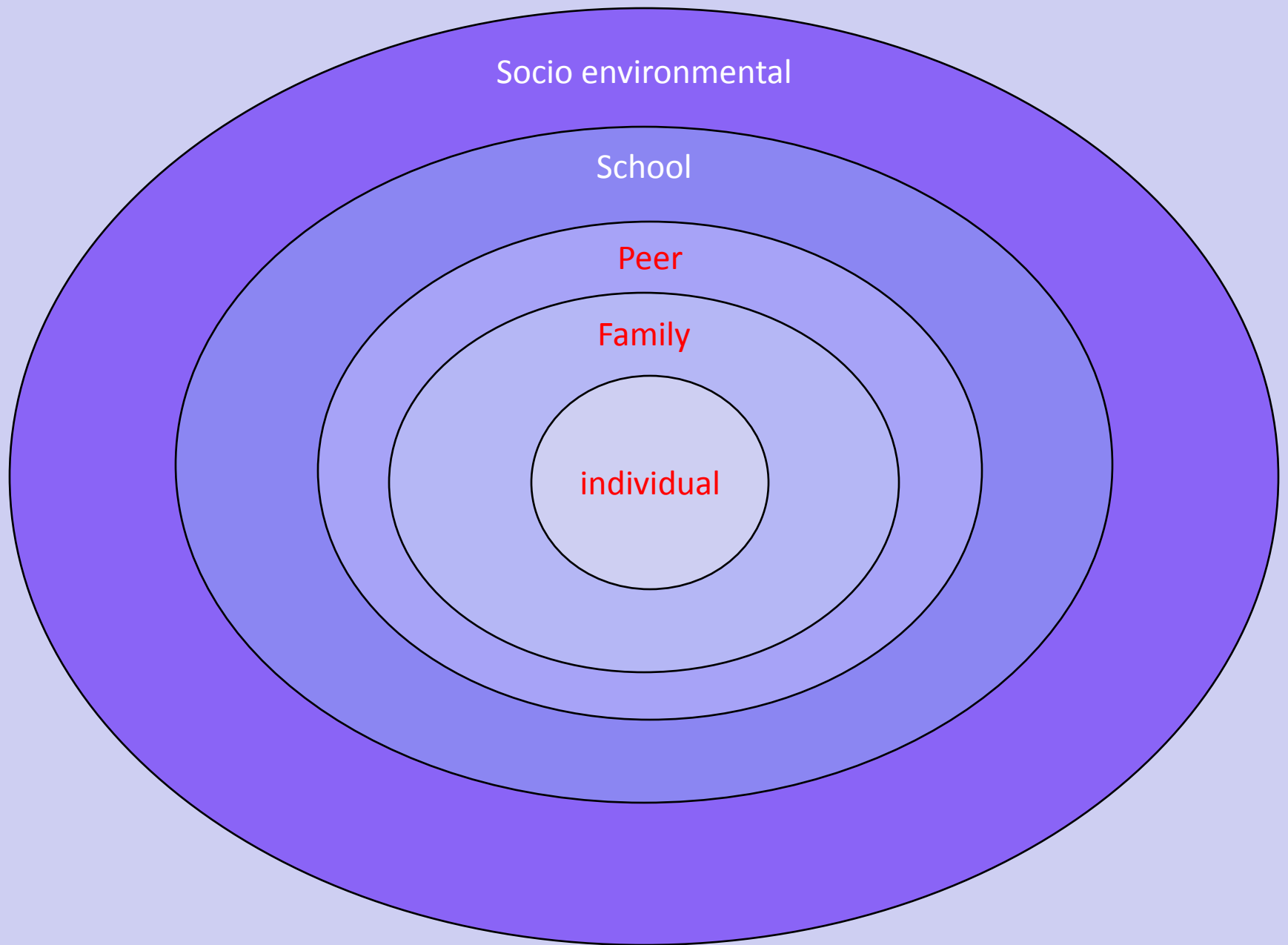
عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت:

- عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت شرایط اقتصادی و اجتماعی هستند که سلامت افرادی که در آن زندگی می کنند را تعیین می کند. (wikipedia)
- عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت مقتضیاتی هستند که مردم در آن متولد میشوند، رشد می کنند، می زیند، کار می کنند و بزرگ می شوند، و سامانه ای که برای مقابله با ناخوشی تدارک دیده شده است. این شرایط با گستره ای از نیروها شکل می گیرد، شامل مسائل اقتصادی، سیاست های اجتماعی و، سیاست. (WHO)



Root Cause Analysis





نحوه تاثیر برخی از عوامل خطر و محافظ:

Risk Factors	Domain	Protective Factors
Early Aggressive Behavior	Individual	Self-Control
Lack of Parental Supervision	Family	Parental Monitoring
Substance Abuse	Peer	Academic Competence
Drug Availability	School	Anti-drug Use Policies
Poverty	Community	Strong Neighborhood Attachment

علل روانشناختي

- تمایل به لذت بردن انفرادي
- دفاع در برابر اضطراب، خوددرماني با مواد
- بازگشت به دوره دهاني رشد
- ناتواني از برخورد با واقعيت
- كودكپي متزلزل
- تقويت رفتار مصرف به علت آثار خوشايند مواد
- شرطي شدن با “حاشيه”هاي مصرف : توپ، زمين، يار
- تكانشگري
- ارتباط مختل با والدين نقص در فراخود
- همنشينی افتراقي (يادگيري نگرش منفي به قانون و اخلاق، يادگيري اعتياد و رفتارهاي مرتبط مثل تهيه مواد)
- يادگيري اجتماعي (مشاهده اي) < يادگيري از رسانه ها (رفتارهاي زمينه ساز: هيچاني بودن و تكانشگري، “نه” نگفتن به دوست و رفيق، مصرف “قرص” با كوچكترين ناراحتي، ...)
- انتخاب مستدل: سبك-سنگين كردن فوايد (لذات مصرف و همنشيني و ...) با هزينه ها (پول، مجازات، برخورد خانواده، ...)
- از ياد بردن معنويت افزايش گرايش به مصرف
- توجه به معنويت كاهش توفيق در درمان

علل اجتماعي

- کمبود وسایل مشروع برای رسیدن به اهداف مورد تأکید جامعه (دستآورد
- ثروت، قدرت، منزلت) دم به دم بر تنور "رقابت" دمیدن
- احساس محرومیت گرایش به تسکین خود با مواد
- خرده فرهنگ "عزالت" (فرصت نامشروع متفاوت، علاوه بر فرصت مشروع
- متفاوت)
- پیوند اجتماعي (دلبستگی، تعهد، مشغولیت، اعتقاد) و خودکنترلي
- برچسب اعتیاد تداوم اعتیاد
- جهان متکثر جدید (مدرن) تعارضهای فرهنگی و اجتماعي همه ارزشهای جامعه (گروههای
- مسلط) را نمی پذیرند
- سرمایه داري اخراج و بیکاري به حاشیه راني احساس فشار و ناکامي و بیگانگی اعتیاد
- سرمایه داري ازجاکندگی اعتیاد

عوامل خطر در محله

- - معیارهای اجتماعی که مصرف مواد را مجاز بداند؛ این معیار به صورت مفصل در بخش هنجارها بیان شده است
- - فقر؛
- فقدان تقید و وابستگی (Bonding) اجتماعی؛
- نابسامانی جامعه
- محرومیت از حقوق شهروندی؛
- دسترسی آسان به سیگار، الکل و مواد؛

عوامل خطر-۲

- در دسترس بودن مواد
- نمایش مواد و موارد مربوط به آن از طریق رسانه ها
- بی سازمانی محله
- وجود مصرف کنندة مواد در اطرافیان
- تعارض حل نشده مزمن در خانواده
- بی خانمانی
- فقدان منابع اقتصادی و اجتماعی برای جوانان

عوامل خطر-۳

- میزان جابجایی در محله
- تعداد خانواده های دارای بیمار روانی در محله
- تعداد خانواده های دارای مشکلات ارتباطی
- میزان مصرف الکل و سایر مواد در محله
- سیاست های تشویق و ترویج مواد
- پیام های تبلیغاتی خاص؛ که رفتار بی محابا، سوء مصرف مواد
هنجارهای ضد اجتماعی، بی توجهی به قوانین لذت جویی، جدایی از
ارتباط با اعضای خانواده یا ساکنان محله، و موارد مشابه را تبلیغ می
کند
- قوانین بی کفایت برای مصرف مواد (مثل سیگار یا الکل) در سنین
پایین

عوامل محافظ در پیشگیری از اعتیاد در محله ها

۱

- فرصت های اجتماعی و تفریحی مناسب؛
- میزان حمایت پلیس از جوانان؛
- فرصت مشارکت همه ی افراد در سنین مختلف؛
- امکان انجام فعالیت های پس از مدرسه در محله؛
- دسترسی به خدمات اجتماعی و عمومی؛

عوامل محافظ در پیشگیری از اعتیاد در محله ها

۲

- وجود احساس پیوند با محله
- دلبستگی و وجود شبکه هایی از روابط اجتماعی در داخل محله‌دست‌رسی به خدمات عمومی
- وجود فرهنگ و هنجارهای ضد مواد
- حمایت از هنجارها و رفتار اجتماعی مناسب در سیاستها و تنظیم های مربوط ، رسانه های عمومی و برنامه های آگاهی گسترده محله
- هماهنگی و همکاری در بین سازمانهای دولتی، قانونی، مذهبی و مدنی

عوامل محافظ در پیشگیری از اعتیاد در محله ها

۳

- ایجاد فرصت‌های اجتماعی و تفریحی مناسب برای جوانان
- وجود فرصت مشارکت در گروه‌های محلی برای جوانان و دیگران
- وجود ظوابط در خانواده برای رفتار با فرزندان که به نحو یکدست اعمال شود
- درگیر بودن والدین در زندگی فرزندان
- داشتن پیوندهای قوی با نهادهای اجتماعی مثل مدرسه و سازمان های مذهبی

عوامل محافظ در پیشگیری از اعتیاد در محله ها

۴

- حمایت اجتماعی
- توقع بالا از جوانان
- افزایش آگاهی
- برنامه های خاص رسانه ای
- وجود و رعایت قانون در محله

عوامل محافظ در پیشگیری از اعتیاد در محله ها

۵

- نفوذ هنجارهای ضد مواد
- هماهنگی و همکاری در بین سازمان های محله
- آگاهی از قوانین
- شیوع پایین جرم و بزه در اطرافیان

و نکته ی آخر؛

تنها دانش حاصل از روش های علمی و مراقبت در مورد
کاهش خطاهای روش شناختی به ما در درک واقعیت
ارتباط

اگر  آنگاه

کمک خواهد کرد.

بسم الله الرحمن الرحيم

فصل سوم- هنجارهای فرهنگی و اجتماعی

(مربوط به مصرف مواد)

مهر داد احترامی- روانپزشک



واژه فرهنگ

فربه معنی جلو، بالا، بر و پیش
هنگ از ریشه اوستایی "تنگا" و به معنی کشیدن و سنگینی و
وزن است.

در ادبیات فارسی هیچگاه به مفهومی که از ریشه کلمه آمده
باشد به کار نرفته است.

مفاهیم مورد استفاده در تاریخ ایران:

- دانش و حرفه و علم؛ متن پند نامه آتوریات اسپنتامان
- فنون و روشها؛ در کارنامه اردشیر پاپکان
- دانش و هنر؛ فردوسی
- مترادف هنر و به معنی آموختن و به کار بستن
- علم، ادب و سنجیدگی، مظهر قنات، کتب لغت
- آموزش و پرورش، معادل ادوکاسیون
- اهل مطالعه و مبادی آداب، اصطلاح روشنفکران
- معارف اسلامی با مبنای ایدئولوژی، فرهنگ اسلامی

تعریف فرهنگ

- وصف گرایانه
- تاریخی
- هنجاری
- روانشناسیک
- ساختاری
- تکوینی

ویژگی های فرهنگ (از نظر هرسکویتس):

- فرهنگ "عام" ولی "خاص" است.
- فرهنگ "متغیر" ولی "ثابت" است.
- پذیرش فرهنگ "اجباری" ولی "اختیاری" است.
- البته در شرایط حاضر کمی متفاوت است.

ساخت فرهنگی:

- عناصر فرهنگی-حداقل قابل تعریف(کروبر)
ظروف غذاخوری
- ترکیب فرهنگی-مجموعه چند عنصر(پارسونز)
ترکیب فرهنگی اطاق غذاخوری
- حوزه فرهنگی-منطقه ای که در آن چند گروه و طایفه مختلف
زندگی می کنند و دارای عناصر و ترکیب های فرهنگی
مشترک و مشابهی هستند.(ویسلر)
حوزه فرهنگی خوراک

تغییرات فرهنگی:

- نوجویی و نو آوری

- پذیرش اجتماعی

- طرد انتخابی

- تلفیق و انطباق

خرده نظام هاي حوزه هاي اصلي جامعه

- فرهنگ

- اجتماع

- سياست

- اقتصاد

اصول و قواعد عام عمل جمعي هر خرده نظام (مناطق دروني)

فرهنگ

➤ **راست کردار:** تفکر، گفت و گوي آزاد و خردمندانه، تبعیت از عقل و منطق و پیروي از روش هاي برهاني و اقناعي (ديالوگ)، (صراحت و صداقت)

➤ **کژکردار:** نیرنگ و تزویر (امنولوگ)

نوع منبع ارزشمند (سرمایه) قابل حصول

فرهنگ

➤ **راست کردار:** تولید دانش راستین
(سرمایه فرهنگی)

➤ **کژ کردار:** تخریب سرمایه فرهنگی و
تولید معرفت کاذب

کارکرد سرمایه تولیدشده

فرهنگ

➤ **راست کردار:** هدایتگر و معنی
بخش حیات اجتماعی (وفاق
تفاهمی)

➤ **کژکردار:** ایجاد ضلالت و
گمراهی (نفاق)

اصول و قواعد عام عمل جمعی هر خرده نظام (منطق درونی)

اجتماع

✓ **راست کردار:** تعامل دوستانه و همدلانه،

ابراز عشق و محبت

✓ **کژکردار:** تعامل خصمانه و

خشونت آمیز، جنگ، قتل، خودکشی و فرار از
خانه

کارکرد سرمایه تولیدشده

اجتماع

✓ **راست کردار:** همبستگی بین افراد و انسجام
بین عناصر حیات اجتماعی، اجتماع و هویت
جمعی عام

✓ **کژکردار:** نابسامانی (آنومی) و از هم
گسیختگی اجتماعی

نوع منبع ارزشمند (سرمایه) قابل حصول

اجتماع

- ✓ **راست کردار:** تولید تعهد، اعتماد، وفاداری و مسئولیت پذیری (سرمایه اجتماعی)
- ✓ **کژکردار:** تخریب سرمایه اجتماعی، تولید عدم اعتماد، عدم مسئولیت پذیری

اصول و قواعد عام عمل جمعي هر خرده نظام (منطق دروني)

سياست

✧ **راست کردار:** مدیریت و مشارکت جمعي عام
مردم سالاري، شايسته سالاري، ضابطه
گرايي

✧ **کژکردار:** رابطه گرايي، پارتي بازي، حذف
رقيب، ترور شخصيت

- فلسفه، اساساً تلاش کرده است تا موضوعات پنج گانه ی خود را پی گیری نماید (شامل منطق، علم الجمال، اخلاق، سیاست، علم مابعدالطبیعه)، در این موارد به جز بحث ما بعدالطبیعه، بقیه ی موارد، شرایط مطلوب (در استدلال، در زیبایی شناسی، در رفتار، و در تشکیلات جامعه) را هدف خود قرار داده اند. این ساز و کار هوشمند برای شناسایی شرایط و رفتار مطلوب کوشا بوده است و در طول تاریخ هنجار و ناهنجار را تعریف کرده است.

هنجار، رفتار یا باور پذیرفته شده ی عده ای از مردم است که
در اثر تکرار تشویق یا تنبیه مبنای ارزش گذاری آن عده
در برابر پدیده ها قرار می گیرد.

سه عامل زیر در افزایش احتمال پاسخ فرد معرفی می شوند:

- قدرت (Strength): اهمیت گروهی از افراد که قرار است در رفتار فرد نفوذ کنند برای آن فرد .
- نزدیکی (Immediacy): گروه مورد نظر چقدر (از نظر زمان و مکان) در زمان نفوذ به فرد نزدیک است.
- تعداد (Number): چند نفر در گروه قرار دارند.

نفوذ اجتماعی اطلاعاتی (یا اثبات اجتماعی) اغلب در مواقع زیر دیده می شود:

- در موقعیت پر ابهام. ما گزینه هایی داریم، اما نمی دانیم کدامیک را انتخاب کنیم.
- حالت بحرانی وجود دارد. زمانی برای فکر کردن و امتحان کردن نداریم.
- دیگران افراد با تجربه ای هستند. اگر اتوریتهی دیگران را بپذیرم، آنان قاعده‌تاً باید بهتر از ما عمل کنند (Cialdini 1993).

اینگونه مطرح می کند که کنش ها، رفتار، تمایلات و حالات افراد با نقش های ویژه ی اجتماعی آنان، تعیین می گردد. نظریه ی نقش اجتماعی، مجموعه ای از هنجارها و انتظارات پذیرفته شده ی اجتماعی را ساخت می دهد که توسط مردم درونی شده تا آنان "اجتماعی شده" محسوب شوند.

پس به صورت اجمالی؛

- انسان در پی جلب لذت و رفع ضرر است.
- این جلب لذت و کاهش ضرر به رفتار ما بستگی دارد.
- رفتار ما به نگرش های ما مربوط می شود که آن نیز به ارزش های حاصل از سود و پاداش ربط می یابد.
- مجموعه ی چیزهایی که درستی آن را یک گروه می پذیرد، هنجار تلقی می شود.
- هنجارها می توانند از واقعیت ها یا از خطاها حاصل شوند.

زمینه ی ایجاد هنجارهای نادرست:

- الف) اعتماد به نفس پایین
- ب) نیاز به تأیید توسط دیگران
- ج) ناتوانی در استفاده از تفکر خلاق، نقاد و سایر مهارت های زندگی
- د) نداشتن اطلاعات کافی
- ه) داشتن دید تونلی
- و) محدودیت مسیرهای دریافت اطلاعات (و تبلیغ رسانه ای)
- ز) زندگی در شرایط پرابهام و بدون شفافیت
- ح) زندگی در شرایط کم بودن لذت حاصل از رفتار معمول
- ط) کمبود کالاهای عمومی
- ی) عدم کارایی مسیرهای دستیابی به اهداف مطلوب اجتماعی (نظریه ی مرتون)
- ک) ...

نمونه هایی از هنجارهای نادرست پذیرفته شده:

- همه رفتاری را انتخاب می کنند که به سرعت ایجاد لذت کند و کسی به عوارض آن که معلوم نیست پیش بیاید یا نه، توجهی نمی کند.
- هیچکس نمی تواند در برابر وسوسه ی مصرف (رفتار پرخطر) خود را کنترل کند.
- به تأخیر انداختن لذت، اساساً دلیل بر بی خردی است (چرا که کسی از فردا خبر ندارد).
- با دل و جرأت بودن به معنای رفتن به سراغ خطرات است و این علامت جوانی است.
- برای موفقیت های بزرگ باید خطرهای بزرگ را پذیرفت.
- خلاقیت و کنجکاوی علامت سلامت است و این دو فقط وقتی حاصل می شود که به نتایج رفتار خیلی اهمیت بدهی.

- اگر لذت واقعی فعلی را در برابر خطر احتمالی آینده قرار دهیم، عقل حکم می کند از خطر نترسیم.
- بیشتر افراد موفق، آدم های متهواری بوده اند.
- آدم باهوش راه کوتاه تر را انتخاب می کند.
- همه ی کسانی که من می شناسم، دنبال میان بر هستند، راه رسمی را کسی دنبال نمی کند.
- هیچ کس قدر رفتار درست را نمی داند.
- هیچ کس نمی گوید با مصرف نکردن مواد زندگی ات بدون مشکل خواهد ماند.
- در این دوره هر کسی به فکر کلاه خودش است.
- رادیو و تلویزیون پر از موارد نقض قانون است، تازه این گوشه ای از واقعیت هاست. پس تکلیف ما معلوم است باید اول جامعه حقوق مرا به من بدهد، بعد من وظایفم را اجرا می کنم

چرا اسلایدی نداریم؟

برای هنجارهای ضد مواد

- زیرا در فرهنگ راست کردار به آن پرداخته ایم
- زیرا در آیین مذهبی خود فراوان مشاهده می کنیم
- زیرا در آیین ملی و اسطوره ای خود فراوان آنها را دیده ایم
- زیرا بنیان یک باهمستان، حفظ منابع آن است
- زیرا بیشتر مردم کشور در برابر مواد مقاومت کرده اند
- زیرا در هر محله با محله ی دیگر متفاوت است
- لطفا چند مثال در کلاس مورد بررسی قرار گیرد.

بسم الله الرحمن الرحيم

فصل چهارم- سازوکارهای گسترش مصرف
مواد در محله و راه های پیشگیری از آن

مهرداد احترامی- روانپزشک

- آیا ممکن است مصرف مواد تنها در بین بخش خاصی از یک محله باقی بماند؟
- آیا راه مناسبی برای کنترل گسترش مواد جدید در محله وجود دارد؟
- چه کسانی و با چه نیروهائی قادرند در برابر این موضوع اقداماتی انجام دهند؟
- انواع روش های پیشگیرانه در این موضوع چگونه مؤثر است؟

این درس با
بحث گروهی و بیان تجارب فراگیران
ارائه می شود

- گسترش یا نفوذ چنانچه katz و همکاران تعریف کرده اند عبارت است از "پذیرش بیش از پیش، آیتم های خاصی - یک عقیده یا رفتار - توسط افراد، گروه ها یا دیگر واحدهای تعریف شده، از طریق مسیرهای ویژه ی ارتباط، مربوط به یک ساختار اجتماعی، و ارزش ها یا فرهنگ یک سیستم مشخص شده.

The acceptance/ overtime/ of some specific item – an idea or Practice – by individuals/ groups, or other adapting units/ linked to specific channels of communication/ to a social culture/ and to a given system of values/ or culture.

•

زمینه های گسترش مواد در محله

- عوامل عمومی فرهنگی اجتماعی
- عوامل عمومی اجتماعی - اقتصادی
- عوامل اجتماعی - بوم شناختی (محیطی)

عوامل عمومی فرهنگی اجتماعی

- هنجارهای مربوط به مصرف مواد، خطر پذیری، لذت طلبی و مواردی از این دست
- قوانین محلی که معمولاً بخشی از هنجارهای یک محله محسوب می شوند، اما خود را به صورت رفتاری جمعی نشان می دهد
- میزان مقاومت محله در برابر بازار (marketing) مواد در محله
- ظرفیت اجتماعی محلی برای مداخله ی درموارد اجتماعی
- ظرفیت اجتماعی و عمومی افراد و گستردگی دانش، مهارت و اقتدار افراد یک محله
- گستردگی ویژگی های مثبت اخلاقی و مذهبی و معنوی

• مساله شخصي ← مساله اجتماعي

• رفتار انفرادي ← تجارب

عوامل عمومی اجتماعی - اقتصادی

- وجود سایر آسیب ها مشکلات اجتماعی
- اثر تجمعی آسیب ها در محله ها
- تجمع و رانده شدن آسیب دیدگان
- فرایند بازتولید آسیب
- تغییر ترکیب سنی جمعیت
- شرایط اقتصادی
- دشواری دریافت خدمات

عوامل اجتماعی - بوم شناختی (محیطی)

- میزان کارایی نهادها
- سرمایه ی اجتماعی
- رسانه های عمومی و محلی
- حمایت گیری رسانه ای
- گروه ها، فرقه ها، اقلیت ها
- شبکه های اجتماعی
- ویژگی های فیزیکی محله
- ویژگی محله از نظر مسکونی بودن، تولیدی بودن، اداری و نظایر آن

بازار مواد

- وجود داشتن شرایط پرخطر مصرف
- امکان تولید مواد در محل
- خلوص بیشتر و قیمت کمتر مواد در یک محله
- آزادی رفت و آمد و سکونت دلالتان در محل
- وجود افرادی که حاضرند به خاطر پول دست به رفتار پرخطر بزنند.
- عوامل محافظ کم و عوامل خطر بالا (فردی، خانوادگی، محیط های آموزشی و محلی)
- داشتن بازاریاب های موفق
- ویژگی های مردم محله در تقاضای مواد جدید
- روابط درون محله برای ورود شایعات
- اشکال در برنامه ریزی پیشگیری وضعی

موضوعات اصلی که بایستی در تحلیل محله مورد توجه قرار گیرد:

- - شبکه های ارتباطی
- - عوامل خطر و محافظ محله
- - راهبردهای بازاریابی گروه دلالتان مواد

بسم الله الرحمن الرحيم

فصل پنجم- تکنیکهای نیازسنجی، دارایی سنجی و
ارزیابی اجتماعات محلی

زهرا اصفهانی- منیره آرزومندی – مهرداد احترامی

مهم ترین نقش تحلیل وضعیت در تعیین اهداف
برنامه است.

تحلیل وضعیت عموماً در چهار حیطه
مشکل، مخاطب، محیط و منابع انجام میشود.

اصفهانی - زهرا

چرا ارزیابی اجتماع محلی؟

1. فهم محیطی که می‌خواهیم در آن کار کنیم
2. فهم نگرش جامعه محلی از موضوعاتشان و روشهای حل آنها
3. ایجاد یک نقشه از منابع و محدودیتهای جامعه محلی
4. ایجاد فرصت ویژه ای برای توانمند سازی و مشارکت جامعه محلی در پروژه های مرتبط با سلامت
5. ایجاد یک تعهد جمعی در جامعه محلی
6. تصمیم گیری در خصوص اولویت های برنامه ریزی در جامعه محلی

چه کسانی از ارزیابی اجتماع محلی سود میبرند؟

- کسانی که درگیر مشکل هستند
- ارائه دهندگان خدمات
- رهبران جامعه محلی
- شما (هر کسی که در محله زندگی میکند)

اصول پروژه های تحلیل وضعیت

۱. اصل تداوم
 ۲. اصل جامعیت
 ۳. اصل مشارکت
 ۴. اصل روایی و پایایی
 ۵. اصل افزایشی بودن
 ۶. اصل سیال بودن
 ۷. اصل توجه نابرابر
 ۸. اصل واقع گرایی
 ۹. اصل تعهد
 ۱۰. اصل رعایت ملاحظات فرهنگی
- محمدی- هومن

انتخاب روش و گستردگی تحلیل وضعیت بستگی دارد به:

- نوع و وسعت اقدام و پروژه ای که قرار است انجام شود.
- بودجه و نیروی انسانی داوطلب و در اختیار (منابع موجود)
- زمان در اختیار
- دقت مورد نیاز در نتایج
- امکان انجام کار و لزوم آن از نظر فرهنگی
- نتایج جانبی

اطلاعات مورد نیاز در تحلیل وضعیت محلی ۱

۱. ویژگی های جغرافیایی محدوده ی مورد مطالعه،حدو مرزی که نشان می دهد نتیجه ی اقدامات باید در چه فضایی مشاهده شود و راه های دسترسی به منطقه
۲. شرایط آب و هوایی، اکوسیستم،شرایط اقتصادی – اجتماعی،ارتباط جغرافیایی با سایر محله ها
۳. ویژگی های جمعیتی محله(نظیرویژگی های سنی،تحصیلی،بعد خانوار،...)
۴. هنجارها و قواعد محلی
۵. نظام ارتباطات ورهبری ،شبکه ها

اطلاعات مورد نیاز در تحلیل وضعیت محلی ۲

۶. داشته های محلی (نظیر افراد متخصص و حرفه ای، منابع، دستگاه ها و سازمان های فعال مرتبط)
۷. فرصت ها و تهدیدهای مربوط به حوزه یرفاه و سلامت
۸. نتایج مداخلات پیشین توسط مؤسسات و دستگاه های مؤثر، تغییر شرایط بیرونی و، فعالیت های خود جوش همسایگی محلی و تامین کنندگان مالی، پروژه های در حال اجرا
۹. سامانه ی فعالیت های داوطلبانه ی موجود
۱۰. مشکلات محلی

از داده ها تا تحلیل وضعیت

- وضعیت عوامل محافظ و خطر در طی زمان و به تفکیک ویژگی های ساکنان محله چگونه است؟
- در کدام دسته از مداخلات پیش بینی شده، احتمال موفقیت بیشتر است؟

community Analysis تحلیل اجتماع

فرایندی است که به ارزیابی و تعریف
نیازها، موانع، فرصتها و منابع اجتماع می پردازد.



طبقه های اصلی اطلاعات لازم برای تحلیل وضعیت محله

- توصیف وضعیت جغرافیایی
- اتنوگرافی و مونوگرافی
- نیاز سنجی و داشته سنجی

مراحل اجرای یک پروژه به منظور تحلیل وضعیت

۱. محله را انتخاب می کنیم.
۲. اطلاعات اولیه ای را از محله بدست می آوریم.
۳. تا حد ممکن انگیزش اجتماعی ایجاد می کنیم.
۴. حمایت از طرف افراد سالم جلب می کنیم.
۵. گروه پژوهش را سازمان می دهیم.
۶. برنامه ریزی کرده و منابع لازم را برآورد می کنیم.
۷. منابع را تامین می کنیم.
۸. اجرای پژوهش را اعلام می کنیم.
۹. پژوهش را انجام داده، گزارش را آماده می کنیم.
۱۰. نتایج را اعلام می کنیم و شیوه ی استمرار آن را تعیین می کنیم.

روشهای عملیاتی ارزیابی اجتماع

- به یک سری از سوالات بایستی پاسخ گفت
- شما تصمیم میگیرید کدام community و یا در کدام محدوده جغرافیایی خاص پاسخها داده شود.
- شما تصمیم می گیرید که چه کسانی و با چه تعداد، به سوالها جواب دهند
- یک درفت اولیه از سوالات طراحی می کنید
- روشهای جمع آوری اطلاعات را تعیین می کنید.
- سوالات را در یک گروه نمونه ارزیابی می کنید
- داده ها را جمع آوری می کنید
- حالا می دانید که چگونه یک نقشه از اجتماع محلی (community mapping) بکشید

حداقل ۷ ویژگی در توصیف محلی جغرافیایی

یک اشتباه مهم

۱. محدوده ی محله از منظر تقسیم بندی های شهرستان که حدود و ثغور محله مشخص شود.
۲. محدوده ی محله از منظر کار کردی که با کمک افراد کلیدی بدست می آید
۳. ویژگی های جغرافیایی و زیست محیطی نظیر پستی- بلندی ها، مجاورت با فضاهای سبز یا آلوده
۴. بافت کلی محله از منظر معماری شهری ، راه های دسترسی به محله، تاسیسات، ارتباط با سایر محله ها
۵. واحدهای خدمات دولتی و غیردولتی و توزیع جغرافیایی بویژه واحدهای اصلی نظیر درمانگاه، کلانتری و مسجد
۶. تقسیم بندی محله از نظر طبقه ی ساکنان (اقتصادی- اجتماع- فرهنگی- اقلیت ها- نظام کسب درآمد...) و تراکم جمعیت، حاشیه نشینی
۷. اطلاعات تاریخی مربوط به نحوه ی شکل گیری و تغییرات جمعیتی محله

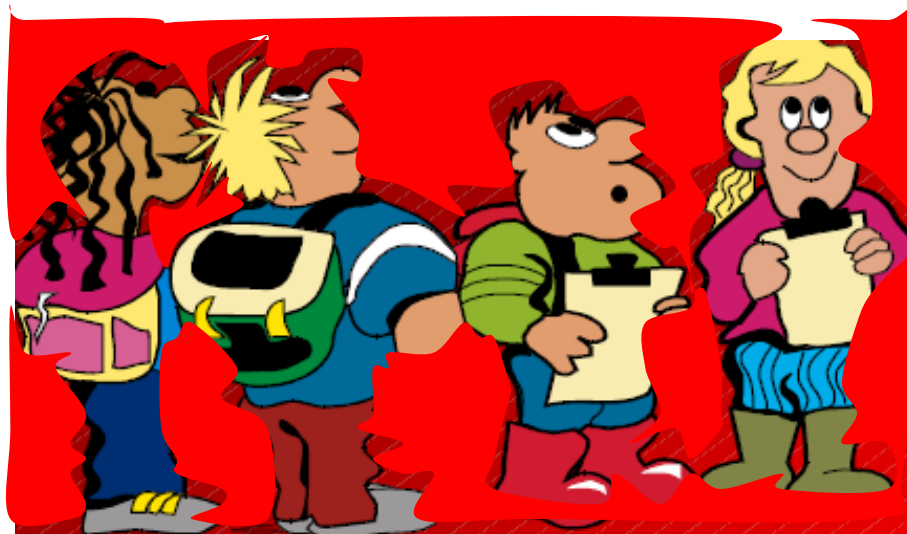
• اتنوگرافی

• مونوگرافی

و یک اشتباه مهم

بروندادهای آموزشی:

- منابع اطلاعاتی لازم برای ارزیابی اجتماع را شناسایی کنید.
- روشهای مناسب برای جمع آوری اطلاعات را توضیح دهید.



- اهمیت انتشار و رایه یافته های
ارزیابی اجتماعی به افراد
اجتماع و ذینفعان را شرح
دهید.



جمع آوری سه دسته اطلاعات برای ارزیابی اجتماع محلی :

1. تعیین نیم رخ اجتماع محلی
2. ارزیابی داشته های محلی
3. نیاز سنجی

Community Profile نیم رخ اجتماع محلی

منظور از نیم رخ اجتماع محلی ارزیابی ویژگیهای
جغرافیایی، اقتصادی، جمعیت شناختی و فرهنگی-
اجتماعی یک اجتماع است.

Community Asset Assessment دارایی سنجی

در دارایی سنجی تاکید بر آن است که یک اجتماع محلی
چه چیزهایی دارد به جای آنکه چه چیزهایی ندارد

تکنیکهای ارزیابی دارایی ها خیلی سخت نیست و نیازی به
اینکه متخصصین و یا افراد حرفه ای آن را انجام دهند
نمی باشد



X_Angels Group

نیازسنجی Community Need Assessment

- نیازسنجی عبارت است کاربرد فنونی که بتوان به کمک آنها اطلاعات مناسب را در باره نیازها گردآوری کرد و به الگوی نیازها و خواسته های فرد، گروه و جامعه دست یافت.
- نیازسنجی راهی است که از طریق آن از گروه ها و یا اعضا اجتماع محلی خواسته میشود که مهمترین نیازشان را بیان کنند.

۱- طراحی و تصمیم گیری در باره هدف و محدوده انجام ارزیابی

- مشخص نمودن کارهایی که باید انجام شود. (تعیین محدوده زمانی و مکانی-امکانات پشتیبانی-فردمسوول و روشهای انتخابی برای جمع آوری داده ها-تحلیل داده ها)
- درگیر نمودن اعضای اجتماع

مراحل اجرا نیازسنجی

- تعیین سوالات
- نمونه گیری از اعضاء جامعه محلی
- تعیین روشهای جمع آوری اطلاعات
- جمع آوری اطلاعات
- تعیین اولویت بندی نیازها
- ارائه گزارش
-

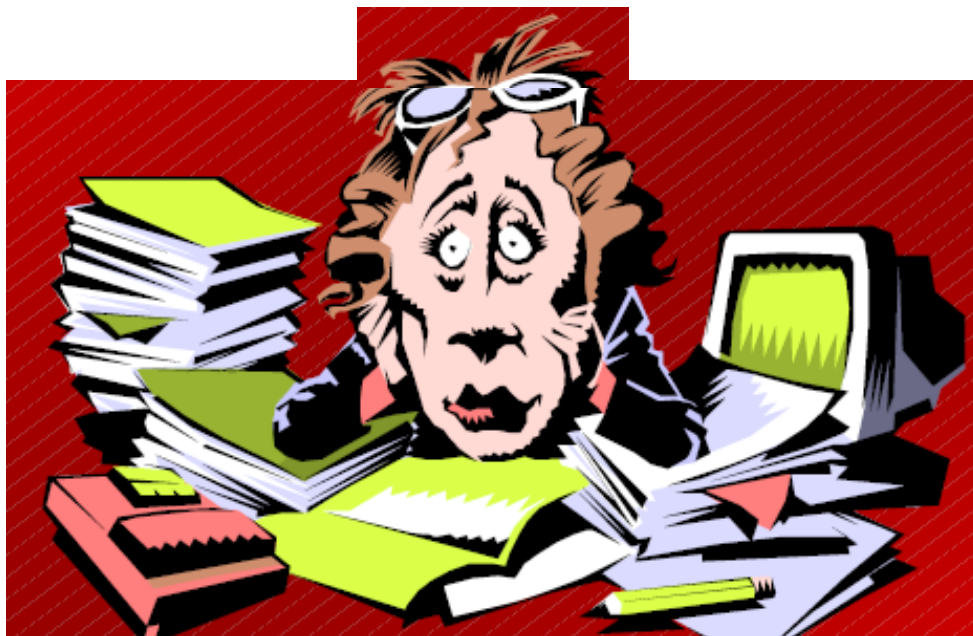
اطلاعات کمی

- آمار و ارقام در مورد واقعیت‌های عینی اجتماع فراهم میسازد:
- -طیف سنی جوانان در معرض خطر
- -تعداد دانش آموزان و جوانانی که در مدرسه حضور ندارند
- آمار مصرف کنندگان مواد و انواع مواد مصرفی.....



اطلاعات کیفی:

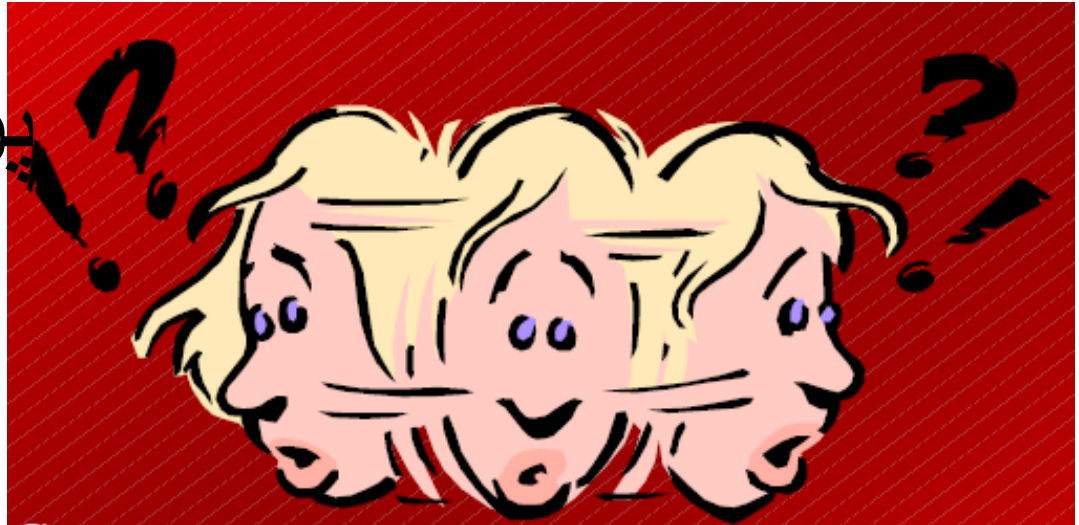
- اطلاعاتی تشریحی هستند که به شناخت علل مشکل و برداشتها و نگرش افراد اجتماع پیرامون آن مشکل کمک میکند.



نکته مهم

- سوالات بایستی از سه گروه :
اعضاء جامعه محلی
افراد کلیدی محله
متخصصان
پرسیده شود.

پرسیدن سوالات:



- سوالات باز: پاسخگو به بیان و توصیف ذهنیت و عقیده خود در باره ی میپردازد.
- سوالات بسته: که معمولاً پاسخ بلی- خیر و یا عبارت کوتاهی مثل (گاهی اوقات) دارند.

برای حصول اطمینان از مناسب بودن سوالات باید:

- -سوالات را بر اساس موضوع طبقه بندی کنید.
- سوالات واضح و ساده باشند.
- از پرسش سوالات توهین آمیز و آزار دهنده خودداری کنید.



community Mapping تهیه نقشه اجتماع محلی

- نقشه ،یک تصویرگویا و کمک کننده برای دیدن اجتماع محلی
- نقشه کمک میکند یک سری اطلاعات درست جلوی چشم شما قرار گیرد
- نقشه نسبت به جامعه محلی بصیرت ایجاد میکند
- مشخص کننده وضعیت اجتماع Community Mapping محلی است



۳- انتخاب روشهایی برای جمع آوری اطلاعات جدید



- روشهای معمول:
- بحث گروهی متمرکز
- پیمایش (حضوری-تلفنی-پست الکترونیکی)
- مصاحبه با افراد کلیدی
- مشاهده
- مورد پژوهی
- روشهای روایی
- گرد هماییهای اجتماعی
- مصاحبه عمیق

انواع داده

داده های ثانویه:

داده هایی هستند که پیشاپیش موجود بوده و ما می توانیم با مراجعه به منابع و اسناد مختلف آنها را جمع آوری نماییم. این داده ها قادر هستند بخش وسیعی از اطلاعات را جمع آوری نمایند.

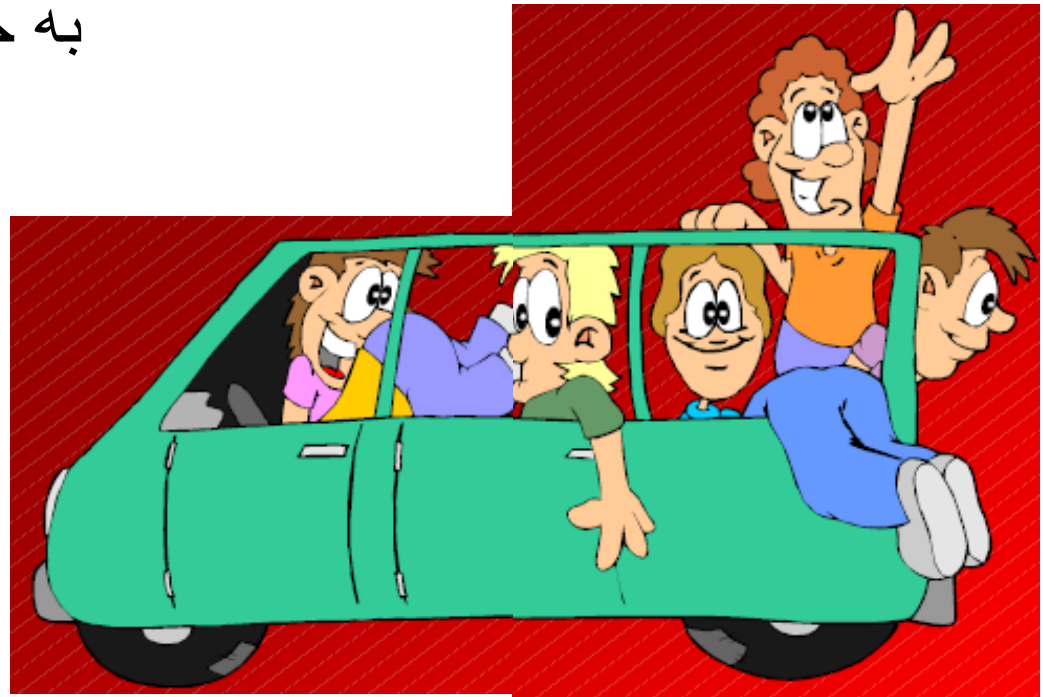
داده های اولیه:

پس از جمع آوری داده های داده های ثانویه خلاهای اطلاعاتی مشخص خواهند شد و اطلاعات مربوط به آنها را باید از طریق پژوهشهای اولیه و در قالب داده های اولیه جمع آوری نماییم.

۴- جمع آوری داده های اولیه

فرصتی را برای نزدیک تر شدن

به جامعه هدف فراهم میکند.



انواع اطلاعاتی برای دسترسی به داده های ثانویه:

- ۱- اطلاعات دموگرافیک: سن-جنس-وضعیت ازدواج-نرخ طلاق-نرخ فقر-اشتغال-سطح آموزش-اندازه جمعیت
- ۲-سوابق تاریخی :به درک روند تکوین جامعه و مشکلات فعلی کمک میکند و تصویری در باره موانع و مشکلات توسعه جامعه به دست میدهد.
- ۳-اطلاعات جغرافیایی:به تبیین الگوی رشد توزیع جمعیت (حاشیه نشینی-تراکم جمعیت-مهاجرت) کمک میکند.
- ۴-اطلاعات اقتصادی:وضعیت اقتصادی جامعه (نرخ بیکاری و اشتغال-مسکن.....) را مشخص میکند.
- ۵-اطلاعات اپیدمیو لوزیک:توزیع و تعیین بیماریها در جامعه محلی میپردازد.

- هدف از مصاحبه را شرح دهید.
- از هدایت افراد هنگام مصاحبه بپرهیزید.
- تعداد سوالات را محدود نمایید.
- اطمینان یابید که راهنمای سوالات واضح و مختصر است.
- در نگهداری اطلاعات جمع آوری شده رازداری را رعایت کنید.



۵-گرد آوری و تجزیه تحلیل داده ها

- اطلاعات جمع آوری شده در کنار یکدیگر قرار گرفته و سازمان دهی و تحلیل میشوند.





نتیجه گیری

۷- انتشار یافته های ارزیابی برای اقدام عملی:

- یافته ها و نتایج را با اعضای اجتماع در میان بگذارید.

نوشتن گزارش در مورد ارزیابی وضعیت



گزارش باید مشتمل بر :

- پیشینه اجتماع
- یافته ها
- مشکلات و نیازها
- عوامل خطر و محافظتی
- منابع
- پیشنهادات



• خلاصه



روشهای جمع آوری اطلاعات باید متناسب با نوع

اطلاعات مورد نیاز و منابع موجود باشد.





- یافته های ارزیابی اجتماع باید مورد تحلیل واقع شده و با ذینفعان اجتماع در میان گذاشته شود. پیشنهادات آنها در هنگام تهیه طرح اجرایی ملحوظ گردد.



- اطلاعات کمی به تنهایی برای طراحی یک طرح پیشگیری مناسب کافی نیست.



- اطلاعات به دست آمده در ارزیابی اجتماع برای حمایت گری و بسیج اجتماعی مورد استفاده قرار میگیرد.

داشته هاي محلي



داشته هاي اجتماع كوچك:

- دسته بندي اول:
 - مهارت هاي ساكنان محله
 - قدرت اتحاديّه هاي محلي
 - منابع عمومي، انستيتو هاي خصوصي و غير دولتي
 - منابع فيزيكي و اقتصادي منطقه

داشته ها:

- دسته بندي دوم:
- روان شناختي
- اطلاعاتي
- سازماني
- مادي
- اقتصادي و تجاري
- انساني

ارزیابی آمادگی اجتماع کوچک برای اقدام

۱. بدون آگاهی
۲. انکار
۳. آگاهی غیر شفاف
۴. پیش از برنامه ریزی
۵. آمادگی
۶. آغازگری
۷. تثبیت
۸. تعهد و گسترش
۹. تخصصی شدن

بسم الله الرحمن الرحيم
فصل ششم - نگاهی به مبانی رویکرد اجتماع
محور

مهرداد احترامی- روان پزشک

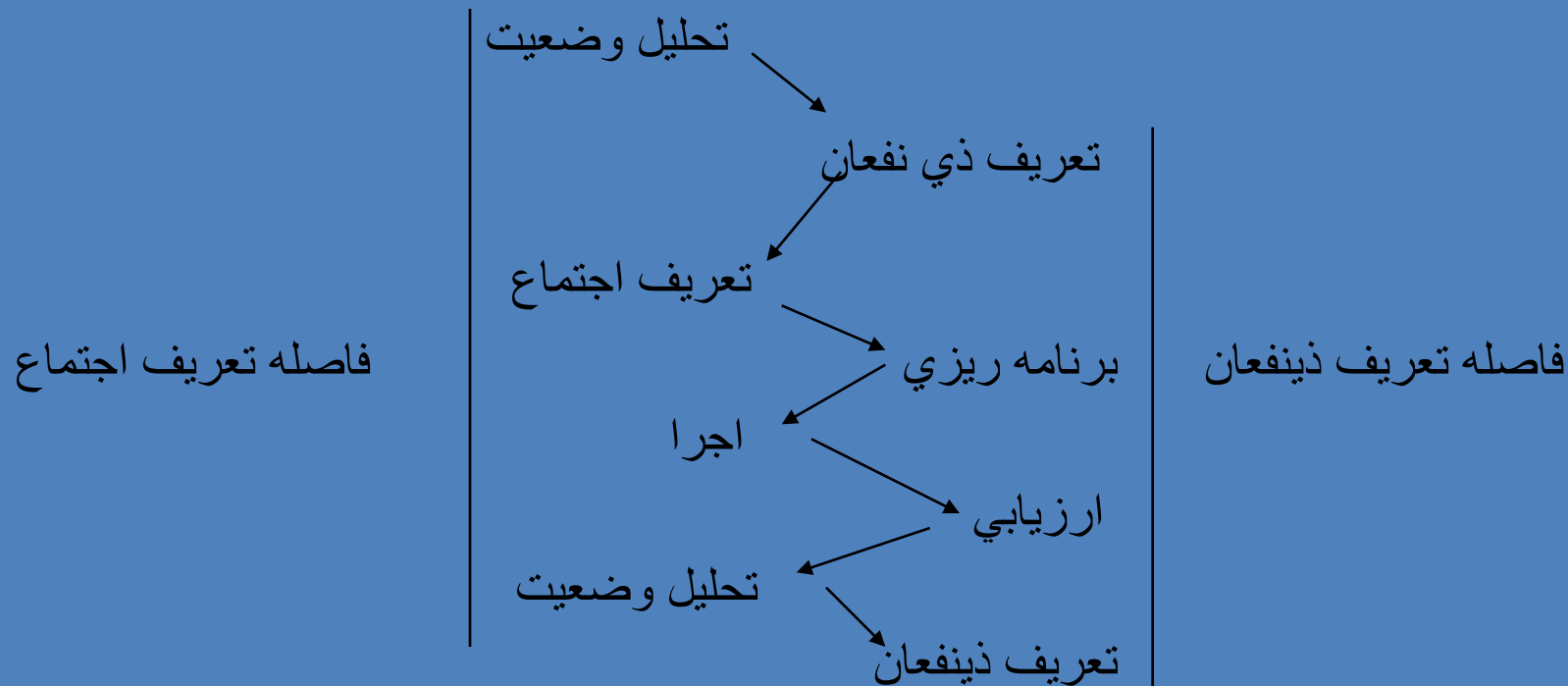
اتحاد براي احساس خوب و عمل خوب



تجميع منابع ← توسعه منابع



تعريف اجتماع كوچك بر اساس ذي نفعان



مزایای رویکرد پیشگیری اجتماعی محور از اعتیاد (در هر سه سطح پیشگیری)

۱. حمایت بیشتر
۲. هزینه کمتر
۳. مسئولیت پذیری بیشتر (فرد و اجتماع)
۴. ایجاد اتمسفر پیشگیرانه (در سه سطح)
۵. ایجاد احساس شادمانی در اعضای اجتماع ناشی از همکاری در اقدامات
۶. تقویت رفتار مطلوب اجتماعی
۷. آسانی طی شدن مراحل درونی سازی

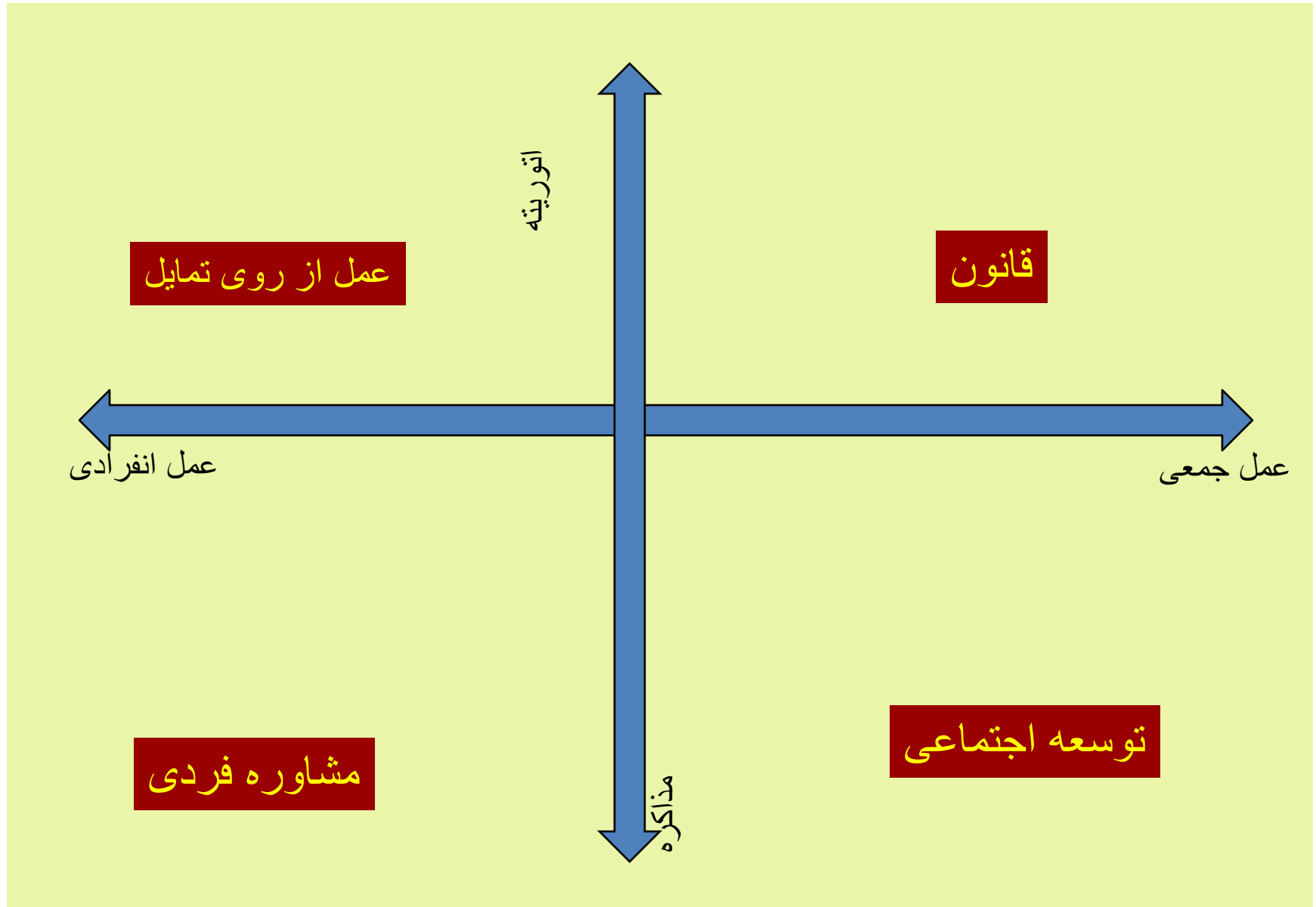
مزایا-۲

۹. ناامنی برای رفتارهای ضد اجتماعی
۱۰. تقویت هنجارهای حافظ سلامت
۱۱. تشدید روابط انسانی
۱۲. عدم تعمیم مشکلات
۱۳. عدم انکار مشکلات
۱۴. سهولت بیشتر در ارزشیابی (در برخی موارد)
۱۵. افزایش سرمایه اجتماعی

مزایا-۳

۱۶. آموزش و تمرین سایر زمینه های ارتقایی
۱۷. افزایش سرعت بهبودی و تعمیق آن در گروه
۱۸. تبدیل احساس گناه یا خشم فرد و جامعه نسبت به یکدیگر
به احساس پسندیده پیروزی مشترک
۱۹. افزایش عوامل محافظ و کاهش عوامل خطر
۲۰. ایجاد احساس بهروزی
۲۱.

Beattie-model of health promotion 1991



- Disease model ----- medical approach
- Behavioral m.-----life skills app.
- Socioenvironmental m.--- community based approach

چه دیدگاهی شرایط نابسامان را به دولت نسبت می دهد؟

۱. کسی باید جامعه را از بالا اصلاح کند.
۲. هر نوع تلاش و مبارزه فرد برای اصلاح امور بی حاصل و نهایتاً بی نتیجه است.
۳. آن هنگام که فرد نتواند جامعه را اصلاح کند، مردم (جمع افراد) نیز قادر به ایجاد تغییرات اجتماعی نخواهند بود.
۴. دولت دارای چنان قدرت بی نهایی است که نهایتاً هر تلاش فردی برای اصلاح امور را در هم خواهد شکست.

چه....دولت ؟ - ۲

۵- اینان نظام سیاسی را جدای از نظام اجتماعی مورد نظر و مذاقه قرار می دهند . انقلاب و اصلاح امور ابتدا باید با تغییر در نظام سیاسی حاصل آید و نظام سیاسی در مرحله بعد می تواند در صحنه اقتصاد و اجتماع تحولات چشمگیر لازم را تمهید نماید.

۶- نظام سیاسی به سادگی می تواند هر تصمیم اصلاح طلبانه را به اجرا در آورد.

نتیجه:

- بی تحرکی
- تقدم منافع فرد بر جمع
- یاس و ناامیدی
- رفتارهایی منحرف

برای سر حال بودن، این عوامل موثرند:

1. مداخله مولد - تماس اجتماعی بیشتر
2. وضعیت عاطفی - نگرش سالمتر
3. وضعیت عملکردی - وضعیت سلامتی بهتر
4. وضعیت شناختی - اتفاقات کمتر در ۳ سال گذشته

برنامه اجتماع محور چیست؟

- نوعی برنامه است که بر اساس رویکرد اجتماع محورو مدل محیطی-اجتماعی طراحی می شود.
- در این برنامه ذی نفعان يك اجتماع كوچك در تمام مراحل برنامه دخالت دارند.
- آموزش، حمایتگری و اقتدار افزایی راهبرد های اصلی آن هستند.
- این برنامه ها به منظور ایجاد تغییر در اجتماعات كوچك در جهت دستیابی به اهداف انسانی طراحی می شوند.

اصول کار اجتماع محور

- محوریت اجتماع کوچک

- نقش تسهیل گری کارکنان با اجتماع کوچک

- توجه به روشن کردن نقش نابرابری

- گسترده تردیدن سلامت

مدلهای کار در اجتماع کوچک به صورت مشارکتی:

- مدل اهداف منطقی

- مدل فرایند داخلی

- مدل ارتباط انسانی

- مدل سیستم باز

مشارکت
قلب

مقتدر سازی و
مقتدر سازی
قلب

ارتقاء سلامت

تعریف اقتدار افزایی (توانمندسازی):

فرایندی که در طی آن موقعیتی ایجاد می شود تا در يك محیط اجتماعی ، مردم به منابع و فرصتها دسترسی پیدا کنند ، انتخابهاي شخصي خود را معمول دارند و کنترل نسبي بر محیط خود را حفظ نمایند.

عوامل مورد نیاز برای برنامه ریزی موفق :

۱. احساس مالکیت در اجتماع کوچک
۲. منابع کافی
۳. امکان پایداری در دراز مدت
۴. روشن بودن واضح اهداف و نتایج مورد انتظار اجرای یک پروژه

Treno and Holder -1997

فرایند کار در يك اجتماع كوچك:

۱. انتخاب
۲. ورود
۳. درك و تحليل موقعيت
۴. نیازها، اهداف، نقشها
۵. ارتباط برقرار کردن و گرد هم آوری مردم

فرایند-۲

۶. شکل دهی و ساختن سازمانها (ی محلی)
۷. حفظ حرکت سازمان
۸. رفتار مناسب با دوستان و دشمنان
۹. پایان دادن و ترك محل

شبکه Network

شبکه سازمانی، گروهی از سازمان‌هایی هستند که به منظور دستیابی به اهدافی مشخص و انجام فعالیت‌های مشترکی نظیر مدافعه‌گری، مبادله اطلاعات، خدمات یا کالا گرد هم می‌آیند. در سازمان‌های غیردولتی و اجتماع‌محور این گرد هم آمدن معمولاً داوطلبانه است.

ارتباط شبکه‌ای

يعني "فعالانه" در جستجوي ارتباط با ديگران بودن. در اين عبارت، قيد فعالانه از اهميت بسزايي برخوردار است و حاكي از آن است كه ارتباط منفعلانه عملاً منجر به يك ارتباط شبکه‌اي مناسب نخواهد گرديد.

موسوی - پدram

شبکه‌سازی Building networks

در حقیقت "ساختن" فضایی است برای اتحاد جهت شکل‌گیری و اجرای کارها از طریق ارتباط شبکه‌ای؛ شبکه‌سازی ساختن فضایی برای "هم‌افزایی اجتماعی" است.

- گروه
- فدراسیون
- ائتلاف
- سیستم
- شبکه

موسوی - پدram

انواع تقسیم‌بندی شبکه‌ها:

الف) شبکه ظرفیت‌ساز، شبکه مدافع‌گر

ب) مجازی و حقیقی

ج) افقی و عمودی

د) موقتی و دائم

ه) محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی

ساختارهای شبکه

- تور ماهیگیری
- تور عنکبوتی
- هرمی
- خوشه‌ای
- مارپیچی

موسوی - پدرام

بسم الله الرحمن الرحيم
فصل هفتم - تسهیل گری و مدیریت سازمان
های اجتماع محور

مهرداد احترامی

تصمیم گیران باید این ویژگی ها را داشته باشند:

- قدرت داشته باشند (بتوانند)
- اراده ی آن را داشته باشند (بخواهند)
- مهارت آن را داشته باشند (بدانند)
- برنامه ریزی عملی برای آن داشته باشند (اقدام کنند)

- احساس مالکیت را به مثابه موتور قدرتمند و در عین حال ظریف و حساس موفقیت برنامه ها در نظر می گیریم.
- مشارکت ذی نفعان سوخت این موتور تلقی می شود.
- حق (یا خواسته ی) ذی نفعان و مسئولیت ایشان نیز مفاهیم مرتبط با این تغییرات و مهندسی مواهب و فرصت هاست.

تسهیل گری

یک روش

آموختن رشد یابنده است

که در آن افراد تشویق می شوند ایده ها، منابع، و عقاید خود را
به شراکت گذاشته

و به منظور شناسایی نیازها و یافتن راه حل های مؤثر رفع آنها
نقادانه بیان میشوند

اصول بنیادین تسهیل گری عبارتند از:

- برابری equality
- شمول inclusion
- مشارکت Participation
- و تصدیق affirmation

تسهیل گری بر اساس هدفی که دنبال می کند، امکانات، زمان و غیره به انواعی تقسیم می شود که از جمله :

- ۱) Directive - هدایتی (به افراد اطلاعات داده می شود)
- ۲) Exploratory - اکتشافی (افراد برای دستیابی به پاسخ پرسش ها وارد تعامل می شوند)
- ۳) Delegating - وکالتی یا جایگزینی (وظایف و نقش ها به افراد داده شده و شرایط بررسی می شود)
- ۴) Participative - مشارکتی (بحث و تبادل نظر و به اشتراک گذاشتن تجارب صورت می گیرد) را نام برد.

نقش تسهیل گر ممکن است یکی یا ترکیبی از موارد زیر باشد:

- - تعبیر و تفسیر کننده (interpretive)

- - کمک کننده برای برون ریزی (Cathartic)

- - ارزیابی (Evaluative)

- - به اشتراک گذاشتن (Sharing)

- - هدایت و رهنمود (Directive)

نیازمندی های روان شناختی افراد در یک گروه:

- (۱) امنیت، اطمینان، روشنی
- (۲) تعلق و پذیرش
- (۳) به رسمیت شناخته شدن و گرمی داشته شدن
- (۴) مشخص شدن وظایف، کار و دستیابی به هدف
- (۵) شناخته شدن کامل و پذیرش به عنوان یک فرد
- (۶) شادمانی و تجلیل مربوط به دستیابی به موفقیت
- (۷) بوجود آمدن اهداف بزرگ و کوچک جدید
- (۸) شروع حرکت و پیشروی

تسهیل گر بایستی کلامی و غیر کلامی متعهد به اصولی باشد:

- ۱) گوش دادن (Listening)
- ۲) رازداری (Confidentiality)
- ۳) احترام (Respect)
- ۴) برابری (Equality)
- ۵) ارزش تجربه ی فردی (The value of personal experience)
- ۶) اهداف توافق شده (Agreed goals)
- ۷) فرایند گروه (Group Process)
- ۸) اعتماد و امنیت (Trust and safety)
- ۹) شمول و تشویق (inclusion and encouragement)
- ۱۰) اهمیت تجارب مثبت/ سودمند
- ۱۱) مشارکت (Participation)

تسهیلگری پویا و تاریخچه آن



سعید نوری نشاط

با تکیه بر نوشته های مایکل اریکسون

شاید چیزهایی که امروز می خواهیم مطرح کنم بخش بسیاری از آن را بدانید



انسانها از گذشته های دور مشغول تجزیه و تحلیل بوده اند...
جدا از هم... گاهی هم زمان و موازی هم... گاهی بی نتیجه و
... درگیر هزار پیچ و خم غیر قابل حل و گاه موفق در کشف و
یافتن راه حل ها و گاه ناامید و درمانده

بشر همچنان به تجزیه و تحلیل خود ادامه داده است !

همیشه به ما گفته اند که باید طور دیگری بیندیشیم !



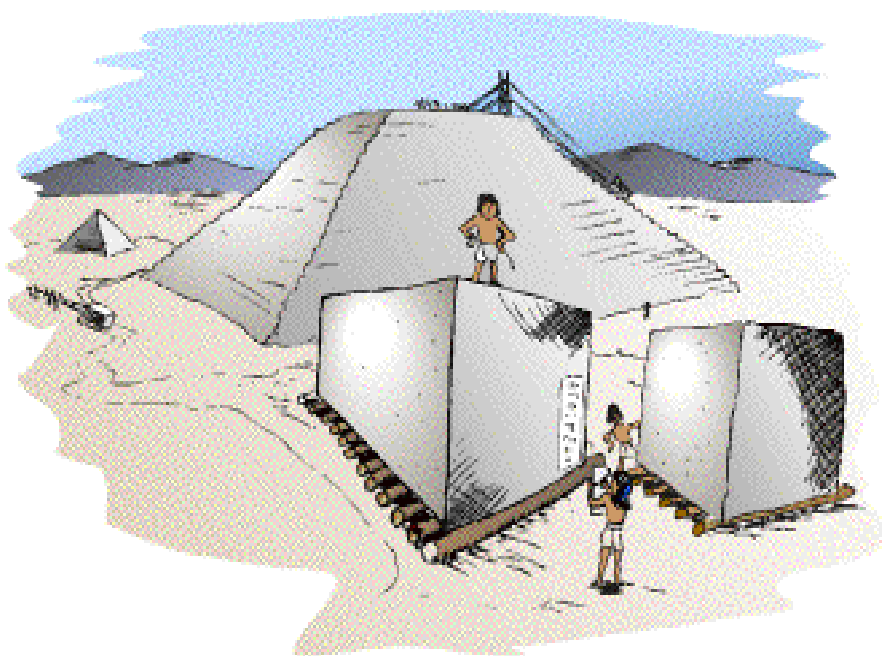
ولی هیچ گاه نگفته اند که چگونه !

در کجای تاریخ تفکر بشری هستیم؟

- برای درک بهتر رویکردهای مختلف نسبت به تسهیلگری بهتر است بدانیم در کجای تاریخ تفکر ایستاده ایم!



اینکه ما چگونه می اندیشیم، اغلب تحت تاثیر چارچوب های ذهنی است که ما از چگونگی زندگی در پیرامون خود گرفته ایم !



- الگوهای سلسله مراتبی از بالا به پایین در بیشتر تاریخ تمدن بشری حاکم بوده اند
- همواره یک عده معدودی بوده اند که به جای همه اندیشیده اند و اختیار تفکر و عمل اکثریت را به عهده داشته اند. آنان به ما گفته اند که باید در چارچوب های هنجارهای جامعه بمانیم و در محدوده این چارچوب است که کارهای ما، انتخاب های ما، و تصمیم های ما تعریف می شوند.



برگردیم به تاریخ

- زمانی که جادو و جادوگری رواج داشت...

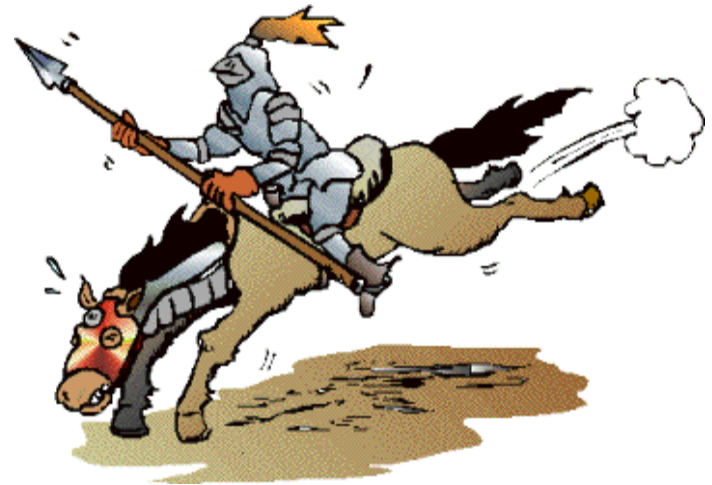
- و خرافات بود که توضیح می داد که چرا واقعیات این گونه اند...



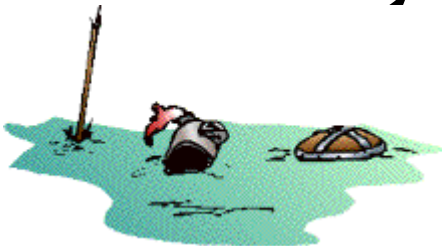
- برگردیم به تاریخ آنجا که صاحب قدرت حاکم بر سونوشت افراد بود و نیز حاکم تعریف مفاهیم!

حق با قدرت بود!

- مدت ها این مفهوم که “حق با قدرت است” جاری بود و این که فقط قدرتمندان هستند که باید تصمیم بگیرند...



- و نیاز به قهرمانانی داشتیم که به جای ما فکر کنند...

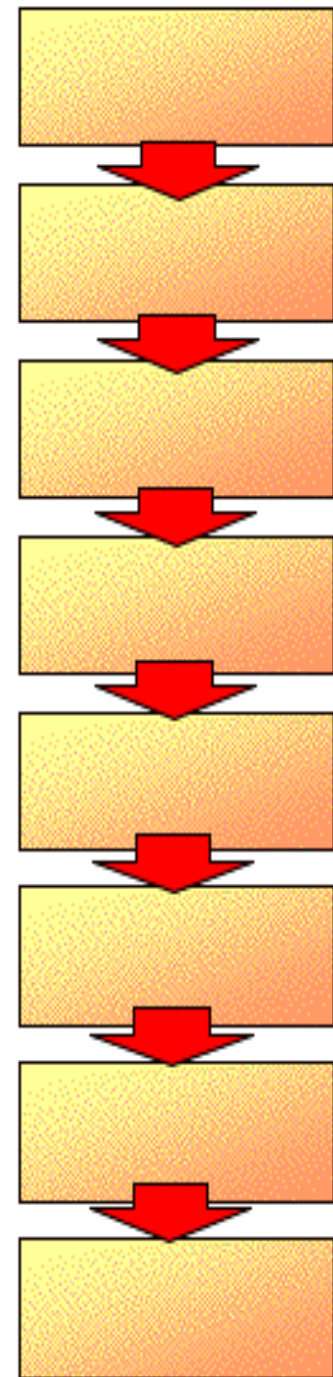


در چند سده اخیر است که ...

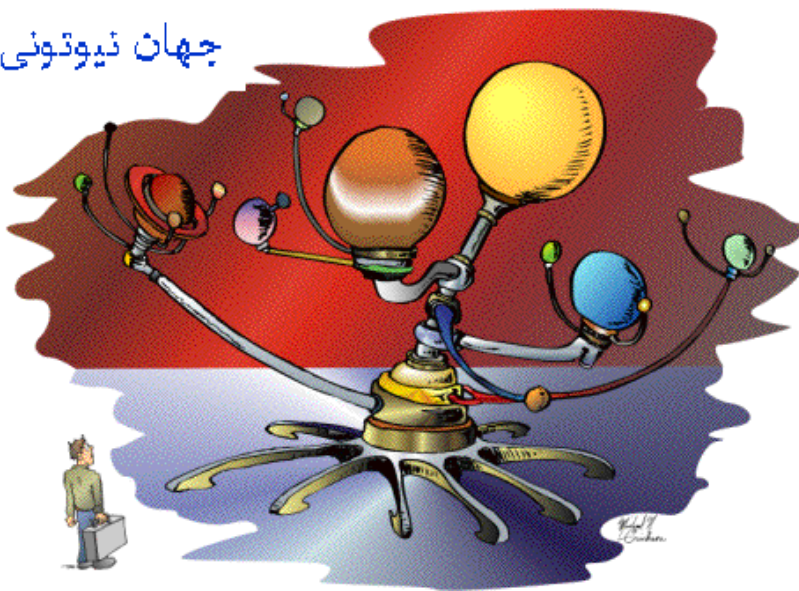
- انقلابی در شیوه های تفکر به وجود آمده است.
- می گویند که دوره مدرن، دوره فلسفه منطقی است.
- به هر حال در همین پانصد سال است که دانش بشری بسیار شکوفا شده و پیشرفت در زمینه های مختلف پدیدار شده است.



- برای مثال: الگوی علمی با شیوه "ساده سازی" عمل می کند: از بزرگ به کوچک.
- به نظر می آید که این تفکر "ساده ساز" درست و طبیعی عمل می کند.
- این رویکرد "ساده ساز" که جوهره تجزیه و تحلیل است، اندیشه ها و مفاهیم را به اجزاء تشکیل دهنده آنها می شکند.
- برای درک یک کل باید اجزاء آن را فهمید.



جهان نیوتونی



اما آیا الگوی علمی ما را به عمق می برد ؟

- کشفیات علمی به ما نشان داده اند که الگوی منطقی نیز محدودیت های خود را دارد. حتی در جهان واقعی چیزهایی وجود دارند که یا خیلی پیچیده اند که نمی توان با فیزیک نیوتونی توضیح داد یا با استدلال منطقی!

یک دانشمند می گوید: قرن بعدی، قرن پیچیدگی هاست !

و امروز ...

فرهنگ متحول شده است...



از روش های ابتدایی
به روش های مدرن

و از روش های مدرن
به روش های پست مدرن





اما این وسط، تسهیلگری چه کاره است؟



مفهوم تسهیلگری بتدریج پدیدار شد

بتدریج اهل تفکر یاد گرفتند که با هم بنشینند و گفت و گو کنند. اما همواره یک قاعده وجود داشت و آن این که باید بحث ها نظم داشته باشد و حتما یک رئیس جلسه لازم داریم



در این نوع جلسات، هنوز
مفهوم “کنترلش کن”
وجود داشت

و فراموش نکنیم که مفهوم کنترل با مفهوم سلسله
مراتب از بالا به پایین مرتبط است



عجب رئیس جلسه مهربونی !!!!!

با این دیدگاه یکی هست که باید “جهت و روند” و “نتیجه” را کنترل کند

آهسته آهسته، این رئیس جلسه که مسئول "محتوی" جلسه بود، تبدیل شد به یک تسهیلگر که کارش تمرکز بر "فرآیند" بود.... و جلسات از "دفاع از مواضع" به "کندوکاو و معدن کاری دانش و تجربه همه شرکت کنندگان" تبدیل شد.

مفهوم تسهیلگری پس از جنگ دوم جهانی پدیدار شد وقتی که بتدریج به دانش و تجربه فرد فرد انسان ها احترام گذاشته شد و به این ترتیب بود که "جلسات" به گونه ای دیگر برگزار می شدند

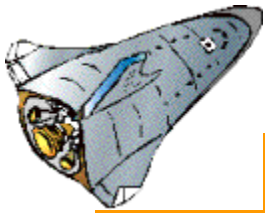


اما این نوع تسهیلگری هم در
حال تحول است، درست به همان
صورت که چارچوب های ذهنی و
فرهنگی ما در حال تغییر است

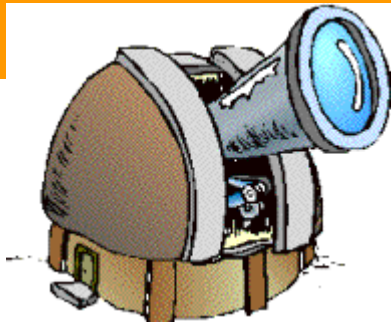


هنوز هم تسهیلگرانی هستند که می خواهند شرکت
کنندگان را دائما کنترل کنند و به آنها بگویند که باید این
گونه اندیشید

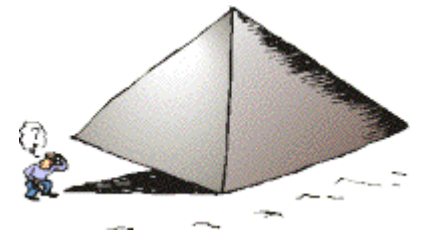
عبور از قرن بیستم به قرن بیست و یکم:



تسهیلگری قرن بیستم بیشتر در باره
“توافقات مذاکره شده” بود.



تسهیلگری قرن بیست و
یکم در باره “گزینه سازی”
و “انتخاب بیشتر” است.



تسهیلگری پویا سایر روش های یاد گرفتن، دانستن،
و گردآوری اطلاعات را می جوید

تسهیلگری پویا در پی کنترل افراد نیست بلکه به آنها امکان می دهد که رها و آزاد، با هم،
بیانده شوند

تسهیلگری پویا بر خلاقیت بشری که امیخته
با احساسات انسانها است تکیه دارد ولی به هر
حال قدرت استدلال و منطق را نفی نمی کند.

تسهیلگری پویا سطح تازه ای از توانایی ها را در گروه ایجاد می کند



اما چطور؟

از پایین ترین مرحله آغاز
می کنیم: اعتماد سازی

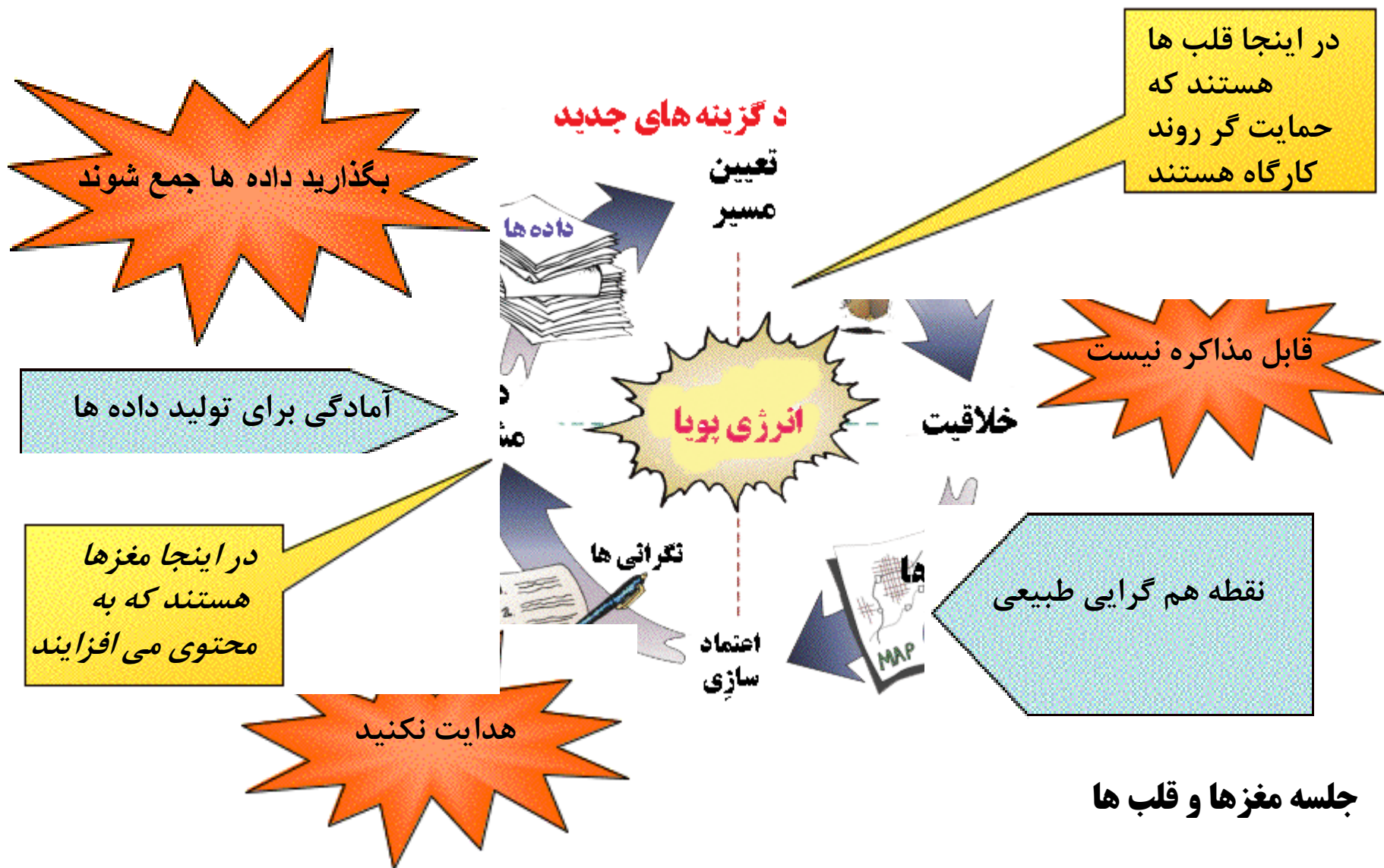
با یک پرسش آغاز می کنیم،
همان پرسشی که گروه را
گرد هم آورده است تا راه
حلی را بیابیم

تسهیلگر باید به دقت گوش
دهد تا همه چیز را بگیرد



نقش تسهیلگران:

حمایت از همگرایی در عین واگرایی



ابزارهای مورد استفاده:

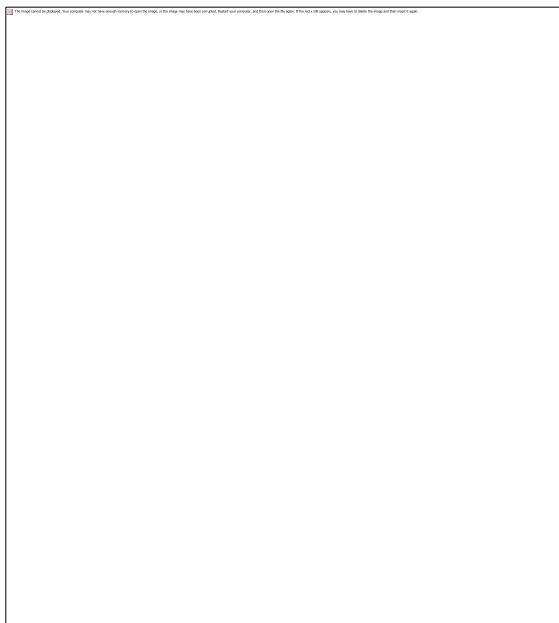
- - تفکر
- - پرسش
- - تمرکز بر انرژی تمرکز بر انرژی باعث می شود که بیشتر به پیش رویم

- خوب است که حس منفی هم داشته باشیم ولی مثبت اندیشی اصل است
- احساسات خود را باور کنیم
- قرار نیست که قضاوت کنیم
- می خواهیم به سراغ راه حل ها برویم

چند مقایسه

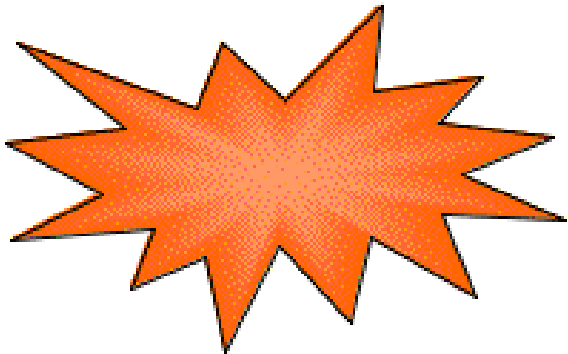
دانش مستقیم	دانش غیرمستقیم
تجربه زنده در کارگاه	اطلاعات داده ها

ایستا	پویا
برون گرا	درون گرا
ساده سازی	کل گرا - تمام سیستم
خطی	توانایی ذره ای - مقدارهای کم



اگر بشود به این چند عبارت خلاصه گفت!!

- یکی از عناصر اصلی این الگوی تسهیلگری، انرژی حاصله از جمع است که گروه را به سمت کشف واقعیات هدایت می کند



در تسهیلگری پویا، از آنچه بتدریج در طی کارگاه پدید می آید حمایت می شود - بدون اینکه بخواهیم ارزش دانش حاصله از رابطه های خطی (علت و معلولی) یا استدلال منطقی نادیده پنداریم.

در واقع در این تسهیلگری: این "انتخاب" و این "احتمال" است که دست به دست هم می دهد تا با موضوع دست و پنجه نرم کند. انرژی گروه، انرژی مثبت گروه، رابطه هایی را میان عناصری که در باره آنها بحث می کنیم می یابد: همان چیزهایی را که تا به حال ندیده بودیم!

و در این صورت می توان این تسهیلگری را برای همان موضوعات غیرقابل حل و تنش زا به کار گرفت

چند توصیه

- برای بتوانیم کار گروهی را بیش از پیش تقویت کنیم نیازمند تسهیلگران حرفه هستیم

و تسهیلگران حرفه ای کسانی هستند که مهارت های لازم را برای تسهیلگری یک کارگاه به شیوه پویا فرا گرفته اند و تمرین می کنند

با این وجود، باز هم یاد بگیریم، آموخته ها را با دیگران در میان بگذاریم، در عمل به کار گیریم، تمرین کنیم و تمرین کنیم و باور کنیم که می توانیم با کمک هم آینده را بسازیم



یادمان نرود

به عنوان تسهیلگران پویا:

How Good
Are your
ROOTS?



- از کنترل یا هدایت به سمت خاص یا تاثیر گذاشتن بر جمع پرهیز می کنیم
- تلاش می کنیم که روند خلاق گروه تا آنجا که ممکن است حفظ شود

با تشکر از حوصله ای که به خرج دادید



ویژگی های یک تسهیلگر

سعید نوری نشاط
گلی احمدی فرد

چه سوالاتی در ذهنتان به عنوان تسهیلگر مطرح است؟ قبل از تشکیل کارگاه:

- چه انتظاری از حضور من در کارگاه دارم؟
- در این کارگاه چه کاری انجام می دهم؟
- آنها از اینکه من در اینجا هستم چه فکری می کنند؟
- انتظارات آنها چیست؟
- شرکت کنندگان چه کسانی هستند؟
- افراد شرکت کننده چه خصوصیتی دارند؟
- ذینفعان چه کسانی هستند؟
- چه زمان و مکانی برای شرکت کنندگان مناسب است؟
- چه اتفاقی بعد از ترک کردن من از کارگاه می افتد؟
- چگونه با آنها رفتار کنم؟
- تا چه اندازه اختیار دارم؟
- چه سوالاتی دوست دارند از من بپرسند؟

و همچنین :

- تفکر در رابطه با موضوع کارگاه
- آماده سازی وسایل پیش از شروع جلسه
- آماده سازی اطلاعات لازم برای شرکت کنندگان
- آماده سازی فضای کارگاه
- مدت جلسه و زمانبندی فعالیتها
- برنامه ریزی برای حضور در کارگاه

پرسش هایی در حین کارگاه:

- آیا مواردی پیش آمده است که به خاطر آن باید رفتارم یا برنامه را عوض کنم و یا از افراد دیگری دعوت کنم که به من بپیوندند؟

پرسش هایی بعد از کارگاه:

- چه طور رفتار کردم ؟
- چه تغییراتی لازم است ایجادکنم؟
- چه چیزی را ناتمام گذاشتم یا فراموش کردم؟
- چه درسهایی می توانم از این تجربه بگیرم ؟

ویژگی های یک تسهیلگر در هنگام یک کارگاه :

- ☺ احترام به شرکت کنندگان
- ☺ معرفی خود به صورت مطلوب جهت برقراری ارتباط
- ☺ ایجاد تمرکز، راهنمایی در مسیر معین، جمع بندی و نتیجه گیری
- ☺ احترام به زمان
- ☺ ایجاد مشارکت همه جانبه شرکت کنندگان
- ☺ پیشبرد کارگاه با شور و نشاط
- ☺ بی طرف بودن و بازبودن نسبت به آراء و اندیشه ها
- ☺ برخورد صحیح با موضوعات پرتنش
- ☺ برقراری روابط دوستانه و غیررسمی
- ☺ تعیین برنامه کاری در ضمن انعطاف پذیری
- ☺ توجه به تفاوت های فردی و ایجاد هماهنگی بین توانایی های افراد
- ☺ دادن اختیار و قدرت عمل به شرکت کنندگان
- ☺ تعیین برنامه پیگیری جلسات و دیگر موارد مربوط به آن
- ☺ یادگیری از گروه و انتقاد پذیری
- ☺ استفاده از ابتکار و خلاقیت

یک تسهیلگر باید بداند

- به اصول پویایی گروه مسلط باشد (تعریف گروه / گروه اولیه و ثانویه / اهداف گروه ها / ارتباطات در گروه / رهبری و مدیریت گروه / نقش ها و واکنش ها در گروه / قلمرو)
- از تکنیک های مربوط به شروع ، هدایت و پایان یک کارگاه مشارکتی مطلع باشد.
- از روش های پایش و ارزشیابی یک کارگاه مطلع باشد.
- با به کار گیری ابزارهای کمک آموزشی آشنا باشد (پاورپوینت، ویدئو پروژکتور، اورهد و ...).
- در یک کارگاه آموزشی، به موضوع اشراف داشته باشد، در یک کارگاه حل مسئله، از موضوع اطلاع داشته باشد و در یک کارگاه برنامه ریزی، نسبت به موضوع بی اطلاع نباشد.

یک تسهیلگر باید ماهر باشد

- مهارت های ارتباط بین فردی – گوش کردن فعال – توانایی درک انتظارات شرکت کنندگان و انعطاف لازم برای تغییر روند یا استفاده از تکنیک های لازم دیگر.
- توانایی خلاصه کردن (paraphrasing)
- مهارت مدیریت زمان و تشخیص لحظات مناسب (چه زمانی تسهیل کند / چه زمانی مشارکت کند یا اظهار نظر کند / چه زمانی گروه را به سمت تصمیم گیری هدایت کند / چه زمانی مطالب طرح نشده را مطرح کند / چه زمانی واکنش مناسب انجام دهد / چه زمانی پایان دهد)
- توانایی ایجاد شور و نشاط (مهارت هدایت انرژی)
- مهارت تفکر (سنجیدن سخنان شرکت کنندگان / سریع قضاوت نکردن /
- مهارت ایجاد یک محیط مناسب فکری و روانی مبتنی بر ایجاد حس اعتماد
- فن بیان. مهارت ارائه مطلب (کلیدی باشد / حجیم نباشد / همراه با زبان بدن باشد / از امکانات کمک آموزشی استفاده کند).
- مهارت ایجاد مشارکت با استفاده از تکنیک ها و روش ها.

یک تسهیلگر باید معتقد باشد

- به آنچه که بیان می کند اعتقاد داشته باشد و در وی درونی باشد.
- نسبت به اهداف گروه نوعی تعهد داشته باشد.

ویژگی های بدنی یک تسهیلگر در حین یک کارگاه

• نگاه کردن

- به چهره شرکت کنندگان نگاه کند ولی به آنان یکدفعه نگاه نکند.
- وضعیت را خیلی خوب زیر نظر گرفته و ببیند. متوجه بازخورد افراد بوده و نسبت به احساس و رفتار های غیر کلامی که می بیند حساس باشد (مانند خمیازه یا خوابیدن که نشان دهنده خسته شدن شرکت کنندگان است).
- متوجه باشد که با برخی نگاه ها ایجاد اضطراب نکند (مانند نگاه کردن دائمی به ساعت که اضطراب اور است).
- گاه نگاه کردن افقی ایجاد اعتماد می کند.

• گوش دادن

– همه چیز را بشنود و دقیق و خوب گوش کند و بعد خوب منعکس کند (از طریق نوشتن یا جمع بندی شفاهی).

• راه رفتن (ایستادن و حرکت کردن)

- یک جا ثابت نایستد.
- به نحوی بایستد که چهره اش به سمت مخاطبان بوده و به همه دید داشته باشد و بتواند با همگی ارتباط برقرار کند.
- به سمت مخاطب حرکت کند ، طرز حرکت و قدم برداشتن صمیمانه باشد. گاه لازم است که این کار را با شور و نشاط انجام دهد.
- پشتش را به گروه نکند (بویژه به هنگام نوشتن روی فلیپ چارت).

• حرکات اعضای بدن و میمیک صورت

- از حرکات دست ، میمیک صورت و حرکات بدن برای انتقال مفاهیم استفاده کند.
- چهره اش آرام و دوستانه به نظر برسد. با حرکاتش جلب اعتماد کند. گاه لازم است که سرش را به تایید تکان دهد. رفتارش غیررسمی و دوستانه باشد.
- لازم است که در برخی اوقات دارای واکنش های غیر کلامی باشد مانند تغییر چهره یا حرکات دست و بدن.
- به افراد لبخند بزند.
- در چهره اش خونسردی موج بزند ولی به گونه ای نباشد که شرکت کنندگان حس کنند که خیلی بی خیال است.

• سخن گفتن

- شمرده و صمیمی و دوستانه سخن بگویند. تن صدای آن یکنواخت نباشد که خواب آلودگی ایجاد کند.
- هنگام پخش فیلم خودش همراه فیلم صحبت نکند (گاهی اوقات لازم است که شرکت کننده خود متوجه شود).

• نوشتن

– خوش خط بنویسد: درشت و خوانا.

از این کارها پرهیزیم:

- ❖ به افراد یورش نبریم یا آنها را مورد حمله قرار ندهیم.
- ❖ سخنرانی نکنیم.
- ❖ براحتی از افراد انتقاد نکنیم.
- ❖ موقع صحبت کسی، حرفش را قطع نکنیم یا وسط حرفش نپریم.
- ❖ حاکم نباشیم.
- ❖ کار شکنی نکنیم.
- ❖ خیلی هم لازم نیست جدی باشیم.
- ❖ عبوس نباشید و عصبانی نشوید.

ویژگی های ذاتی یک تسهیلگر

- اجتماعی باشیم.
- عبوس و عصبانی نباشیم.
- صبور باشیم.
- خجالتی نباشیم.
- دارای خلاقیت باشیم.
- تا حدودی با هوش باشیم.
- منصف باشیم.
- منطقی باشیم.
- خوش لباس باشیم.

هنر تسهیلگری

سعید نوری نشاط

چرا گروه ها موفق نمی شوند

- شاید چون قائم به فرد هستند و تمام اعضای گروه کمک نمی کنند؟
- شاید چون افراد به ارزش های گروه احترام نمی گذارند؟
- شاید چون وقت کافی نمی گذارند؟ یا از زمان استفاده بهینه نمی کنند؟
- شاید چون نقش های خوب تعریف نشده است؟
- شاید چون عضوگیری ها مناسب نیست؟
- شاید چون فرهنگ کاری گروهی ندارند؟
- شاید چون برنامه ریزی ندارند؟

فراموش نکنیم که...

- گروه قدرت دانش دارد !
- گروه قدرت انجام یک وظیفه مشخص را به بهترین وجه ممکن دارد !
- گروه قدرت فرد را چندین برابر می کند !
- گروه قدرت موضع گیری می دهد !
- گروه قدرت نمایندگی دارد !

گروه می تواند موفق شود اگر:

- اعضای آن با پویایی گروه آشنا باشند.
- در میان اعضای آن تسیهلگران حرفه ای وجود داشته باشند.
- مقدمات و امکانات اولیه را در اختیار داشته باشند.
- اعضای گروه تابع مقرراتی برای هماهنگی و مشارکت بیشتر باشند.
- امور پیگیری شود.

و اما تسهیلگری

- تسهیلگری چیست؟....
- تسهیلگری یعنی آسان کردن... آسان کردن موفقیت یک گروه... گروهی که ممکن است با هدفی خاص گرد هم آمده باشند... موفقیت در یک مدت زمان خاص... با مشارکت خود اعضای گروه... بدون اینکه یک نفر به جای همه تصمیم بگیرد...

چرا تسهیلگری

- انتخاب بیشتر
- انتخاب آگاهانه
- اعضای متعهد به همان انتخاب ها
- بدون آنکه بازیچه شوند
- نقش های تعریف شده توسط خود اعضای گروه
- تبادل اطلاعات

تسهیلگری یعنی مدیریت دانش

پاسخ های
فکر نشده

پاسخ های
فکر شده

واکنش های
قابل پیش بینی

واکنش های
غیرقابل پیش بینی

سطوح مختلف تسهیلگری

- تسهیلگری محتوای
– موضوعی که در باره آن صحبت می شود
- تسهیلگری فرآیند
– روشی که در باره موضوع صحبت می شود

کیفیت بالای تسهیلگری یعنی:

- به نیازهای گروه پاسخ می گوید
- به تصمیمات گروه احترام می گذارد
- به گروه اعتماد می کند
- فرد تسهیلگر دارای ویژگی های خاص شخصیتی است که به آن خواهیم پرداخت (مانند: مثبت اندیشی، انرژی دهنده، فرد محترمی که به دیگران احترام می گذارد....)

مدیریت سازمان های اجتماع محور

راهبردهاي اقتدار افزايي در اجتماع كوچك:

- راهبرد فراهم كردن خدمات اجتماع كوچك
- راهبرد توسعه اجتماع محور
- راهبرد سازمان دهی اجتماع كوچك

Community Building جماعت سازی

هنگامی که مردم و سازمان های یک محله گرد هم می آیند تا در مورد گسترش و تحرک منابع محله ، برای دستیابی به چشم انداز خود ، اندیشه کرده و مایه بگذارند، جماعت سازی اتفاق افتاده است.

سازمان دهی اجتماع

(به معنای فرایند سازماندهی community organizing
منابع برای حل مشکلات اجتماع

اقتدار افزایی

(، به empowerment در کنار این موضوع، اقتدار افزایی) معنای باز شناسی و بکارگیری قدرتی که تمام مردم دارند (شامل نقشه ی داشته ها و به جریان انداختن این قدرت برای تغییرات مثبت اجتماعی)، بحث کاربردی دیگری است که از وظایف یک سازمان است.

سازمان اجتماع محور (به طور خاص محله)

سازمان هایی هستند که محوریت آنها اجتماعات منطقه ای و محل فعالیتشان محله (همسایه ها یا بلوک) به طور معمول غیر انتفاعی و غیر دولتی هستند که توسط اعضای اجتماع و برای اجتماعات محلی عمل می کنند. اصولاً در پاسخ به برخی نیازها یا موقعیت های محلی ایجاد می شود، اغلب مربوط به محیط بلافصل بوده، و معمولاً فعالیتهای گوناگون برای شرایط (همان) محل زیست را حمایت میکنند (برای مثال بهبود شرایط زیستی و محیطی، آموزش جوانان، ارتقا وضعیت اشتغال). مواردی که عموماً توسط یا همراه مردم منطقه انجام می شود. این سازمان ها از ذی نفعان مهم (اصلی) تشکیل شده و این ذی نفعان بایستی در گروه های کاری مربوط به خود، کاملاً فعال بوده و در سایر فعالیت های عمومی نظیر فرایند تصمیم گیری مشارکت نمایند. (حقایق خراسانی بتول-۱۳۸۳)

سازمان های اجتماع محور یا محله ای

سازمان هایی هستند که محوریت آنها اجتماعات منطقه ای و محل فعالیت آنها اجتماع کوچک است به طور معمول غیر انتفاعی و غیر دولتی هستند و توسط اجتماعات محلی و برای

آنها کار می کند. اعضای آن ذینفعان همان اجتماع است. اصولاً در جواب به برخی نیازها یا موقعیت های محلی ایجاد می شوند اغلب مربوط به محیط بلا فصل بوده و معمولاً فعالیت های گوناگون برای بهبود شرایط را حمایت میکنند. مشارکت در تصمیمگیری رکن اساسی است.

- راهی برای تفکر و نوعی نگرش در باره قدرت و مردم
- قدرت برای مداخله
- بیشتر یک جهت گیری تا یک تاکتیک
- یک ماموریت تا یک برنامه
- یک نگاه است تا یک فعالیت
- تبیینی برای فرایند تغییر
- خلق یک قدرت جمعی به منظور بهبود در قالب یک ساختار

استراتژی های اساسی

- مردم محوری

- اساس محلی

چرا تسهیل و ظرفیت؟

۲) روشن بودن منابع و چرخش مالی

۳) استفاده از تئوری های سازمان

۴) تسهیل فرایند های تصمیم گیری، شیوه ها و روشها

۵) افزایش و تسهیل ارتباط های بین بخشی

۶) تسهیل مشارکت و پذیرش نظرات گوناگون و مخالف

۷) انباشت دانش و تجربه

۸) کم کردن احتمال مداخله و اعمال نظر صاحبان قدرت

۹) روشن شدن نحوه مشارکت و ارتباط آن با عضویت

۱۰) افزایش قدرت درخواست ها

۱۱) معین شدن اهداف و ارزشها، مأموریت و سایر موارد مربوط به تمامیت فعالیت ها

۱۲) افزایش امکان همکاری و همراهی با سایر سام ها و ایجاد شبکه

۱۳) کاهش احتمال عدم تبعیت از قواعد و ضوابط فرهنگی و اجتماعی

۱۴) شناسایی بهتر نیاز ها، داشته ها و امکان انجام بهتر ارزیابی

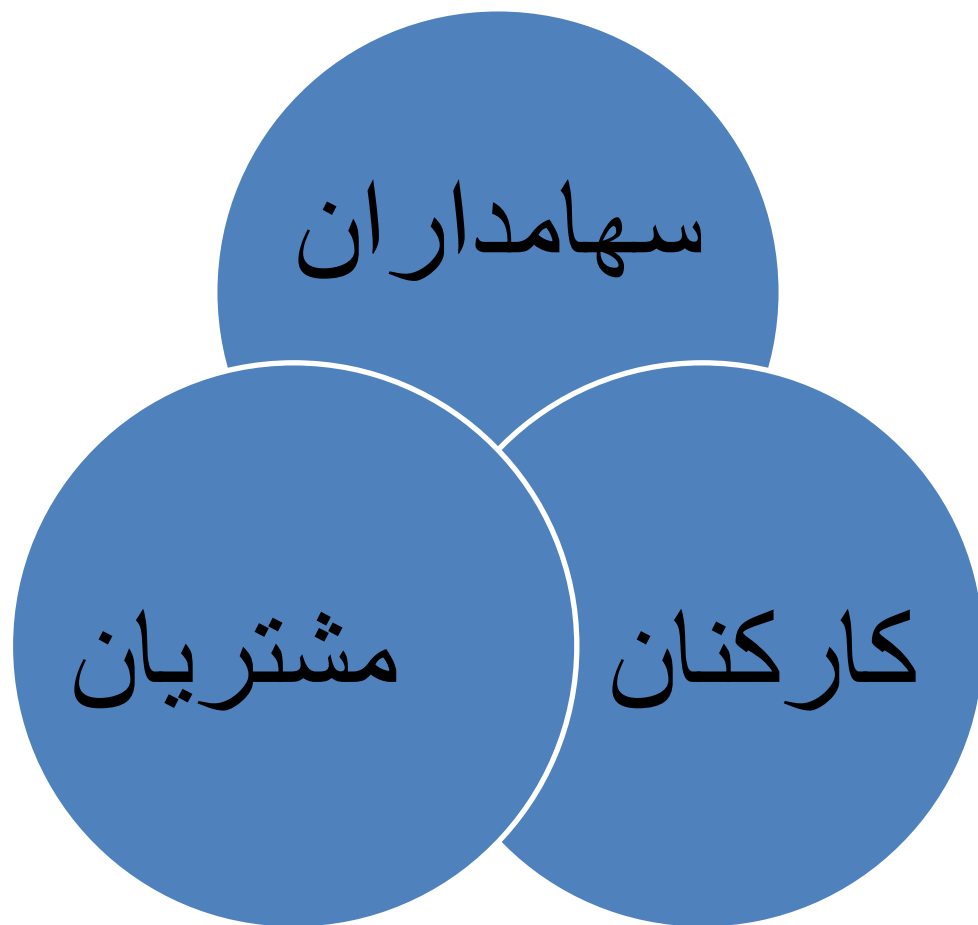
۱۵) کمک به افزایش سرمایه اجتماعی

چه زمانی تلاش برای ایجاد سازمان موثر است؟

- به ایجاد سرمایه اجتماعی بپردازد.
- شعار برای تغییر داشته باشد.
- برای بسیاری از گروه ها شیفیت به این رویکرد نیازمند تغییر همه جانبه در فرهنگ و عمل سازمانی است.

قرار است چه چیز هایی بیاموزند؟

- مردم مطالبی در باره قدرت فرا می گیرند
- مردم چگونگی ساخت سازمان های مردم سالار را می آموزند.
- رهبران مدیریت تعارضات و مشکلات را فرا می گیرند.؟
- رهبران مهارت های تفکر استراتژیک را می آموزند.؟
- مردم ورهبران چگونگی کار کرد سامانه ها و بازار (یابی) را در سطح محلی می آموزند.



عناصر سازمان یابی در اجتماع کوچک:

- نظم وقواعد
- مهارت ها
- راهبردها
- رویکردها

بنابر این باید به این موضوعات توجه داشت:

- علائق و خواسته های مردم
- ویژگی های رهبری آنان
- چیز هایی که قرار است به دست بیاورند.
- آنچه بین سازمان دهی خوب و بد افتراق می دهد توجه به جزئیات است.

سازمان دهندگان اجتماع کوچک بایستی توجه داشته باشند:

- سازمان یابی پدیده ای مرتبط با ایجاد ارتباطات شخصی و تغییر روش تعامل مردم با یکدیگر است.
- سازمان یابی به صورت اساسی یک فرایند دو مرحله ای است: شناسایی علائق شخصی افراد (در مفهوم کلی) و سپس یافتن ارتباط با دیگران که از آن طریق بتوانند به صورت جمعی برای دستیابی به علائق مشترک عمل کنند

سازمان دهندگان... ۲

- یک فرایند خوب سازمان دهی احساس قوی از عشق و نفرت ایجاد می کند عشق به مردم و نفرت از شرایطی که برخی افراد در آن زندگی می کنند.
- سازمان یابی خوب با انجام تعداد کمی کار اما خیلی خوب مرتبط است.
- هر عمل فرصتی است برای آموختن پیشرفت و مهارت افزایی

ظرفیت های اساسی مورد نیاز برای سازمان یابی موثر:

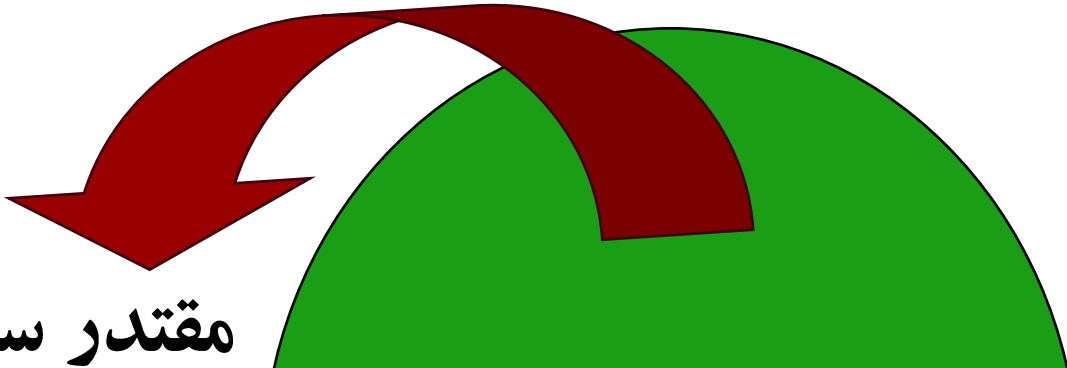
1. فرهنگ سازمانی را در میان سازمان توسعه بدهد.
2. ایجاد سازه ای برای افزایش سرمایه اجتماعی و ارتباطات
3. ایجاد یک کارزار رسانه ای
4. ایجاد سیستمی برای توسعه رهبری محلی
5. ایجاد اتحاد استراتژیک

مواردی که قطعاً لازم است در برنامه ریزی یک سازمان اجتماع محور مورد توجه قرار گیرد

- گردش مالی
- نحوه عضویت
- نحوه مشارکت اعضا
- ارتباط سازمانی اعضا
- سطوح سازمانی
- استراتژی ها و سیاستها
- شیوه تصمیم گیری (مشارکت در قدرت)
- ضوابط ثبت و شخصیت حقوقی و قانونی

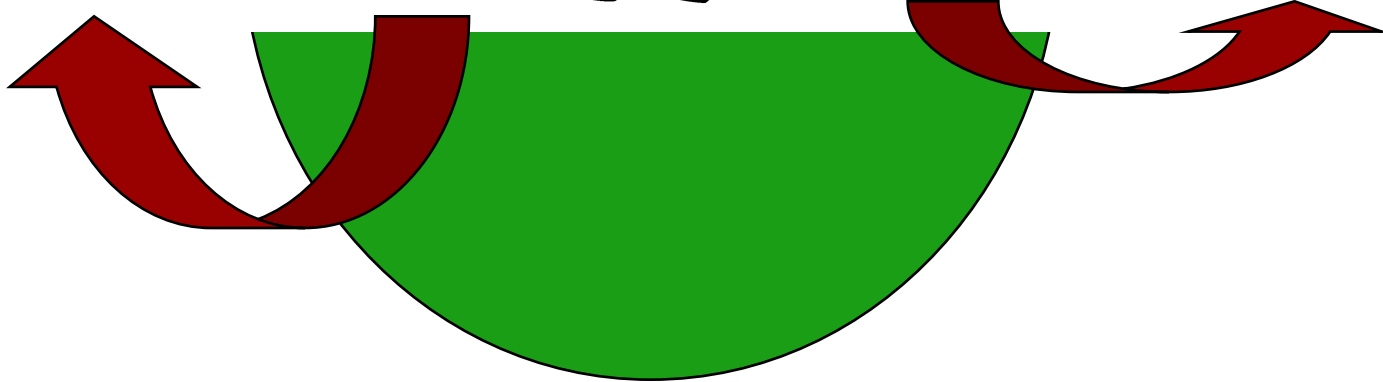
مواردی که... ۲

- ماموریت
- وضعیت ساختمان
- مالکیت اموال
- مدیریت
- نظارت
- حق الزحمه، استخدام
- ارتباط با سازمان های بیرونی
- سایر موارد مطابق نظر حتی یک تن از اعضای غیر دائم



مقتدر سازی

مشارکت | بداخله مؤثر محله ای عمل سازمانی



چالش های پیش رو:

- رقابت برای قدرت در بین سام ها (به جای اتحاد)
- انجام اقدامات غیر دلخواه یا کم اولویت برای برخی سام ها
- سایر موضوعات و مشکلات مربوط به بروکراسی سازمان
- جانشین شدن منافع سازمان به جای منافع سام (سمن شدن)
- دولتی شدن
- سیاسی شدن
- اینرسی در سازمان
- رقابت برای قدرت در افراد و مخفی شدن پشت قواعد سازمان
- ایجاد فراقسیون در سازمان
- حرکت سازمان به طرف منافع سام های قوی تر
- اعمال قدرت یا مخالفت دولت

راهکارهای رهایی

- چرخش درست و دقیق اطلاعات
- اجماع در تصمیم گیری
- استفاده از مشاوره تخصصی در تصمیم گیری ها
- توجه به اینکه مسائل سازمان موضوعات عمومی است.
- توجه به نظام های مشارکتی در تصمیم گیری و اقدام
- سایر برنامه های اجرایی برای پایداری سازمان

- The annie E.Casey foundation/www.aecf.org
- Dobson Charles/Vancouver Citizen committee community organizing. www.vcn.ca/citizens-handbook
- احترامی. م. سازمان اجتماعی پایدار در مقیاس محله ای
مجموعه مقالات توسعه پایدار شهرداری و

مشارکت در تصمیم‌گیری و اعمال روش‌های جمعی برای
مدیریت یک نهاد اجتماعی، ستون اصلی و مهمترین عامل
در نگرش غیر دولتی است.

مشارکت عبارت است از:

- دخالت داوطلبانه، آگاهانه و همه جانبه مردم در همه امور سیاسی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
- مشارکت تنها یک ابزار برای نیل به توسعه نیست بلکه خود هدف توسعه است (توسعه مشارکتی)
- مشارکت همواره منجر به توانمندسازی مردم (مشارکت کنندگان) می شود.
- مشارکت یک کنش اجتماعی سازمان یافته است.
- مشارکت یک تلاش دسته جمعی برای نیل به هدفی مشترک است.
- مشارکت آموزش مردم برای اتخاذ تصمیمات جمعی است.
- مشارکت یک تعهد و قبول مسئولیت فردی اجتماعی است.
- مشارکت مستلزم دخالت فعال است.
- مشارکت سهیم شدن مردم در قدرت است.
- مشارکت بازگشایی فرصت های پیشرفت برای همه مردم است.
- مشارکت کنشی داوطلبانه، آگاهانه، هدفمند و همه جانبه است.
- هدف نهایی مشارکت تأمین احترام فردی و اجتماعی انسان است.

مشارکت پیش شرطی
جز داوطلب بودن
برای مشارکت کردن
ندارد

حوزه های درگیر و دامنه نفوذ	تعریف	سطح مشارکت
اعضای گروه در تمامی بخش ها از جمله تعیین اهداف و تصمیم گیری حضور و نظارت دارند.	مشارکت در سطح بسیار بالا (مشارکت حداکثری)	۸
افراد در برنامه ریزی درگیر می شوند اما هنوز اعمال اقتدار از بالا وجود دارد.	مشارکت بالا	۷
مردم و اعضای گروه به شکل انتخابی در برخی تصمیمات و برنامه ریزی ها مشارکت می کنند.	مشارکت نسبتاً بالا	۶
ابتکار عمل و ایده های اصلی از طرف برنامه ریزان ارائه می شود اما به نظر اعضای گروه اهمیت داده می شود و امکان اظهار نظر و مداخله به شکل بالقوه برای مردم وجود دارد.	مشارکت متوسط (اطلاع رسانی و مشورت)	۵
برخی از نظرات اعضا شنیده می شود. افراد نصیحت و راهنمایی می شوند و قسمت هایی از برنامه ها آماده اصلاح و تغییر است.	مشارکت نسبی	۴
با اعضا ظاهراً مشورت می شود اما برنامه ای تغییر نمی کند.	مشارکت کم (ظاهر سازی)	۳
اطلاعات گزینش شده اندکی به اعضا داده می شود و از آنان انتظار همکاری می رود.	مشارکت خیلی کم (صحنه آرایی)	۲
هیچ اطلاعات مهم و قابل اعتنایی به اعضا داده نمی شود و آنها در هیچ فرایندی مداخله نمی کنند و انتظار حضور بی چون و چرا و گسترده اعضا وجود دارد.	عدم مشارکت (عوام فریبی)	۱

جان کلام این که سرمایه اجتماعی هنجارها و شبکه هایی است که افراد را قادر می سازد در کنشی جمعی درگیر شوند که منفعتی متقابل را دربر دارد. ارتباط متقابل، رفتارهای دیگر خواهانه و اعتماد از جمله هنجارهایی هستند که در این ارتباط مورد توجه قرار می گیرند. این شبکه ها ممکن است رسمی یا غیر رسمی باشند

بسم الله الرحمن الرحيم

فصل هشتم - بازاریابی اجتماعی و حمایت یابی

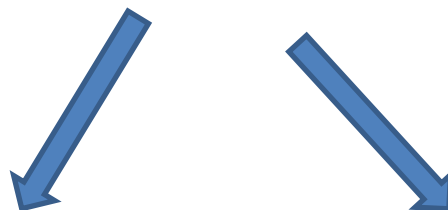
مهرداد احترامی- روانپزشک

بناضمام اسلایدهای استفاده شده از سایر منابع

اهرم های کنترل در اصلاحات بخش سلامت

۱. تامین مالی
۲. پرداخت مناسب
۳. سازماندهی
۴. وضع مقررات
۵. بازاریابی اجتماعی

محله من



داشته های محله ی من (داشته های من و دیگر ذی نفعان) مشکلات محله ی من (مشکلات من و دیگر ذی نفعان)

اهداف برای تغییر محلی

پروژه ی اجرایی

ایجاد
حرکت در
اجتماع

تحلیل
وضعیت

بازار سازی

بازار شناسی

مدیریت دادوستد

تسهیل
گری و
سازمان
یابی

بازار داری

بازار يابي اجتماعي چيست؟

روشي براي توانمند سازي مردم براي دخیل شدن و

مسؤولیت پذیری جهت دستیابی به رفاه، سلامت و توانایی حل

مساله که راههای نو و خلاق را برای مواجهه شدن با مسائل

اجتماعي پیشنهاد میکند.

(نوولي ۱۹۸۴ مانوف ۱۹۸۵ اصفهاني زهرا ۱۳۸۰)

بازاريابي اجتماعي چه مي كند؟

تلاش ميکند براي ترغيب گروه خاصي از مخاطبان ، عمدتاً

از طريق رسانه هاي مختلف براي همراهي با يك عقیده ، يك

رفتار، يك محصول يا هر سه

ابعاد کلیدی بازاریابی اجتماعی

- (۱) نظریه ی مبادله،
- (۲) مشتری محوری،
- (۳) رقابت،
- (۴) تصمیم گیری مبتنی بر داده ها،
- (۵) تمایل مداوم برای اصلاح محصول،
- (۶) آمیزه بازاریابی

بازاریابی تجاری

- هدف سود مالی است
- از طریق سرمایه گذاری، سرمایه اش را تأمین می کند
- به طور خصوصی پاسخگو است
- سنجش عملکرد از طریق سودها و سهام بازار است
- اهداف اخلاقی کوتاه مدت دارد
- مدیران خطرپذیر هستند
- تصمیم گیری به صورت سلسله مراتبی است
- ارتباطات اغلب رقابتی است
- عرضه کننده محصولات و خدمات غیرجنگالی
- اهداف در دسترس انتخاب می کند

بازاریابی اجتماعی

- هدف کار خیر است
- از طریق مالیات ها و اعانه ها سرمایه را تأمین می کند
- به طور علنی پاسخگو است
- سنجش عملکرد به علت متغیرهای زیاد دشوار است
- اهداف اخلاقی بلند مدت دارد
- مدیران مخالف خطر هستند
- تصمیم گیری به صورت مشارکتی است
- ارتباطات بر مبنای اطمینان است
- اغلب رفتارهای جنگالی را هدف قرار می دهد
- اغلب اهداف پرخاطر را انتخاب می کند

بازاریابی دستاوردی، رویکردی علمی کاربردی
است که همه چیز را از نقطه ی پایان، آغاز می
کند.

دکتر روستا

آنچه فرد یا گروهی را وادار به تغییر رفتار یا حفظ رفتار علیرغم فشار برای تغییر آن می کند، پذیرش درونی آن است برای این پذیرش

- باید خریدار را به خوبی شناخت (ویژگی های مخاطب، طبقه بندی، ...)
- باید موضوع را به خوبی روشن ساخت (بر اساس نیاز مشتری)
- باید روش درست را به کار برد (شناخت روش، منابع مناسب، قیمت مناسب، ...)
- باید فروشنده درست عمل کند (مهارت داشته باشد، مراقب غرور کارشناسی خود باشد، متوجه باشد هدف اصلی رسیدن به خواسته های مخاطب است نه خود، صادقانه رفتار کند، ...)

به صورت کلی می توان از سه ملاک زیر در برنامه ریزی بازاریابی اجتماعی برای دسته بندی مخاطبان استفاده کرد:

- نیازها و خواسته ها و اولویت های مشابه باشند.
- نظام جمع آوری اطلاعات و الگوهای استفاده رسانه ای مشابهی داشته باشند.
- الگوهای پذیرش مشابهی داشته باشند.

پنج عامل فرهنگی متعامل در بازاریابی

دماری-حیدر نیا

- الف - ارزش ها؛

- ب - هنجارها؛

- ج - حمایت سازمانی (Organizational support)؛ -
تعاملات: فرصت هایی برای ارتباط افراد سازمان و تعامل
در مورد رفتارهای جدید ایجاد شود.

- د - حمایت هم سانان؛.

- ه - جو حاکم (Climate)؛

هشت روش و سیاست برای حمایت یابی سازمانی (Organizational support)

- الگوسازی: چه کسانی می توانند در محیط الگوی رفتار جدید باشند؟
- آموزش: مهارت های مرتبط به اتخاذ رفتار جدید آموزش داده شود.
- پاداش: افراد موفق را تشویق کنید، چه پاداش هایی ممکن است؟
- برخورد: با رفتارهای ناهنجار برخورد مناسب کرده و تذکر داده شود.
- آشناسازی: کارکنان جدید برای انجام رفتار جدید توجیه شوند.
- تعاملات: فرصت هایی برای ارتباط افراد سازمان و تعامل در مورد رفتارهای جدید ایجاد شود.
- تخصیص منابع: برای فعالیت های مرتبط به اتخاذ رفتارهای جدید هزینه اختصاص داده شود.
- رسوم، اسطوره ها، و نمادها: با رسوم، اسطوره ها و نمادهای تخریب کننده رفتار جدید مبارزه کنید و جایگزین آن ها را در سازمان معرفی کنید.

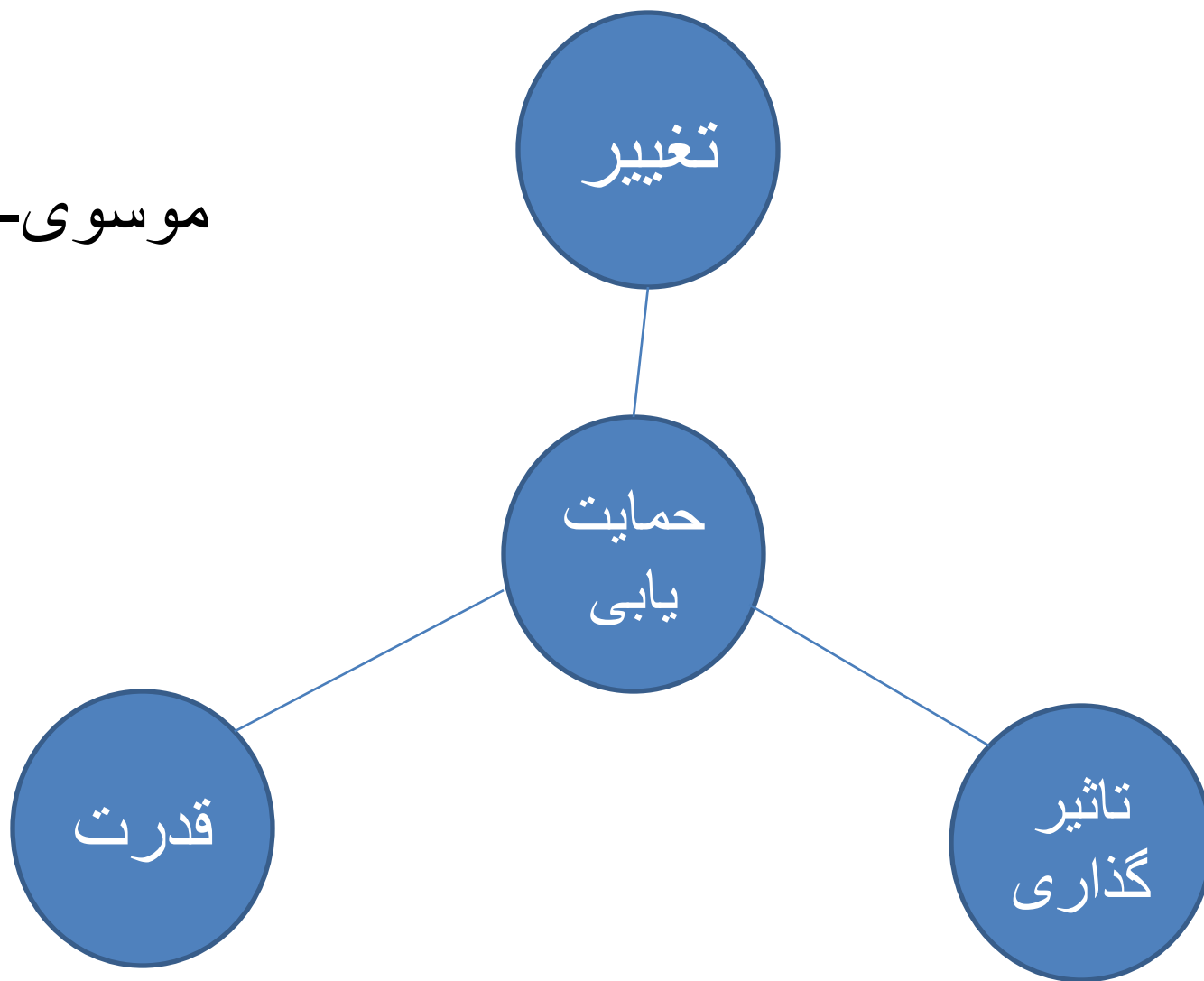
ما در تغییر رفتار مردم همواره سعی داریم بگوییم «مردم
دچار چه مشکلی هستند و چرا متوجه نمی شوند؟» در
صورتی که ابزار بازاریابی اجتماعی به دنبال پاسخ به این
سؤال است که "ما دچار چه مشکلی هستیم و چه چیزی را
در ارتباط با گروه هدف درک نکرده ایم؟"

{ حیدر نیا - دمارى }

کاربست اجرایی در محله

- مراحل اصلی برنامه ریزی اجرایی در بازاریابی اجتماعی عبارتند از:
- تعیین موضوع
- تعیین مخاطب
- تعیین آمیخته ی بازاریابی
- برنامه ریزی
- اجرا و ارزیابی
- بازخورد و اصلاح

موسوی-پدرام



حمایت طلبی مداخله ای است که از مجموعه فعالیت های فردی یا گروهی حمایت طلبان تشکیل شده و سعی دارد با تغییر آگاهی، نگرش و رفتار افراد ویژه ای، از نفوذ و قدرت آنان برای تصویب سیاست و برنامه ای خاص یا تغییر منابع و موقعیت ها به نفع کاربران نهایی استفاده کند.

۸۷ دلآوری)

کاربرد حمایت یابی برای تغییر در مسیر منابع و دریافت حمایت از صاحبان قدرت

تغییر یا ایجاد سیاست

تغییر در برنامه (اهداف، معیارهای اولویت گذاری و شیوه ی استوار)
تغییر در مرحله عمل (مانند استقرار آسان و بدون مقاومت سیاست)
تغییر در سرمایه گذاری در سلامت توسط ذی نفعان
تغییر در آگاهی و درک عمومی تصمیم گیرندگان
وقتی لازم باشد یک سازمان بزرگ تغییر کند و نخواهد
وقتی که تجربه و تحقیق نشان دهد که راه های دیگر نتیجه نمی دهد.
وقتی اطمینانی برای ظرفیت و توانایی انجام آن وجود دارد.
وقتی اشتیاق و انرژی برای اینکار مزمّن وجود دارد .

حمایت طلبی برای «تغییر» در چهار حیطه
است:

- سیاست (Policy)،
 - برنامه (Program)،
 - موقعیت (Position)
 - و تخصیص منابع (Resource allocation)
- دلآوری - دماري - وثوق

عوامل تعیین کننده در حمایت طلبی مؤثر، مربوط به فن حمایت طلبی

- درک درست از علل ریشه ای مشکل
- توانایی نفوذ حامی
- جامعیت تحقیق برای حمایت طلبی (نظرات موافقان و مخالفان و جو حاکم در جامعه)
- مهارت به کارگیری رسانه
- انتخاب راهبرد مؤثر
- امکان پذیری سیاسی

امکان پذیری سیاسی با چهار مؤلفه قابل اندازه گیری است:

- موقعیت (مخالف، حمایت) ذی نفعان مرتبط (Position)
- قدرت و منابع سیاسی در صف آرای ذی نفعان کلیدی (Power)
- تعداد بازیگران درگیر در تحلیل سیاست (Players)
- درک ذی نفعان از مشکل و راه حل های آن (Perception)

بسم الله الرحمن الرحيم

فصل نهم - نقش کار گزار محلی در فرایند برنامه اجتماع محور

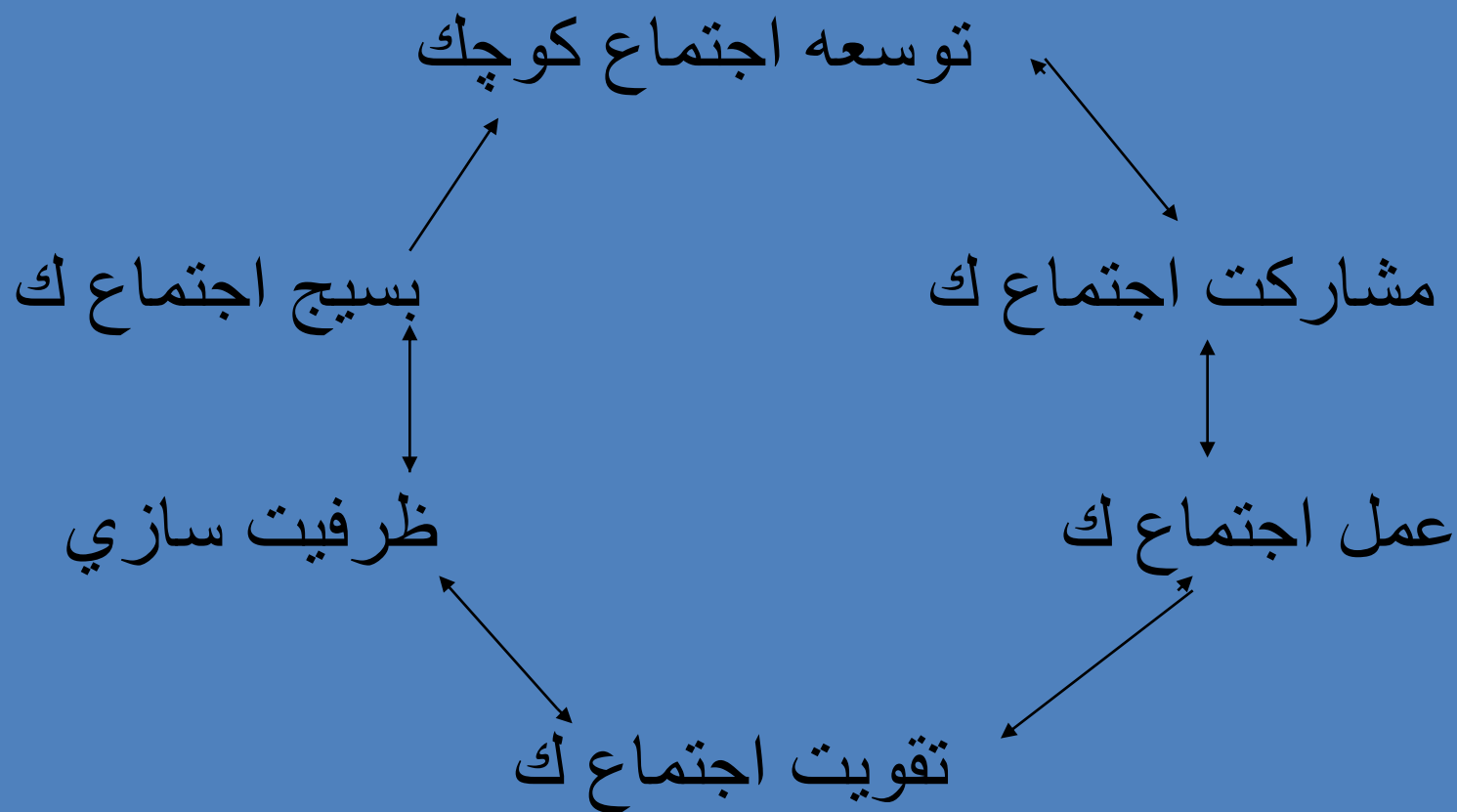
مهر داد احترامی- روانپزشک

استراتژی های اساسی

- مردم محوری

- اساس محلی

چرخه اقدامات و نتایج اجتماع محور:



بسیج، حرکت، یا جنبش community mobilization

کوششي

هدفمند

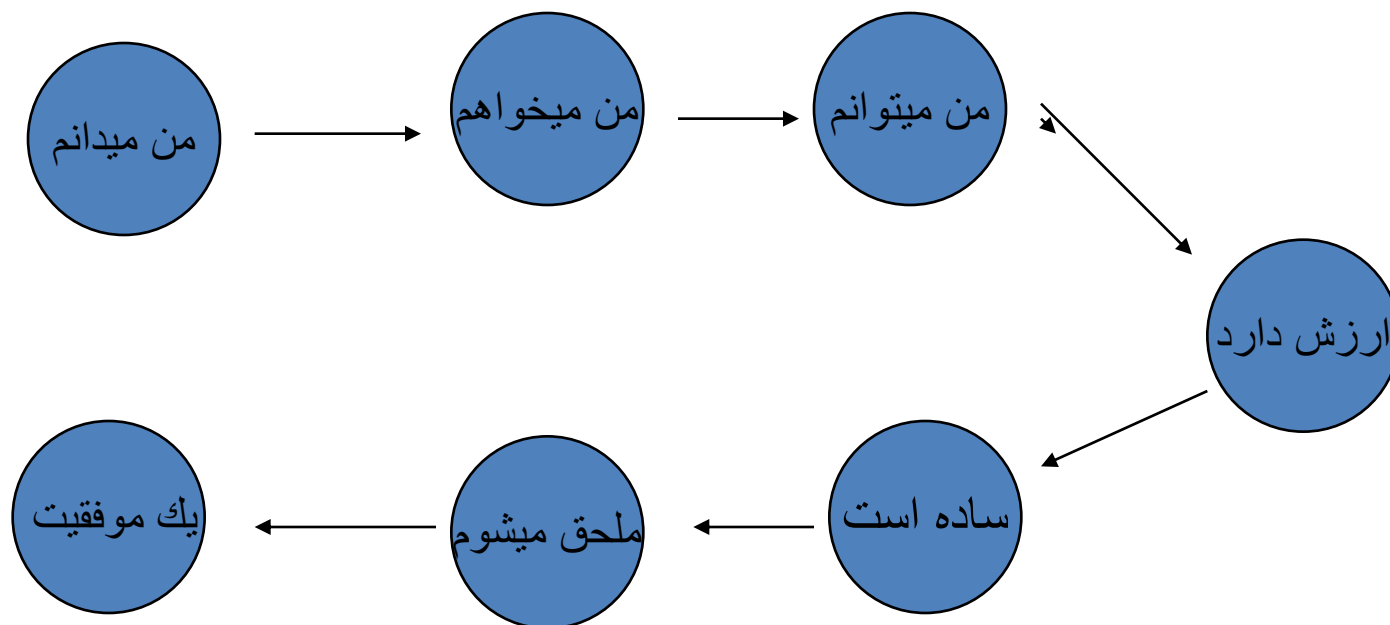
در جهت

توسعه و سلامتي

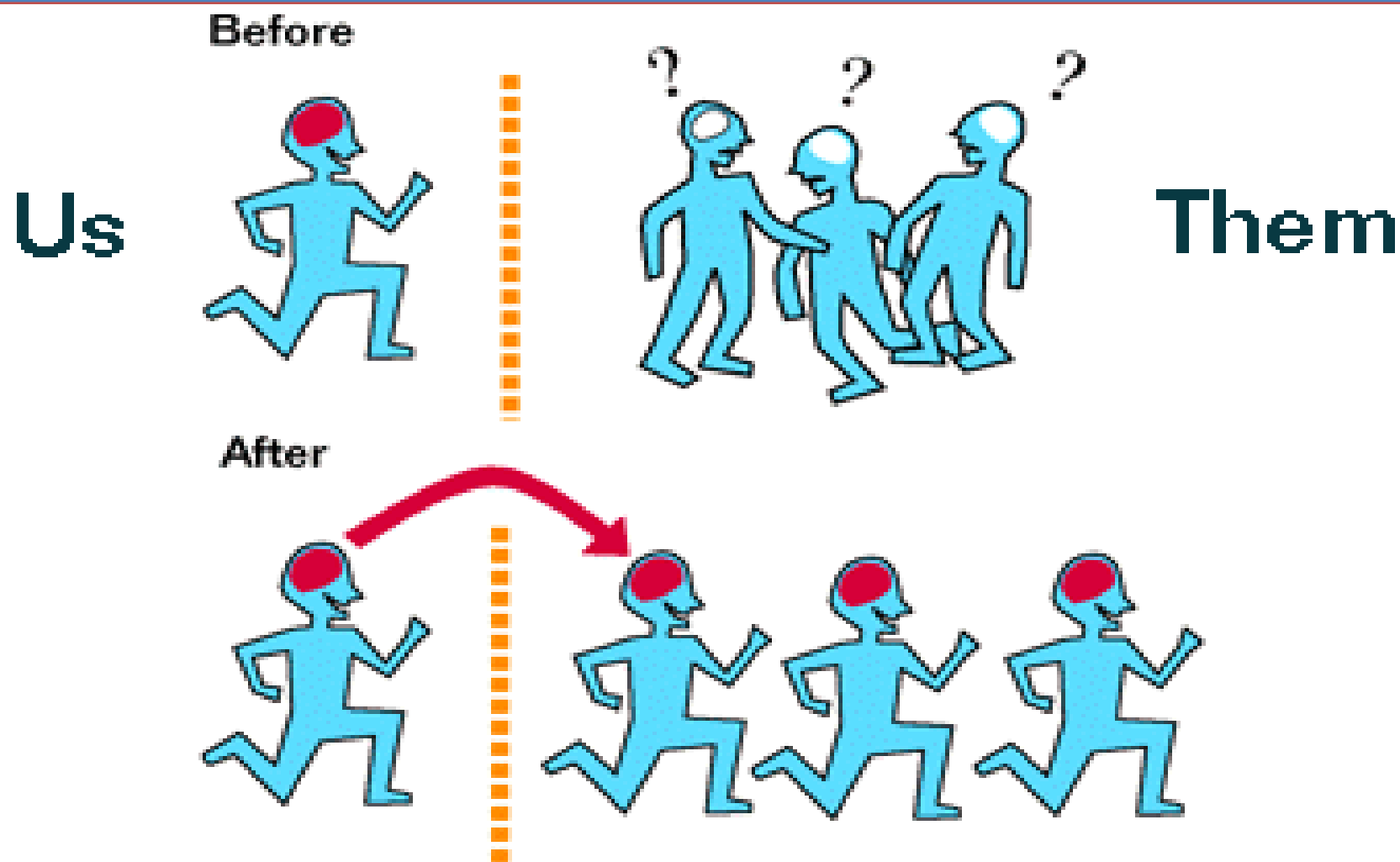
توسط مردم

اجتماع كوچك

هفت مجرا و هفت پله تغییرات اجتماعی



این کار اخلاقی نیست.



باید به این موضوعات توجه داشت:

- علائق و خواسته های مردم
- ویژگی های رهبری آنان
- چیز هایی که قرار است به دست بیاورند.
- آنچه بین سازمان دهی خوب و بد افتراق می دهد توجه به جزئیات است.

گزارش باید مشتمل بر :

- پیشینه اجتماع
- یافته ها
- مشکلات و نیازها
- عوامل خطر و محافظتی
- منابع
- پیشنهادها



• مساله شخصي ← مساله اجتماعي

• رفتار انفرادي ← تجارب

ذِي نَفْعَانِ مَهْمَتَرِينَ
دَاشْتَنَه يَكِ اجْتِمَاعِ
كُوچَكِ

مداخله مردم يك اجتماع كوچك:

مشاركت فعال مردمی که باهم به یکی از اشکال اجتماع كوچك زندگی میکنند در فرایند:

- تعریف مساله
- تصمیم گیری
- فعالیت برای ارتقاء سلامت

هرگز کاری برای دیگران
انجام نده که آنها خود قادر
به انجام آن هستند.

قانون آهنین آلینسکی

جایگاه مساله مدار



جایگاه جهت مدار



ساختار سازي

چه باید کرد؟

کارگزاران سلامت لازم است مراقب برخی ویژگیهای خود باشند تا بتوانند سالم عمل کنند:

- از پیش داورى پرهیزند(نه تلاش علمي براي پیش بینی)
- متوجه تاثیر شرایط جامعه بر عملکرد خود باشند.
- به دنبال جمع آوری شواهد برای اقدامات خود باشند.
- به انسانها اعتماد داشته باشند(هوشمندی و انتخاب درست)
- مراقب وسوسه بي تعطيلي“من از آنها بهتر منافعشان را مي دانم“ باشند.

شما چه می کنید؟

۱. به مردم این فرصت را بدهید تا در مورد شما به عنوان يك شخص ارزیابی داشته باشند.
۲. در باره نقش خود سازمان و کاری که میخواهید انجام دهید ، اطلاعات بدهید.
۳. ساکنان را متوجه امکانات (بالقوه) ناشی از عمل اجتماعی کنید.
۴. دانش خود را در مورد مردم و زندگی آنان بیشتر کنید.

چه باید کرد؟-۲

کارگزاران سلامت باید برنامه های تقویت مشارکت را پی بگیرند:
چند دسته فعالیت

-بازاریابی اجتماعی

-آشنایی با مدیریت استراتژیک و استفاده از آن

-سرمایه گذاری

-اطلاع رسانی از طریق عملیات رسانه ای

-حمایتگری و حمایتگری رسانه ای

-اجرای برنامه ها در بستر واقعی زندگی(مثلا سنتها)

چگونه شراکت ایجاد کنیم؟

۱. تعریف مساله
۲. مشخص کردن اولويتها
۳. تنظيم اهداف قابل دستيابي
۴. حفظ جريان مناسب ،خوب ،و كافي اطلاعات
۵. به كار گيري مناسب منابع و تجارب
۶. ارزشيابي روند و نتايج

تمام برنامه ريزي ها بايد به سه پرسش پاسخ دهد:

- اهداف اختصاصي من چه هستند؟
- براي دستيابي به اين اهداف من چه كاري بايد انجام دهم؟
- چطور ميتوانم اثبات كنم كه به اهدافم دست يافته ام؟

Ewles and Simnet-1999

مراحل تدوین طرح اجرایی یک پروژه:

۱. ارزیابی نیاز و تحلیل وضعیت
۲. تهیه متن مقدمه و بیان مساله
۳. تنظیم اهداف
۴. برنامه ریزی عملیاتی
۵. برنامه ریزی پایش و ارزشیابی
۶. تنظیم بودجه و امکانات اجرایی

قبل از اینکه کار را شروع کنید:

- خودتان کار را یاد بگیرید.
- زمانی که خود نمی توانید تمام کار را انجام دهید ، پول پرداخت کنید و از دیگری کمک بگیرید.
- خود را با منابعی که در اختیار دارید منطبق کنید.

چگونه شروع می کنیم؟

- آغاز با پژوهش
- community آغاز با فعالیت های ایجاد بنیان محله) building activity(
- آغاز با ملحق شدن به یک گروه از قبل موجود
- آغاز با تشکیل یک گروه جدید

محله ی خود را تعریف کنید

- محل و محدوده ی جغرافیایی
- شبکه های ارتباط اجتماعی
- سیستم های قدرت و نفوذ

موتور پیشرفت واقعی در اقدامات اجتماع کوچک

همکاری درون محلی

فرایند کار در يك اجتماع كوچك:

۱. انتخاب
۲. ورود
۳. درك و تحليل موقعيت
۴. نیازها، اهداف، نقشها
۵. ارتباط برقرار کردن و گرد هم آوری مردم
۶. شکل دهی و ساختن سازمانها (ي محلي)
۷. حفظ حرکت سازمان
۸. رفتار مناسب با دوستان و دشمنان
۹. پایان دادن و ترك محل

چگونه محله را انتخاب کنم؟

- ملاکها؟
- افراد دخیل؟
- منابع من؟
- ضرایب؟
- اجماع یا دستور؟

چه چیزهایی را در ورود به محله باید رعایت کنم؟

- لباس و سر وضع
- با چه وسیله ای به محله بروم؟
- تنها یا با کس دیگر؟
- سن و سال – جنسیت؟
- چه وقت از روز؟

با احساسات خود چه کنم؟

در محله دنبال چه چیزهایی هستم؟
اطلاعات یا افراد یا ...؟

- اهداف سازمان؟
- از کجا چیزهایی را که می‌خواهم فراهم می‌کنم؟
- چقدر این کار را باور دارم؟
- مرزهای محله کجاست؟
- چشمم باید دنبال چه چیزی باشد و گوشم؟
- چه مدت؟
- با بی‌اعتمادی مردم چه کنم؟

از چه زماني گزارش بنويسم؟ براي چه -
کسي؟
چه کسانی افراد کلیدی هستند؟

چگونه مردم را به هم نزديك كنم؟
چه انتظاري از مردم دارم؟
موضوعات مورد علاقه مردم براي اينكه به من و
به همدیگر گوش دهند چیست؟
آيا همیشه مردم بايد آنطور كه من ميخواهم حرف
بزنند و چيزي را بگویند كه من ميخواهم؟
از چند نفر كار را شروع میکنند؟

با احساسات خود چه میکنم؟

گرد هم آوردن مردم ، ایجاد منافع مشترك، ایجاد احساس ذي
نفع بودن،

در چه چیزی؟

مهمترین سؤال در حال نوشدن

- آیا منابع میآورم یا از محله و سایر دستگاهها جمع میکنم؟
- با احساس منجي بودنم چه می کنم؟ گدایی یا بنده نوازی؟
- حمایتگیری: از چه زمانی، توسط چه کسی، به چه قیمتی، چگونه؟

- دنبال چه هدفهایی هستم؟
- اگر با اهداف مردم مغایر بود چه میکنم؟
- چرا قهر؟
- تسهیل گرم یا تصمیم گیر؟

دنبال مقتدر سازي و مشاركت هستم يادنبال وابسته
کردن به خودم؟

- در چه چيزهايي بايد مقتدر شوند؟ (بسته به شرايط هست يا نه؟)

يادم باشد:

مدل محيطي – اجتماعي است

سازمان میخواهم تا:

- روابط معلوم شود
- حساب و کتاب داشته باشیم
- بنیاد تئوری داشته باشیم
- نظام مداخله در قدرت معلوم شود
- ...
- من رئیس محله نیستم. پس کیست؟

آیا باید در روابط سازمان محله مداخله کنم؟

- انسانیت/ عدالت/ امنیت
- توزیع درست قدرت در محله = مشارکت
- تسهیل گری یا القاء فکر؟
- سایر دستگاهها اگر خواستند سر مردم کلاه بگذارند چه کنم؟

نقش من در محله پس از سازمان یابی اولیه بتدریج

- پر رنگ میشود
- کم رنگ میشود
- تغییر میکند

با احساساتم چه میکنم؟

با هیئت مدیره یا سازمان محله ای حرف گوش نده چه
میکنم؟

ترك محله:

- چگونه؟
- چه زماني؟
- به تدريج يا ناگهاني؟ خطرات و هشدارها
- رابطه بعدي؟

بسم الله الرحمن الرحيم

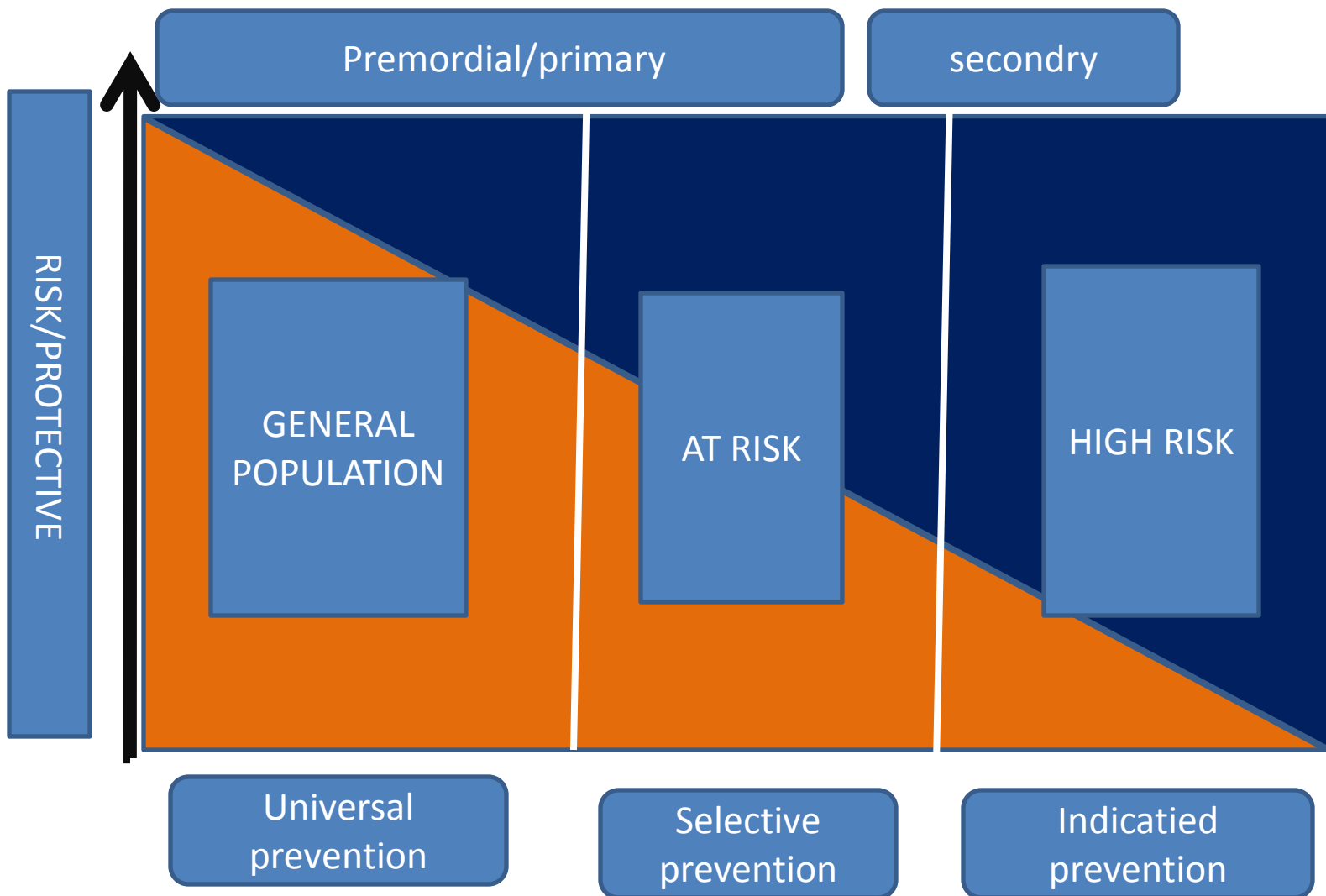
فصل دهم - برنامه ریزی در پیشگیری
همگانی، انتخابی و موردی
مهر داد احترامی- روانپزشک

مدل های تغییر رفتار

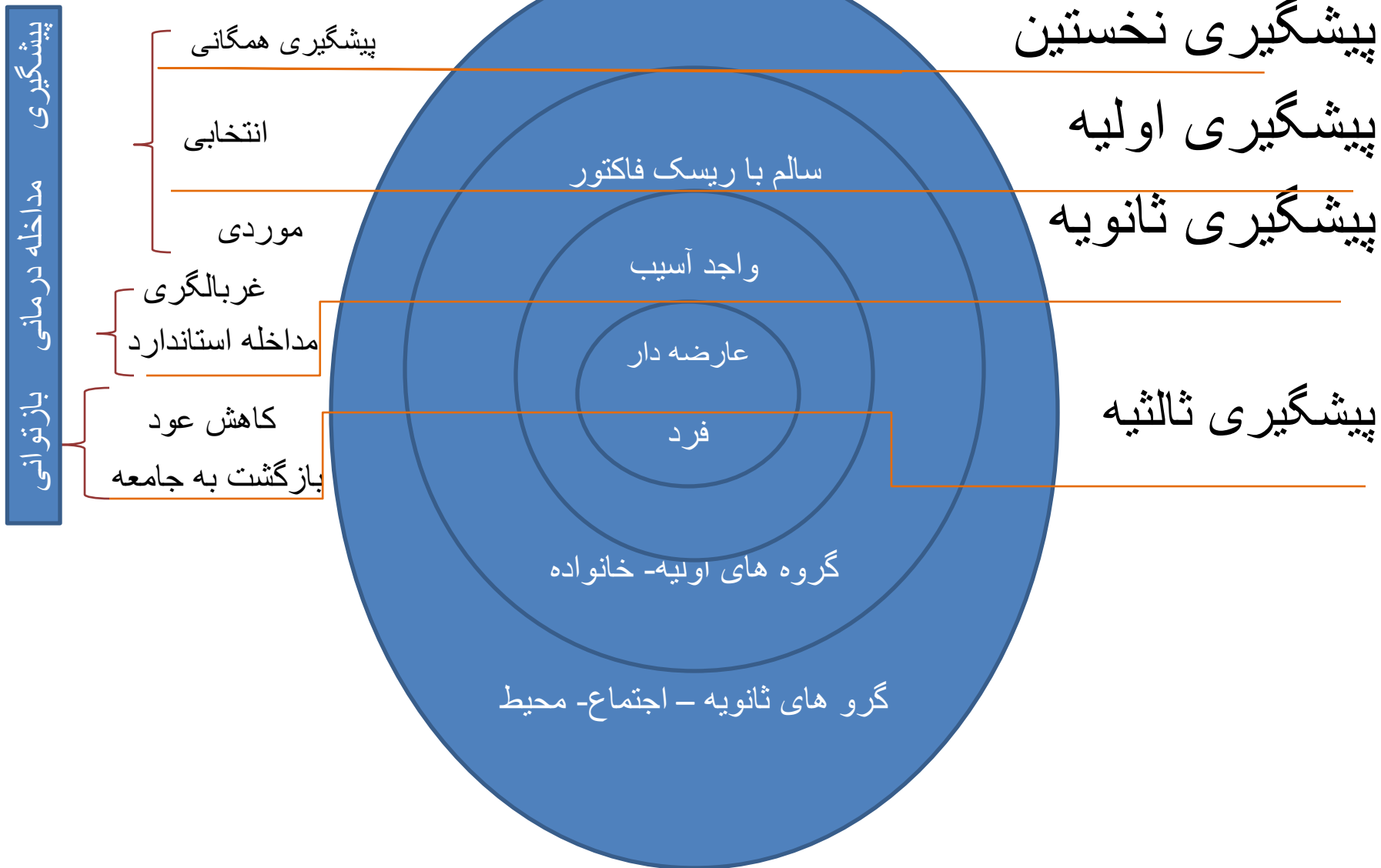
- **the *health belief model*** - *the health behaviour of an individual is dependent on the extent to which that person believes that he or she is susceptible to a certain illness, and from his or her views about the seriousness of the consequences when the person gets the illness;*
- **the *protection motivation theory*** - *the motivation to protect yourself against a danger is dependent on the following views: you judge the threat to be serious, you think you are vulnerable yourself, you find that you can do something effective about it;*
- **the *theory of reasoned action*** - *behaviour is dependent on the intention of showing the behaviour. This intention is dependent on a person's attitude to the behaviour and on personal standards;*
- **the *theory of planned behaviour*** - *the individually observed possibility to control the situation can, through the intention to do so, influence behaviour;*
- **the *spontaneous processing model*** - *when overt behaviour is not important to the individual, or when he is not able to reflect upon it, then attitudes influence his behaviour in a spontaneous way;*

Table 1.2: Revised Institute of Medicine classification of prevention approaches (Springer and Phillips, 2007)

Universal prevention	Addresses general public or segment of entire population with average probability, risk or condition of developing disorder
Selective prevention	Specific sub-population with risk significantly above average, either imminently or over lifetime
Indicated prevention	Addresses identified individuals with minimal but detectable signs or symptoms suggesting a disorder



تعریف مفاهیم سطوح پیشگیری



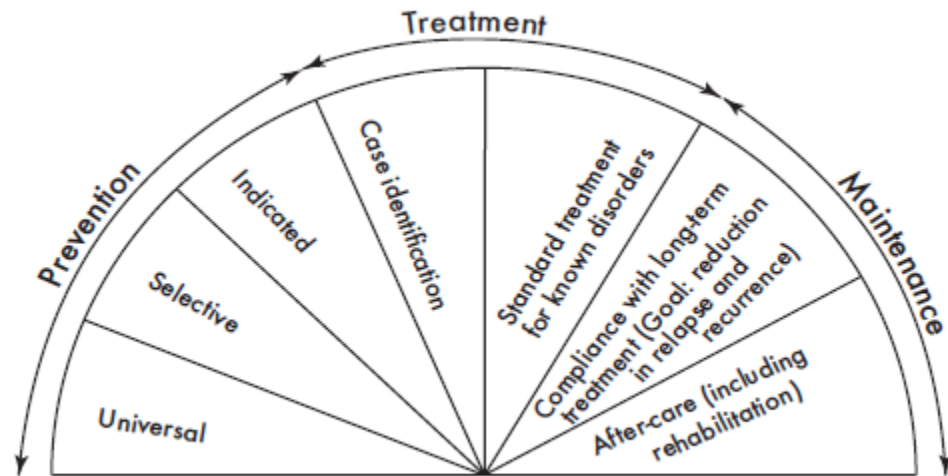
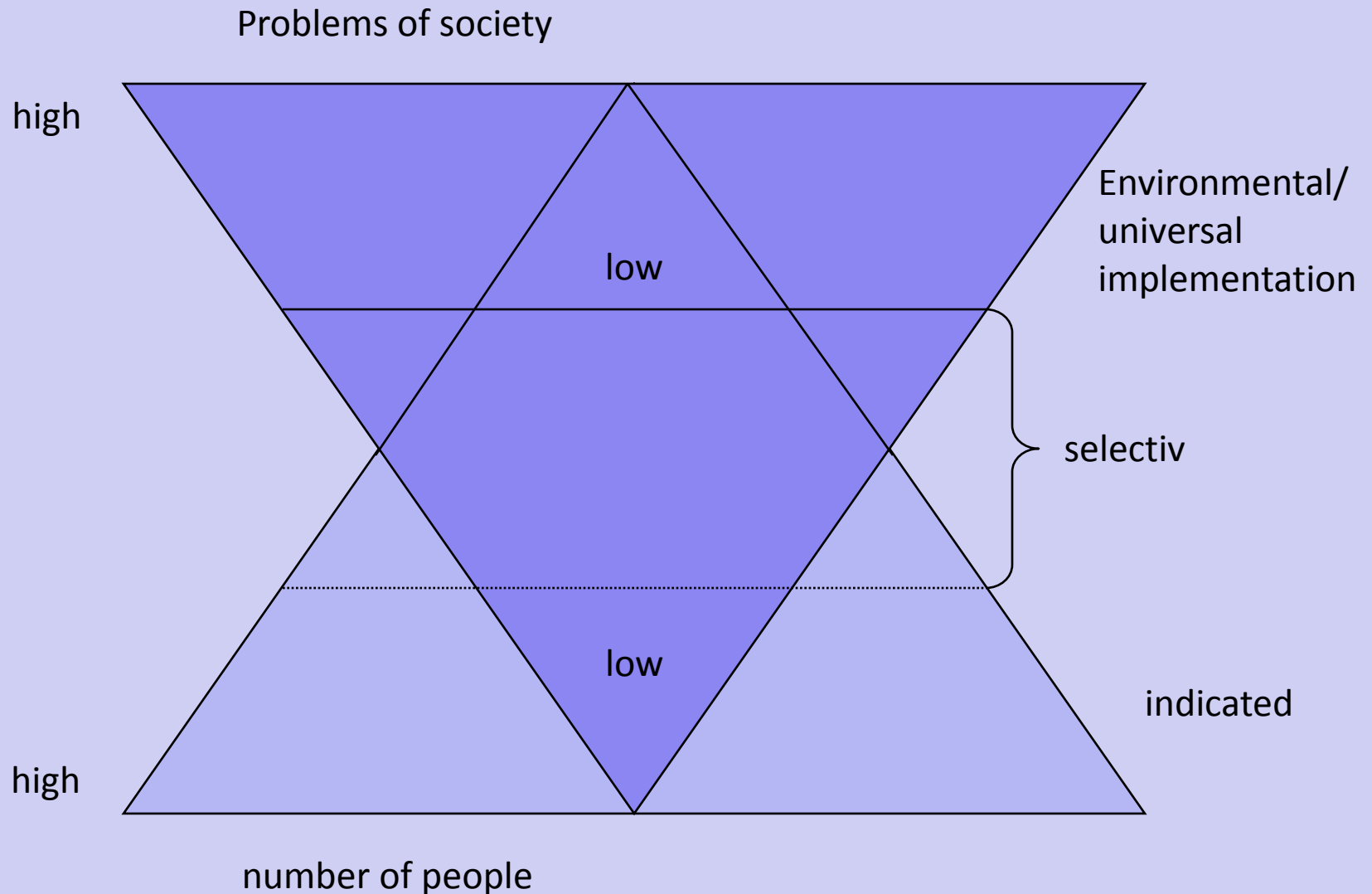


Figure 1.1: The continuum of care model of the Institute of Medicine.

Program target and potential impact



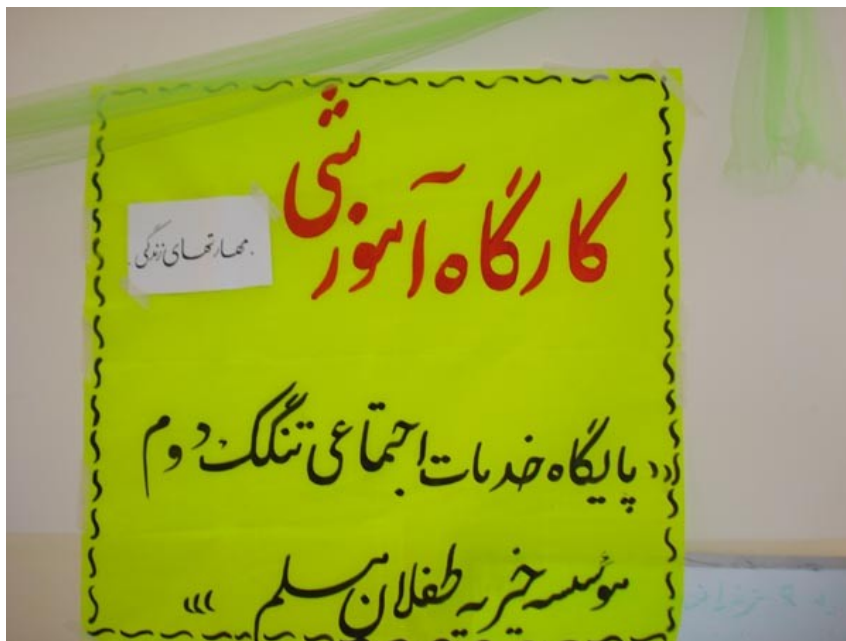
شباهت ها و تفاوتها- هنجارها



شباهت ها و تفاوتها عوامل خطر و محافظ



شباهت ها و تفاوتها- دسترسی



شباهت ها و تفاوتها- داشته ها و تقاضاها



شباهت ها و تفاوتها- جهت گیری منابع



ISNA

ISNA/PHOTO:AMIR HOSSEIN KHORGOU



KANGA^{NEWS}

شباهت ها و تفاوتها- دشواری کار با گروه مخاطب



شباهت ها و تفاوتها- حمایت اجتماعی



شباهت ها و تفاوتها- زیرگروه ها و شبکه ها



شباهت ها و تفاوتها- ویژگی های محله



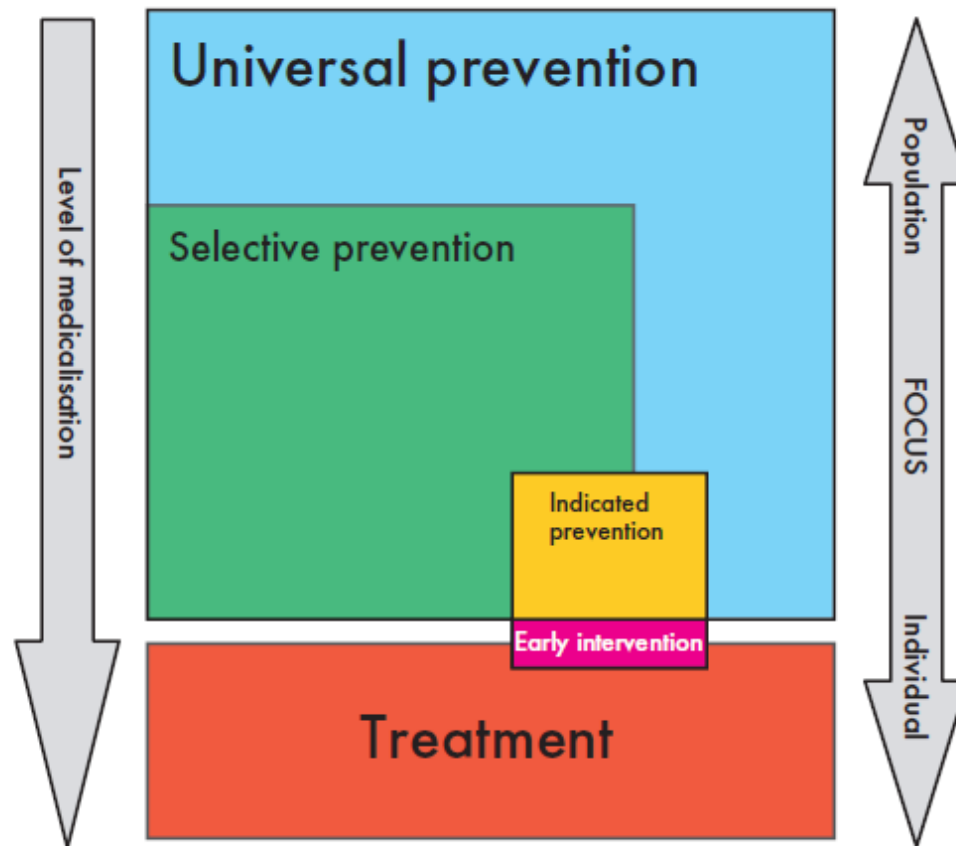


Figure 1.5: The USP-treatment continuum.

پیشگیری همگانی

- اقدامات مربوط به توسعه محلی
- توانمندسازی
- آموزش همگانی
- تسهیل مشارکت عمومی
- بهبود وضعیت عدالت در فرصت ها
- حمایت یابی
- بازاریابی اجتماعی
- و مواردی از این قبیل

PREVENTION PROGRAM MATRIX

RISK FACTOR	UNIVERSAL	SELECTIVE	INDICATED
Community Based	Limit hours of sale Limit number of licenses Compliance checks Cops In Shops Shoulder Tap Program Adult responsibility laws Dram shop liability laws Keg registration laws Zero tolerance laws Alcohol enforcement units Eliminate alcohol industry sponsorship Advertising restrictions Publicity for enforcement Media campaigns Communities That Care After-school programs Community service projects	Consistent penalties for merchants Fake ID laws Sobriety checkpoints Extra-curricular activities	Use/lose laws Diversion programs Court watch programs
School Based	Alcohol policies Life skills training Project Star Project Northland Health promotion programs Media education/literacy Social marketing	Living/learning contract Smart Moves Behavioral mentoring	Contact parents Reconnecting Youth Program
Family Based	Parent/children videotapes	Ready or Not Program SASY driver training program Strengthening Families Program	Functional Family Therapy Parenting Adolescents Wisely Program
Individual Based	Alcohol-free activities	Project Status Big Brothers/Big Sisters	Residential Student Assistance Program

PREVENTION PROGRAM CLASSIFICATION CHECKLIST

Universal Prevention Strategies	YES
1. Address the entire population with messages, skills and programs designed to prevent or delay the use and abuse of alcohol, tobacco and other drugs.	
2. Reflect environmental influences such as community values, economic and employment stability, support, and other issues.	school
3. The program is communicated to everyone regardless of whether they are at risk for substance abuse.	
4. Have a low staff-to-recipient ratio.	
Selective Prevention Strategies	YES
1. Target subgroups of the population that are determined to be at risk for substance abuse.	
2. Generally operated in schools or community agencies.	
3. Recipients are recruited to participate.	
4. Generally require more time and effort by participants and run for longer periods of time than universal programs.	
5. Require skilled staff.	
6. Program activities are generally more involved in the daily lives of the participants and attempt to change the participants in specific ways.	
Indicated Prevention Strategies	YES
1. Target individuals who are experiencing early signs of substance abuse and other related disorders, but who have not yet reached the point of addiction.	
2. Focus is on the individual rather than on factors in the community.	
3. Designed to stem the progression of substance abuse and related disorders and change the participant's behavior.	
4. Individuals are specifically recruited based on an assessment of their personal risk or related problem behaviors.	
5. Programs are frequently intensive and of long duration.	
6. Require highly skilled and trained staff who have clinical training, counseling, or other skills.	

بسم الله الرحمن الرحيم

فصل یازدهم- پیشگیری از اعتیاد در محله ها

مرور و جمع بندی

مهرداد احترامی – روانپزشک



محلہ کجاست؟

مشخصه های محله :

- محله دارای سابقه تاریخی است .
- محله دارای فضاهای عمومی و باز برای بروز و ظهور خلاقیت های فرهنگی اجتماعی است .
- محله دارای نمادها و زیر ساخت های خاص خود است .
- امکان اعمال نظر و نظارت عمومی در محله وجود دارد .
- محله دارای اجتماع قانون مدار و یا ارزش مدار است .
- در ساکنان محله احساس مالکیت وجود دارد .
- محله دارای ساخت اجتماعی و سیاسی است (مانند شورای محله)
- تعلق اجتماعی در محله وجود دارد .
- در محله انسجام و پیوستگی وجود دارد .
- توانایی شناخت و حل مسائل محله در حیطه قدرت افراد محله است .
- در محله آرامش ، امنیت و آزادی وجود دارد .
- با نظام های اقتصادی - فرهنگی - اجتماعی و سیاسی شهر پیوند دارد .
- هنجارهای خاص در محله حاکم است .

مهمترین عوامل تشکیل دهنده هویت محله های شهری :

۱. تعاملات انسانی
۲. حافظه تاریخی (خاطره)
۳. رفتارها و هنجارها
۴. فرهنگ
۵. هنر و سلیقه

(محمدی.اعظم-فرهنگ فر. فرهاد)



اجتماع محلي

اعتیاد چیست؟

- بیماری : حالتی که در آن فرد احساس آسایش جسمی ، روانی یا اجتماعی نمی کند .
- جرم : عملی ناروا (مغایر ارزش ها یا قانون) + نیت بد (actus reus + mens era)
- مشکل اجتماعی : وضعیتی است که از نظر شمار قابل توجهی از مردم (نه لزوما اکثر آن ها) کیفیت زندگی یا مهمترین ارزش های آن ها را تهدید می کند ، علل یا عوارض اجتماعی دارد و حل آن نیازمند برنامه اجتماعی است

پیشگیری چیست؟

مرگ- فروپاشي اجتماعي

بازتواني- حمايت – مداخله در بحران

عوارض اجتماعي – عوارض جسمي

خدمات درماني

مشکل اجتماعي - بيماري

پيشگيري کلاسيک

بالا بودن عوامل خطر – پايين بودن عوامل محافظ

(premordial)پيشگيري پيشين

کيفيت پايين زندگي – نبود سرمايه اجتماعي- نبود ارزشهاي ديني – مديريت نامناسب سلامت – ...

پيشگيري ارتقايي

نارسايي هاي فرهنگي ، اقتصادي، سياسي

تعریف پیشگیری:

نوعی اندیشه سیستمیک، خلاق و هوشمندانه که بر اساس پیش بینی آینده و انتخاب کم عارضه ترین و پر منفعت ترین هدف، برنامه و، اقدامات و بر مبنای شرافت انسانی و عدالت وارد مداخله می شود.

طيف پيشگيري

۱. سياست و قانون گذاري نافذ
۲. ايجاد حرکت در همسايگان (افراد نزديک از نظر فيزيکي) و اجتماعات
۳. تغييرکردار سازماني
۴. پرورش ائتلاف ها و شبکه ها
۵. آموزش ارائه دهندگان خدمت
۶. ارتقاي آموزش اجتماعات
۷. تقويت دانش و مهارت فردي

نگاهي به تاريخچه

- اشاره بر نفي اجتماعي و منع اخلاقي - قرن ۱۹
- القاء ترس - دهه ۶۰ ميلادي
- آموزش و اطلاع رساني - نسل اول
- رويکرد هنجاري (تخمين غلط- همه معتادند)- نسل دوم
- آموزش مهارتهاي مقاومت- نسل سوم- دهه ۷۰ و ۸۰
- آموزش مهارتهاي فردي و اجتماعي

رحيمي موقر

- رويکرد اجتماع محور و رويکرد جامع

انواع مدل های پیشگیرانه:

- مدل سبب شناسی
- مدل کمبود های فردی
- مدل یادگیری اجتماعی بندورا
- مدل نفوذ عوامل اجتماعی
- مدل اکولوژیک (بر اساس تئوری بازاریابی اجتماعی، توسعه سازمانی، سازمان یابی محله ای و، نفوذ نوآوری)

- مطالعات روش‌هایی را که ترس بر انگیز هستند موثر نمی‌داند اما این روشها غالباً در مدارس مورد استفاده قرار می‌گیرند.
- همچنین روشهایی که دانش در مورد عوارض مواد را به دانش‌آموزان منتقل می‌کند و روش‌های عاطفی موثر نیستند.
- مدل القای اجتماعی- شناختی (آموزش مهارت‌های زندگی و مقاومت)ء موثر بوده است. همچنین روش‌های مربوط به اصلاح انتظارات به سوي انتظارات هنجار
- همینطور آموزش مهارت‌های عمومی و فردی تا ۶ سال تأثیرات خود را نشان داده است.

موضوعات اصلی در ارتقای سلامت موارد زیرین است

- دستیابی به سلامتی
- گسترش محیط هدایتگر به سوی سلامتی
- تقویت شبکه های اجتماعی و حمایت های اجتماعی
و راهبردهای مناسب کنار آمدن (با مشکلات)
- ارتقاء و افزایش رفتار مثبت سلامتی
- افزایش دانش و توزیع اطلاعات مرتبط با سلامت

اصول رویکرد سلامت همگانی:

۱. مساله مواد يك موضوع يگانه است نه دو گانه و سه گانه
۲. نیاز به يك سياست واحد ملي وجود دارد
۳. سوء مصرف مواد د سير طبيعي خود را دارد.
۴. مشکل جهاني وکلي داروي مضر، تنباکو است.
۵. مساله طيف ضرر رسانی و مفهوم استفاده بدون ضرر
۶. قانون مي تواند هوشمندانۀ مورد استفاده قرار گیرد.
۷. قانوني کردن، راه حل مساله نیست.
۸. جایگاه وضعیت اخلاق (هنجاري) مهم است.

رابطه ی رویکرد و مدل برنامه ریزی را می
توان به سه صورت زیر نشان داد:

- مدل بیماری---- رویکرد پزشکی
- مدل رفتاری---- رویکرد مهارت های زندگی
- مدل محیطی اجتماعی---- رویکرد اجتماع محور

چند مثال از پشته‌خانه جهانی:

- پروژه تکامل اطفال – تمرکز بر تقویت حس اجتماعی/عنصر کلیدی در کاهش سو مصرف Schaps.E,2000
- کاهش ۸ تا ۱۵ درصدی مصرف سیگار و ماری جوانا در جوانان با اجرای برنامه های اجتماع محور (Botvin-1995)
- در آیووا با حمایت NIDA در سالهای ۹۳ تا ۲۰۰۰ در کسانی که در برنامه اجتماع محور شرکت نکرده اند ۴/۲ برابر از کاهش شروع مصرف محروم ماندند
- در میامی امریکا از سال ۹۰ تا ۹۵- از طریق آموزشهای همسایگی ورهبران، دو هزار محل مصرف کراک تعطیل شد و افت واضحی در شروع مصرف مواد ایجاد شد (Lowinson-97)

استراتژی های اساسی

- مردم محوری

- اساس محلی

تمام برنامه ريزي ها بايد به سه پرسش پاسخ دهد:

- اهداف اختصاصي من چه هستند؟
- براي دستيابي به اين اهداف من چه کاري بايد انجام دهم؟
- چطور ميتوانم اثبات کنم که به اهدافم دست يافته ام؟

Ewles and Simnet-1999

عنوان (عامل خطر)

- معیارهای اجتماعی که مصرف مواد را مجاز بداند
- فقر
- فقدان تقید و وابستگی (Bonding) اجتماعی
- نابسامانی جامعه
- محرومیت از حقوق شهروندی
- دسترسی آسان به سیگار، الکل و مواد
- بی خانمانی
- فقدان منابع اقتصادی و اجتماعی برای جوانان
- میزان جابجایی زیاد در محله
- تعداد خانواده های دارای بیمار روانی در محله
- تعداد خانواده های دارای مشکلات ارتباطی
- میزان مصرف الکل و سایر مواد در محله
- سیاست های تشویق و ترویج مواد
- پیام های تبلیغاتی خاص
- قوانین بی کفایت برای مصرف مواد (مثل سیگار یا الکل) در سنین پایین

عنوان (عوامل محافظ)

- فرصت های اجتماعی و تفریحی مناسب
- میزان حمایت پلیس از جوانان
- فرصت مشارکت همه ی افراد در سنین مختلف
- امکان انجام فعالیت های پس از مدرسه در محله
- پیوند افراد با نهادهای اجتماعی
- دلبستگی و شبکه های روابط اجتماعی
- دسترسی به خدمات اجتماعی و عمومی
- نفوذ هنجار های ضد مواد
- هماهنگی و همکاری در بین سازمان های محله
- آگاهی از قوانین
- شیوع پایین جرم و بزه در اطرافیان

جایگاه مساله مدار



جایگاه جهت مدار



ساختار سازي

سازمان های اجتماع محور یا محله ای

سازمان هایی هستند که محوریت آنها اجتماعات منطقه ای و محل فعالیت آنها اجتماع کوچک است به طور معمول غیر انتفاعی و غیر دولتی هستند و توسط اجتماعات محلی و برای آنها کار می کند. اعضای آن ذینفعان همان اجتماع است. اصولاً در جواب به برخی نیازها یا موقعیت های محلی ایجاد می شوند اغلب مربوط به محیط بلا فصل بوده و معمولاً فعالیت های گوناگون برای بهبود شرایط را حمایت میکنند. مشارکت در تصمیمگیری رکن اساسی است.

موتور پیشرفت واقعی در اقدامات اجتماع کوچک

همکاری درون محلی

برنامه اجتماع محور چیست؟

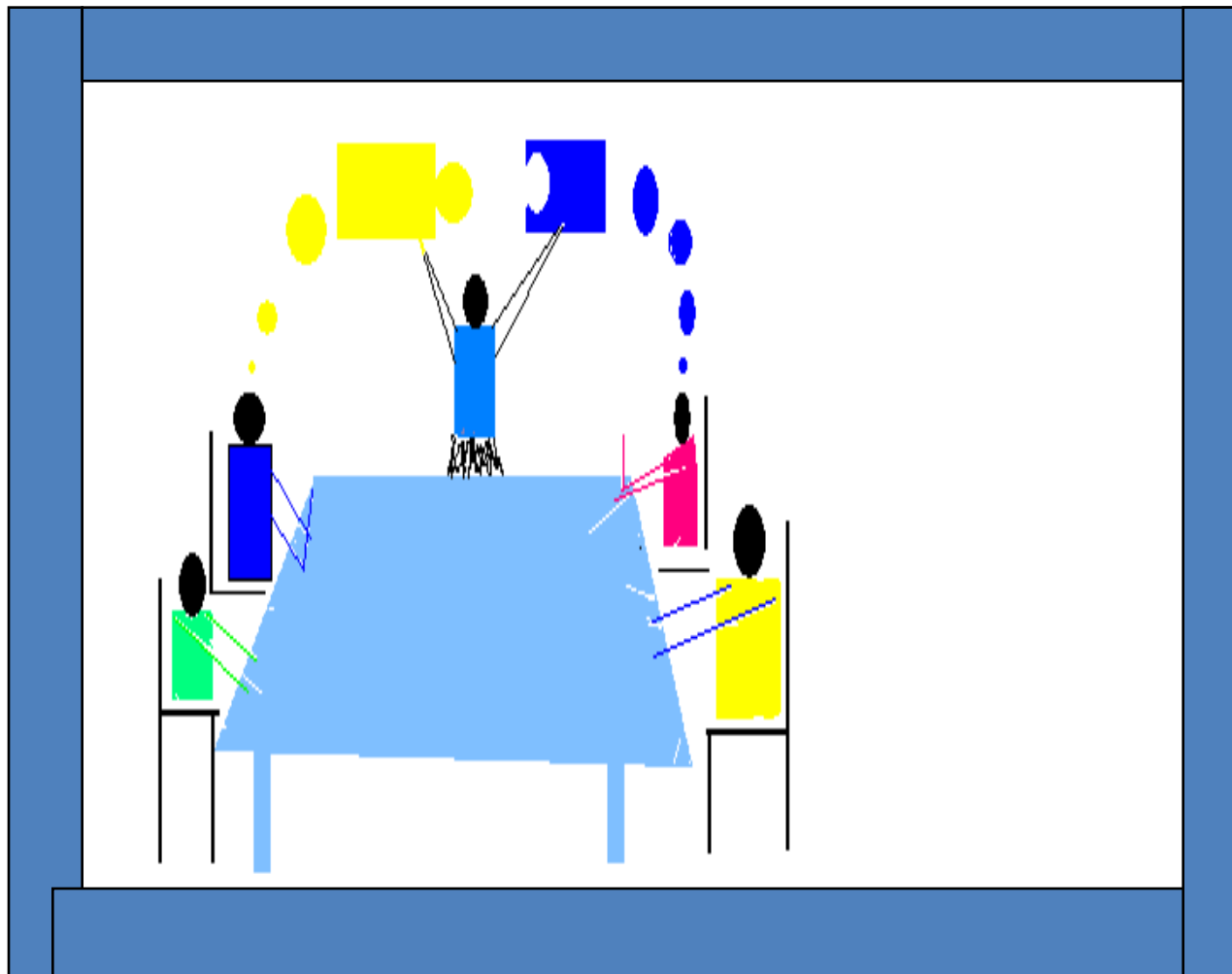
- نوعی برنامه است که بر اساس رویکرد اجتماع محورو مدل محیطی-اجتماعی طراحی می شود.
- در این برنامه ذی نفعان يك اجتماع كوچك در تمام مراحل برنامه دخالت دارند.
- آموزش، حمایتگری و اقتدار افزایی راهبرد های اصلی آن هستند.
- این برنامه ها به منظور ایجاد تغییر در اجتماعات كوچك در جهت دستیابی به اهداف انسانی طراحی می شوند.

اقتدار افزایی جریانی از درون و با تتمد و شامل:

- احترام و توجه متقابل افراد اجتماع
- بازخورد دادن نقادانه توسط افراد اجتماع و سایر ذینفعان
- حمایت و مراقبت افراد و اجتماع از یکدیگر
- مشارکت در قالب گروه

فرایند کار در يك اجتماع كوچك:

۱. انتخاب
۲. ورود
۳. درك و تحليل موقعيت
۴. نیازها، اهداف، نقشها
۵. ارتباط برقرار کردن و گرد هم آوری مردم
۶. شکل دهی و ساختن سازمانها (ي محلي)
۷. حفظ حرکت داشتن سازمان
۸. رفتار مناسب با دوستان و دشمنان
۹. پایان دادن و ترك محل



تسهیل گری نه
تصمیم گیری



مقتدر سازی

مشارکت | بداخله مؤثر محله ای عمل سازمانی

مزایای رویکرد اجتماع محور

- (۱) حمایت بیشتر (۲) **هزینه کمتر** (۳) مسئولیت پذیری بیشتر (فرد و اجتماع) (۴) ایجاد اتمسفر پیشگیرانه (در سه سطح) (۵) ایجاد احساس شادمانی در اعضای اجتماع ناشی از همکاری در اقدامات (۶) تقویت رفتار مطلوب اجتماعی (۷) آسانی طی شدن مراحل درونی سازی (۸) ناامنی برای رفتارهای ضد اجتماعی (۹) تقویت هنجارهای حافظ سلامت (۱۰) **گسترش روابط انسانی** (۱۱) عدم تعمیم مشکلات (۱۲) عدم انکار مشکلات (۱۳) سهولت بیشتر در ارزشیابی (در برخی موارد) (۱۴) افزایش سرمایه اجتماعی (۱۵) آموزش و تمرین سایر زمینه های ارتقایی (۱۶) افزایش سرعت بهبودی و تعمیق آن در گروه (۱۷) تبدیل احساس گناه یا خشم فرد و جامعه نسبت به یکدیگر به احساس پسندیده **پیروزی مشترک** (۱۸) افزایش عوامل محافظ و کاهش عوامل خطر (۱۹) ایجاد احساس بهروزی (۲۰)

اتحاد براي احساس خوب و عمل خوب

