

به نام خدا

اصول طراحی و اجرای راهبرد جلب حمایت همه جانبه در برنامه های سلامت باروری

دکتر محسن شمس

تابستان 1387

مقدمه

موفقیت بسیاری از برنامه هایی که با هدف تغییر رفتار در حوزه سلامت طراحی می شوند، نیازمند اصلاح دیدگاه های تصمیم گیرندگان و ایجاد تغییر در سیاست های عمومی جامعه است. در دیدگاه ارتقای سلامت، در کنار توسعه مهارت های فردی و بازنگری سیستم خدمات بهداشتی درمانی، نیاز اساسی به تدوین سیاست های عمومی منطبق با سلامت، ایجاد محیط های حامی سلامت و تقویت اقدامات جامعه برای رسیدن به سلامت مطرح است و حصول موفقیت در این عرصه، نیازمند حمایت همه جانبه افراد، سازمان ها و بخش های کلیدی جامعه از برنامه های سلامت دارد و در این راستا جلب حمایت همه جانبه (که آن را به عنوان معادل فارسی **Advocacy** انتخاب کرده ایم) راهبردی اساسی به شمار می رود. بسیاری از موضوعات و مشکلات سر راه حوزه سلامت باروری نیز نیازمند استفاده از این راهبرد است، به طوری که بدون حمایت همه جانبه سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان و بسیج گروه های اجتماعی، رسیدن به اهداف مورد نظر و رفع نیازهای جامعه در این بخش امکان پذیر نخواهد بود.

آگاهی از اصول و مفاهیم کلیدی جلب حمایت همه جانبه و کسب مهارت در طراحی و اجرای این برنامه ها در حوزه سلامت و به ویژه سلامت باروری وظیفه ارائه کنندگان خدمات سلامت و از جمله آموزش دهندگان سلامت است تا گام های اساسی در جهت اصلاح سیاست های عمومی جامعه در این بخش برداشته شود و با درگیر شدن رهبران و تصمیم گیرندگان جامعه، بر میزان موفقیت برنامه های سلامت باروری افزوده شود و در نهایت نتایج مطلوبی عاید جامعه گردد.

جلب حمایت همه جانبه، تلاشی است برای تاثیرگذاری بر روی سیاست های عمومی جامعه که با استفاده از اشکال مختلف ارتباطات ترغیب کننده انجام می شود. در برنامه های جلب حمایت همه جانبه، گروه مخاطب ما افرادی هستند که مسئولیت راهنمایی یا کنترل رفتارهای نهادی، اجتماعی و گاهی فردی را دارا هستند. در این فرآیند تلاش می شود تا تصمیم گیری های مرتبط با سیاست های عمومی تحت تاثیر قرار گیرد. نقطه اشتراک در تمام برنامه های جلب حمایت همه جانبه، تمرکز بر راهکارهایی است که توسط گروه های اجتماعی و یا تصمیم گیرندگان و برای برخورد با مشکلاتی که مانع موفقیت مداخلات سلامت هستند، به کار می رود. در واقع حمایت کنندگان سلامت قادرند در موضوعات و مشکلات سلامت بر دولت ها، سازمان ها و افراد یک جامعه تاثیر بگذارند. استفاده از این راهبرد کلیدی در جهت اهداف نظام سلامت به ویژه حوزه سلامت باروری، در کنار اقدامات آموزشی و ارائه خدمات مناسب می تواند اثربخشی اقدامات ما در این زمینه ها را افزایش دهد.

مراحل اصلی برنامه ریزی برای جلب حمایت همه جانبه

1- شناسایی و تحلیل مسائل و موضوعات نیازمند جلب حمایت همه جانبه

گام اول در طراحی یک برنامه جلب حمایت همه جانبه، شناسایی مسائل و مشکلات موجود بر سر راه سیاست ها و برنامه هاست. به این ترتیب دستور کار برنامه جلب حمایت همه جانبه مشخص می شود. د. با توجه به تعدد مشکلات و محدودیت منابع در اختیار برنامه ریزان و نیز لزوم منطقی پرداختن به مسائل اساسی تری که نتیجه مطلوب تری به دنبال دارد، لازم است با کمک معیارهای مناسب، اولویت بندی مشکلات انجام شود و پس از آن اهداف کلی و اختصاصی برنامه تدوین گردد. استفاده از معیارهای عمومی در تعیین اولویت ها و توجه ویژه به معیار "قابلیت جوابگویی با فعالیت های جلب حمایت همه جانبه" و نیز مشارکت گروه مخاطب برنامه ها در فرآیند نیازسنجی و اولویت بندی مدنظر خواهد بود.

2- شناسایی و تحلیل دست اندرکاران برنامه

شناسایی افراد درگیر برنامه که اجرای برنامه و تاثیرات آن بر آنها بتواند تصمیم گیری های مرتبط با موضوع را تحت الشعاع قرار دهد، گام بعدی برنامه به شمار می رود. هدف اصلی این مرحله، شناخت دست اندرکاران برنامه است که تحلیل جامع هر گروه از آنها و اطلاع از خصوصیات شناختی و عوامل فردی آنان (ویژگی های سنی، جنسی، جغرافیایی، اقتصادی و نیز سطح آگاهی، وضعیت نگرش ها، باورها و علایق) مقدمه اقدامات بعدی در برنامه های جلب حمایت همه جانبه است. دست اندرکاران برنامه های حوزه سلامت را می توان به چهار دسته کلی زیر تقسیم کرد (18):

- 1- **ذی نفعان یا Beneficiaries:** افراد، گروه ها یا سازمان هایی که از نتیجه اقدامات مورد نظر ما سود خواهند برد. تعیین این دسته از افراد یا گروه ها و برقراری ارتباط درست و مناسب با آنها می تواند رسیدن به اهداف برنامه را تسهیل نماید. این دسته از دست اندرکاران به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از نتایج برنامه سود می برند و به همین دلیل آنها را به دو گروه اولیه و ثانویه تقسیم می کنند.
- 2- **تصمیم گیرندگان یا Decision Makers:** افراد، گروه ها یا سازمان هایی که تدوین سیاست ها و یا رد و قبول برنامه را برعهده دارند و تصمیمات آنها در اجرا یا عدم اجرای برنامه ها نقش کلیدی دارد. این گروه نیز در برنامه های حوزه سلامت و به ویژه سلامت باروری، قابل تقسیم به گروه های کوچکتری است که به نقش آنان و سطوح تاثیرگذاری آنها بستگی دارد. قانونگذاران، سیاستگذاران و مجریان سه زیرگروه عمده این دسته از دست اندرکاران به شمار می روند.
- 3- **شرکا یا Partners:** افراد، گروه ها یا سازمان هایی که دارای اهداف و مشکلات اختصاصی مشترک هستند و می توانند برای پیگیری آنها با یکدیگر متحد شوند. آنان مسائل مشترک را مورد توجه قرار می دهند، برای رفع مشکلات جدید منابع و استعداد های خود را ترکیب می کنند و رسیدن به اهداف بزرگ تر، نسبت به اهدافی که یک گروه یا فرد می تواند مدیریت کند، مدنظر قرار می دهند.

4 -مخالفین یا Adversaries: افراد، گروه ها یا سازمان هایی که رقبای برنامه به شمار می روند و موفقیت برنامه های مورد نظر، با ضرر آنان همراه است. این گروه از روی منطق یا احساس، در مقابل اجرای برنامه ها مقاومت می کنند.

3 -تعیین اهداف کلی و اختصاصی برنامه

مانند هر برنامه دیگری تنظیم اهداف کلی و اختصاصی، جهت حرکت را مشخص خواهد کرد. پس از تعیین موضوعاتی که در حوزه سلامت باروری نیاز به جلب حمایت همه جانبه دارد و با مشخص شدن اولویت ها، اهداف اختصاصی برنامه تعیین می شود. در انتخاب اهداف اختصاصی برنامه های جلب حمایت همه جانبه باید به عوامل مختلفی توجه داشت. وضعیت سیاسی جامعه، احتمال موفقیت برنامه، اطلاعات موجود، منابع لازم برای پشتیبانی از برنامه، ظرفیت سازمانی و دانش و مهارت کارکنان بر روی فرآیند تعیین اهداف برنامه تاثیر خواهد گذاشت. هدف اختصاصی مشخص خواهد کرد که قرار است چه چیزی تغییر پیدا کند، چه کسی این تغییر را انجام دهد، چارچوب زمانی برای اجرای آن کدام است و بالاخره میزان مورد نظر برای این تغییر چقدر است. این اهداف، جهت گیری برنامه و آنچه باید ارزشیابی شود، را تعیین می کند.

ویژگی هایی که لازم است در تدوین اهداف اختصاصی مدنظر قرار گیرد عبارتند از:

- 1- متمرکز بر اقدام خاصی باشد (Specific) و به قدر کافی جزیی شده باشد که توسط همه درک شده و جهت گیری های شفاف ایجاد نماید.
- 2- قابل اندازه گیری و سنجش باشد (Measurable) تا میزان تحقق و درصد پیشرفت برنامه را مشخص نماید.
- 3- دست یافتنی باشد (Attainable) و رسیدن به آنها غیرممکن نباشد.
- 4- توجه آن به نتیجه مشخصی باشد (Result- oriented) و نتیجه خاصی را دنبال نماید.
- 5- زماندار باشد (Time- bounded) و چارچوب زمانی مشخص و واضح داشته باشد.

4 -طراحی راهبرد مناسب شامل رویکردها و تکنیک ها

گام بعدی در برنامه ریزی برای جلب حمایت همه جانبه شناسایی، انتخاب و استفاده از استراتژی مناسب است. در این مرحله تکنیک ها و رویکردهایی که از نظر سیاسی، اقتصادی و اجتماعی قابل قبول و پذیرفتنی باشند و امکان اجرای آن در گروه مخاطب اختصاصی برنامه وجود داشته باشد، مدنظر قرار می گیرد.

انواع رویکردها در برنامه جلب حمایت همه جانبه

- 1) **درگیر ساختن رهبران جامعه:** رهبران جامعه اعم از رهبران اجتماعی، سیاسی و عقیدتی مورد وثوق افراد هستند و مشارکت دادن این افراد و گروه های تاثیرگذار در مراحل طراحی، اجرا و ارزشیابی برنامه های سلامت باروری که حساسیت و ویژگی های خاصی دارند، می تواند با کاستن از میزان مخالفت آنها، باعث جلب حمایت آنان از برنامه شود.
- 2) **کار با رسانه های جمعی:** نفوذ و تاثیر برنامه های رسانه های جمعی در جوامع مختلف روز به روز در حال افزایش است. استفاده از این کانال مهم برای تاثیرگذاری بر افراد جامعه و نیز قانونگذاران، سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان، موفقیت برنامه های جلب حمایت همه جانبه را تضمین خواهد کرد. توانایی رسانه ها در تعیین مشکلات در اولویت، تاثیرگذاری بر بحث های اجتماعی مرتبط با موضوع، اعمال نفوذ بر دست اندرکاران و ترویج ارزش های همخوان با برنامه باعث شده که کار با رسانه های جمعی به عنوان رویکردی اساسی در برنامه های جلب حمایت همه جانبه مطرح باشد.
- 3) **ایجاد شراکت و ائتلاف:** داشتن اهداف همسو و مشترک (و نه لزوماً یکسان) با سازمان ها و گروه های فعال در جامعه می تواند زمینه ائتلاف و شراکت با آنها را برای رسیدن به مقصود فراهم نماید. این گونه ائتلاف ها امکان استفاده از منابع مالی و انسانی مجموعه ای بزرگتر را فراهم می کند و با این ائتلاف ها (رسمی یا غیر رسمی، دائم یا موقت) امنیت، قدرت و مشروعیت برنامه ها افزایش می یابد.
- 4) **بسیج گروه های اجتماعی:** بسیج کردن گروه های اجتماعی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم از نتایج برنامه سود می برند و استفاده از امکانات این گروه ها برای اجرای روش های مورد نظر در برنامه های جلب حمایت همه جانبه، رویکرد دیگری است که با تبدیل مردم و گروه ها از حالتی منفعل و تماشاگر به افراد و گروه های مشارکت جو و فعال، علاوه بر این که اعتبار، مشروعیت و قدرت اعمال نفوذ بر افراد کلیدی جامعه را افزایش خواهد داد، باعث افزایش اعتماد و کارایی و عزت نفس اعضای جامعه می شود و برنامه را از حالت متخصص محور بودن خارج می کند.
- 5) **ظرفیت سازی:** ایجاد زیر ساخت های لازم برای اجرای برنامه ها ضرورتی غیرقابل انکار است. توانمندسازی نیروی انسانی، تخصیص منابع لازم برای برنامه، ایجاد زمینه شراکت برای حمایت از تغییرات مورد نظر، شناسایی و خلق ذی نفعان متعدد و تدوین نظام های اطلاعاتی برای تقویت نوآوری ها و برنامه ها و بالاخره هماهنگی و مدیریت برنامه های اجتماعی مورد نیاز برای تغییر، از جمله اقداماتی است که به افزایش ظرفیت جامعه می انجامد.
- 6) **استفاده از نظام حقوقی و قانون:** تلاش برای تدوین قوانین حامی سلامت باروری و نظارت بر اجرای دقیق آنها، رویکردی است که در طراحی و اجرای برنامه های جلب حمایت مورد توجه قرار می گیرد. شناخت شکاف حقوقی و قانونی در جامعه و توجه به علل عدم اجرای قوانین موجود در جامعه، فعالیت ها و برنامه های جلب حمایت همه جانبه را جهت خواهد داد و تدوین این قوانین زمینه را برای کسب حمایت سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان آماده خواهد ساخت.

انواع فنون ترغیب سازی (Persuasion Techniques)

عملیاتی کردن هر یک از رویکردهای فوق نیازمند شناخت و استفاده از روش ها و تکنیک هایی دارد که از آنها با عنوان تکنیک ها یا فنون ترغیب سازی نام برده می شود. این تکنیک ها عبارتند از:

1) ایجاد فشار Pressuring

2) حساس سازی Sensitizing

3) مذاکره Negotiating

4) اعمال نفوذ Lobbying

5) دادخواهی Petitioning

6) مناظره Debating

7) گفتگو Dialoguing

8) برانگیختن Mobilizing

9) فنون رسانه ای Media techniques

مواد قابل استفاده در برنامه های جلب حمایت همه جانبه

پس از شناسایی و تحلیل موضوعات مورد نظر، هدف گذاری برنامه و تحلیل مخاطبینی که با عنوان دست اندرکاران برنامه شناخته می شوند، محتوای پیام ها طراحی می گردد و برای ارسال پیام ها، نیاز به استفاده از مواد مناسب خواهد بود.

این مواد را می توان به دو گروه عمده زیر تقسیم کرد:

1) مواد چاپی مانند پوستر، پمفلت و لیفلت، کتابچه، اعلامیه

2) تصاویر و مواد دیداری شنیداری مانند تصاویر ثابت، مجموعه های اسلاید و فیلم های ویدیویی

انتخاب و استفاده از مواد مناسب در مراحل اجرایی برنامه جلب حمایت همه جانبه از جمله مهارت های ضروری طراحان و مجریان برنامه جلب حمایت همه جانبه به شمار می رود.

5- تولید پیام های اساسی برای جلب حمایت همه جانبه

طراحی و تولید پیام های مناسبی که بتواند حمایت همه جانبه دست اندرکاران برنامه را جلب کند و انگیزه آنان را برای پشتیبانی از برنامه ها افزایش دهد. در این مرحله توجه به تفاوت در محتوا و شکل پیام برای گروه اختصاصی مخاطب برنامه ضروری است. در این مرحله و پس از تحلیل موضوعات، تدوین اهداف اختصاصی و شناسایی و تحلیل مخاطبین برنامه، باید برای تولید پیام های اصلی برنامه اقدام نمود. در این مرحله با توجه به موضوعات در اولویت و گروه هایی که در تحلیل دست اندرکاران، موثر شناخته شده اند، سبک پیام و اجزای کلیدی پیام ها مشخص می شود تا در مرحله نهایی پیام های مناسب طراحی گردد.

الف- انواع سبک های پیام

- 1) **جاذبه های عاطفی در مقابل جاذبه های منطقی پیام:** پیامی که با تحریک عواطف و احساسات بر گروه مخاطب تأثیری می گذارد با پیامی که ضمن بیان جوانب منطقی یک موضوع، نظر مخاطبین را جلب می کند، متفاوت است. هر یک از این دو سبک، برای گروه های مخاطب خاص و شرایط ویژه ای کاربرد دارد.
- 2) **جاذبه های منفی در مقابل جاذبه های مثبت پیام:** در یک سبک پیام ممکن است نقاط منفی حاصل از وضعیت موجود مرتبط با موضوع مدنظر بیان گردد، در حالی که در پیام دیگری به جوانب مثبت تغییر در موضوع برنامه پرداخته شود.
- 3) **جاذبه های فردی در مقابل جاذبه های جمعی پیام:** پیام هایی که برای تک افراد و با هدف تأثیرگذاری بر فرد طراحی و منتشر می گردند با پیام هایی که دیدگاه جمعی دارند، متفاوت خواهند بود.
- 4) **جاذبه های ارائه تکراری در مقابل جاذبه های ارائه یک باره پیام:** بعضی از پیام ها به صورت تکراری منتشر می شوند در حالی که بیان برخی دیگر تنها یک بار کاربرد دارد.
- 5) **پیام های با نتیجه گیری مشخص در مقابل پیام های با نتیجه گیری باز:** پیام هایی که نتیجه گیری را برعهده گیرنده پیام می گذارد با پیام هایی که به صورت واضح و شفاف نتیجه گیری می کنند، تفاوت دارند. انتخاب هر یک از سبک های پیام در برنامه های جلب حمایت همه جانبه، بستگی به موضوع، اهداف و نتایج حاصل از تحلیل مخاطب دارد. به عبارت دیگر مهارت فردی که در جهت جلب حمایت همه جانبه برای برنامه ای تلاش می کند، در انتخاب درست و بجای سبک پیام باعث اثربخشی بیشتر پیام خواهد شد.

ب- اجزای کلیدی در پیام ها

- 1) **توصیف موضوع در پیام:** معرفی و بیان واضح موضوع که قرار است برای آن جلب حمایت شود، هسته اصلی پیام های جلب حمایت همه جانبه را تشکیل می دهد.
- 2) **بیان بزرگی موضوع:** معرفی موضوع در پیام به تنهایی کافی نیست. پرداختن به بزرگی و اهمیت موضوع باعث می شود که توجه مخاطب به موضوع (دستور کار برنامه) جلب گردد.
- 3) **بیان تأثیر منفی مشکل بر جامعه یا گروه های جمعیتی:** علاوه بر بزرگی و اهمیت موضوع، بیان تأثیرات منفی حاصل از موضوع بر جامعه در پیام ضروری است.
- 4) **بیان این که دست اندرکاران چه کاری می توانند برای توجه به موضوع انجام دهند:** بیان انتظاراتی که از گروه مخاطب برنامه می رود و بیان آنها در پیام تکلیف مخاطب پیام را مشخص خواهد کرد. مخاطب پیام مرتبط با برنامه جلب حمایت همه جانبه، با دیدن پیام می تواند بفهمد که نقش او در ارتباط با این موضوع چیست و چه کاری از او ساخته است. به این ترتیب، پیام های مشخص و مجزا و با سبکی خاص، برای هر گروه از دست اندرکاران برنامه تهیه می شود و آماده انتقال به آنان خواهد بود.

6- اقدام عملی برای ایجاد سیاست ها یا تغییر در آنها و تهیه طرح کار

در این مرحله، ائتلاف و شراکت با افراد و گروه ها، ملاقات با قانونگذاران، سیاستگذاران و سایر تصمیم گیرندگان در جامعه و ارائه پیام های تاثیرگذار با هدف حساس سازی آنان از اهمیت و بزرگی مساله و منافع و موانع برنامه انجام می گیرد. این بخش، اولین قدم برای اقدام عملی در جهت ایجاد یا تغییر در سیاست ها به شمار می رود و نقطه شروع آن زمانی است که مشکل شناسایی شده و راه حل مورد پذیرش قرار گرفته است و اراده سیاسی و عمومی برای اقدام شکل گرفته باشد. از آنجا که فرصت ها و موقعیت های اثرگذاری بر این گروه ها محدود است، بیان موثر و معرفی قانع کننده برنامه اهمیت بسیار دارد تا به این ترتیب موقعیت های کوچک به موفقیت برنامه جلب حمایت همه جانبه پیوند داده شود.

7- پایش و ارزشیابی برنامه

برای این که میزان دستیابی به اهداف برنامه جلب حمایت همه جانبه مشخص گردد، برنامه را باید به صورت مستمر مورد ارزشیابی قرار داد. طراحان و مجریان برنامه های جلب حمایت همه جانبه باید اثربخشی اقدامات خود را در هر مرحله مورد سنجش قرار دهند و بر اساس یافته های ارزشیابی، اهداف جدیدی را مشخص و پیگیری نمایند.

- 1- پایش برنامه: به صورت مستمر و در طی طراحی و اجرای برنامه انجام می گیرد و به سه بخش تقسیم می شود:
- پایش ورودی های برنامه شامل منابع مالی، انسانی و تجهیزاتی: آیا ورودی ها بر اساس برنامه و بودجه تعیین شده در اختیار برنامه گذاشته شده است؟

- پایش فعالیت های برنامه: آیا فعالیت ها بر اساس برنامه و طراحی پروژه انجام شده است؟
- پایش نتایج: آیا نتایج به همان صورت که برنامه ریزی شده است، به دست آمده است؟

ب- ارزشیابی برای تعیین اثربخشی برنامه: تا چه اندازه به نتایج مورد نظر دست یافته ایم؟
با تعیین و استفاده از شاخص های مناسب در پایش و ارزشیابی برنامه جلب حمایت همه جانبه، می توان سیر پیشرفت و رسیدن به نتایج را اندازه گیری کرد و برای ارتقای برنامه تلاش کرد.
حال که با مفاهیم کلیدی جلب حمایت همه جانبه و اصول و مقدمات برنامه ریزی در این حوزه آشنا شدیم، جزئیات فرآیند جلب حمایت همه جانبه از برنامه های سلامت باروری را مورد توجه قرار می دهیم.

1) شناسایی و تحلیل موضوعات نیازمند جلب حمایت همه جانبه در حوزه سلامت باروری

سلامت باروری به مجموعه فرآیندها، عملکردها و سیستم های باروری در تمام مراحل زندگی توجه دارد و به طور ضمنی بر این مفهوم دلالت دارد که مردم قادرند از یک زندگی جنسی سالم، رضایتبخش و مسئولانه برخوردار باشند و قابلیت باروری و آزادی تصمیم گیری برای زمان و نحوه آن را داشته باشند. سلامت باروری به حق مرد و زن برای گرفتن اطلاعات و دستیابی به روش های تنظیم خانواده سالم، اثربخش، مقرون به صرفه و قابل قبول و نیز خدمات سلامت مناسبی که گذر سالم زنان از دوران بارداری و زایمان را تامین کند و برای زوجین بهترین انتخاب را برای داشتن یک نوزاد سالم فراهم نماید، اشاره دارد. این تعریف بین المللی که در سال 1994 در قاهره مورد قبول کشورهای مختلف قرار گرفت، شامل حوزه های سلامت جنسی (زندگی جنسی مسئولانه، رضایتبخش و سالم)، آزادی باروری (دستیابی به اطلاعات، روش ها و خدمات) و مادری سالم (بارداری، زایمان سالم و بچه های سالم) است.

برای موفقیت اقدامات مرتبط با این حوزه ها، ترکیبی از ارائه خدمات، آموزش، ارتباطات و اطلاعات، و فعالیت های مرتبط با سیاست های عمومی جامعه مورد توجه قرار می گیرد و به این ترتیب، اصلاح سیاست های عمومی جامعه و جلب حمایت سیاستگذاران و سایر تصمیم گیرندگان در زمینه این محورها اساس برنامه های جلب حمایت همه جانبه را شامل خواهد شد.

مرحله اول طراحی و اجرای برنامه جلب حمایت همه جانبه در حوزه سلامت باروری، شناسایی موضوعاتی است که لازم است در جامعه مورد حمایت قرار گیرد و سیاست های عمومی نسبت به آن تغییر نماید. از آنجا که محورهای اصلی مربوط به سلامت باروری در کشورهای مختلف و محیط های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی متفاوت، با یکدیگر فرق دارند و ممکن است در بیان این محورها و یا درجه اولویت هر یک تفاوت هایی بروز نماید، استفاده از نظرات کارشناسان و خبرگان حوزه سلامت باروری و نیز مراجعه به مستندات رسمی و غیر رسمی کشور ما ضرورت دارد. برای دستیابی به این موضوعات و دستور کار برنامه جلب حمایت همه جانبه، ابتدا فهرستی از موضوعات حوزه سلامت باروری تهیه شد تا از میان آنها محورهای اصلی برنامه مشخص گردد. در این مرحله مجموعاً 86 موضوع انتخاب و در چهار گروه اصلی بهداشت باروری، بهداشت باروری نوجوانان، حقوق باروری و جنسیت، قرار گرفت. این موضوعات در جلساتی با حضور مدیران کل دفتر سلامت خانواده، مدارس و جمعیت، دفتر ارتباطات و آموزش سلامت، امور بانوان معاونت سلامت وزارت بهداشت، نمایندگان صندوق جمعیت ملل متحد و مجریان پروژه مورد بررسی قرار گرفت تا روی مواردی که نیاز به جلب حمایت همه جانبه در ایران دارد، توافق به عمل آید. درواقع در این مرحله ابتدا حمایت همه جانبه مسوولین درون بخشی برنامه ها کسب گردید.

حاصل جلسات متعدد کارگروه فوق، فهرست نهایی بود که قرار بود موضوعات اصلی "برنامه جلب حمایت همه جانبه از برنامه های سلامت باروری" تشکیل دهد و با اولویت بندی آنها دستورکار اصلی پروژه تهیه گردد. این اولویت ها مبنای اجرای مراحل بعدی برنامه جلب حمایت همه جانبه خواهد بود.

عناوین مربوط به حوزه سلامت باروری

ردیف	عنوان
1	پیشگیری از رفتارهای پر خطر جنسی، ایدز و بیماری های مقاربتی
2	مادری ایمن، کهک های اولیه و زایمان طبیعی
3	تغذیه با شیر مادر
4	باروری و ناباروری
5	تنظیم خانواده
6	سرطان های شایع دستگاه تولید مثل زنان
7	الگوهای ازدواج و آموزش های قبل و هنگام ازدواج
8	سلامت باروری در اسلام
9	مهارت های زندگی و پیشگیری از طلاق از دیدگاه سلامت باروری
10	مشارکت مردان در برنامه های سلامت باروری
11	سلامت باروری در بلایا و حوادث غیرمترقبه
12	سلامت باروری مردان
13	یائسگی و مسائل مربوط به سالمندان

عناوین مربوط به حوزه سلامت باروری نوجوانان

ردیف	عنوان
1	آموزش، مشاوره و ارائه خدمات سلامت باروری به نوجوانان شامل آموزش رفتارهای پرخطر، بیماری های آمیزشی و ایدز
2	آموزش سلامت باوری در خانواده
3	آموزش سلامت باوری در مدارس
4	تکامل و تغییرات روانی نوجوانان
5	هویت جنسیتی و بلوغ جسمی روانی
6	بارداری های ناخواسته و سقط

عناوین مربوط به حوزه حقوق باروری و جنسیت

ردیف	عنوان
1	حق انتخاب آزادانه و آگاهانه همسر
2	انتخاب آزادانه و آگاهانه برای بچه دار شدن
3	امنیت جنسی (حق بهره مندی از زندگی جنسی رضایت بخش)
4	حق برخورداری از اطلاعات، آموزش و مشاوره، و ارتباط در زمینه حقوق باروری
5	ایجاد محیط های حمایت کننده
6	عدالت جنسیتی
7	حقوق دوران بارداری و شیردهی
8	حق دریافت خدمات سلامت باروری
9	حق انتخاب روش پیشگیری از بارداری
10	حق استفاده از خدمات سلامت باروری با کیفیت مناسب
11	مشارکت بخش های غیردولتی در برنامه های حقوق باروری
12	ساختار حقوق خانواده
13	حقوق مهاجرین در برخورداری از خدمات سلامت باروری
14	نقش های جنسیتی و کلیشه های رایج
15	جنس و جنسیت
16	مشارکت زنان در سلامت خانواده
17	ظلم مبتنی بر جنسیت

این محورها، موضوعات اصلی برنامه های جلب حمایت همه جانبه از برنامه های سلامت باروری را مشخص می سازد. مرحله بعد، استفاده از معیارهای تعیین شده و انتخاب روش امتیاز دهی مناسب و انجام اولویت بندی برای این موضوعات است تا مشخص گردد براساس کدام اولویت ها، برنامه جلب حمایت همه جانبه طراحی و اجرا می گردد. در این مرحله با استفاده از نظرات گروه های کارشناسی و خبرگان حوزه سلامت باروری عمل خواهد شد. در جدول زیر نمونه هایی از معیارهایی که می توانند در فرآیند اولویت بندی موضوعات و مشکلات مذکور مورد استفاده قرار گیرند، آورده شده است.

تعیین اولویت های برنامه جلب حمایت همه جانبه

رتبه در اولویت بندی	جمع امتیازات	می تواند گروه ها و ذی نفعان بسیاری را بسیج کند	با کمک مداخلات جلب حمایت همه جانبه قابل حل شدن است	با ماموریت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی	تاثیر قابل توجهی بر برنامه های جمعیت و سلامت باروری کشور دارد	تعداد زیادی از افراد جامعه را تحت تاثیر قرار می دهد	موضوع	ردیف
سلامت باروری								
							پیشگیری از رفتارهای پر خطر جنسی، ایدز و بیماری های مقاربتی	1
							مادری ایمن و کمک های اولیه	2
							تغذیه با شیر مادر	3
							باروری و ناباروری	4
							تنظیم خانواده	5
							سرطان های شایع دستگاه تولید مثل زنان	6
							الگوهای ازدواج و آموزش های قبل و هنگام ازدواج	7
							سلامت باروری در اسلام	8
							مهارت های زندگی و پیشگیری از طلاق از دیدگاه سلامت باروری	9
							مشارکت مردان در برنامه های سلامت باروری	10
							سلامت باروری در بلایا و حوادث غیرمترقبه	11
							سلامت باروری مردان	12
							یائسگی و مسائل مربوط به سالمندان	13
بهداشت باروری نوجوانان								
							آموزش، مشاوره و ارائه خدمات سلامت باروری به نوجوانان شامل آموزش رفتارهای پرخطر، بیماری های آمیزشی و ایدز	14
							آموزش سلامت باوری در خانواده	15
							آموزش سلامت باوری در مدارس	16

							تکامل و تغییرات روانی نوجوانان	17
							هویت جنسیتی و بلوغ جسمی روانی	18
							بارداری های ناخواسته و سقط	19
حقوق باروری و جنسیت								
							حق انتخاب آزادانه و آگاهانه همسر	20
							انتخاب آزادانه و آگاهانه بچه دار شدن	21
							امنیت جنسی (حق بهره مندی از زندگی جنسی رضایت بخش)	22
							حق برخورداری از اطلاعات، آموزش و ارتباط (IEC) در زمینه حقوق باروری	23
							ایجاد محیط های حمایت کننده	24
							عدالت جنسیتی	25
							حقوق دوران بارداری و شیردهی	26
							حق دریافت خدمات سلامت باروری	27
							حق انتخاب روش پیشگیری از بارداری	28
							حق استفاده از خدمات سلامت باروری با کیفیت مناسب	29
							مشارکت بخش های غیردولتی در برنامه های حقوق باروری	30
							ساختار حقوق خانواده	31
							حقوق مهاجرین در برخورداری از خدمات سلامت باروری	32
							نقش های جنسیتی و کلیشه های رایج	33
							جنس و جنسیت	34
							مشارکت زنان در سلامت خانواده	35
							ظلم مبتنی بر جنسیت	36

2) تدوین اهداف قابل اندازه گیری

پس از تعیین مشکلات و موضوعاتی که در حوزه سلامت باروری نیاز به جلب حمایت همه جانبه دارد و مشخص شدن اولویت ها، اهداف اختصاصی برنامه تعیین می شود.

3) شناسایی و تحلیل مخاطبین و دست اندرکاران برنامه

گام بعدی در برنامه ریزی برای جلب حمایت همه جانبه از برنامه های سلامت باروری، شناسایی دست اندرکاران مرتبط با اولویت های تعیین شده برنامه های سلامت باروری شامل چهار دسته کلی ذی نفعان، تصمیم گیرندگان، شرکا و مخالفین است. شناسایی و تحلیل درست دست اندرکاران برنامه، موفقیت برنامه را تضمین خواهد کرد.

با شناسایی این گروه ها، جهت اصلی برنامه های جلب حمایت همه جانبه در حوزه سلامت باروری مشخص خواهد شد. تحلیل دست اندرکاران با دسته بندی آنان آغاز می شود که در آن با معیارهای مختلف، دست اندرکاران به زیرگروه های کوچک تر با ویژگی های مشابه تقسیم می شوند تا امکان طراحی و اجرای پیام های موثر و متناسب با ویژگی های هر دسته وجود داشته باشد.

توجه به متغیرهای جمعیت نگاری مانند سن، جنس، منطقه سکونت، وضعیت اقتصادی اجتماعی، وضعیت تاهل و نیز متغیرهای شناختی و رفتاری شامل باورها، دیدگاه ها، سطح دانش و نگرش آنها نسبت به موضوع و نیز رفتار هر دسته می تواند دسته بندی دقیق تری را موجب شود که موفقیت بیشتری را برای برنامه به دنبال خواهد داشت. علاوه بر استفاده از متغیرهای فوق، تقسیم بندی دست اندرکاران به دو گروه اولیه و ثانویه نیز کاربردی خواهد بود. در گروه اولیه، گروه هایی قرار می گیرند که قدرت تاثیر مستقیم بر اهداف برنامه جلب حمایت همه جانبه را دارند. این گروه را باید هدف اصلی در برنامه های جلب حمایت همه جانبه قلمداد کرد. دست اندرکاران ثانویه نیز افراد، گروه ها یا سازمان هایی هستند که می توانند بر گروه مخاطبین اولیه تاثیر بگذارند. چارچوب کلی دسته بندی دست اندرکاران برنامه های سلامت باروری در جدول زیر آورده شده است.

ردیف	دسته های اصلی دست اندرکاران	زیر گروه ها
1	ذی نفعان	زنان، مردان، کودکان، نوجوانان و جوانان، خانواده ها، وزارت بهداشت، آموزش و پرورش، علوم، فرهنگ و ارشاد اسلامی، بخش های اقتصادی دولتی، خصوصی و تعاونی، نظام قضایی کشور، نیروی انتظامی، سیاستمداران و ...
2	تصمیم گیرندگان	رئیس جمهور، هیات دولت، نمایندگان مجلس و اعضای کمیسیون بهداشت و درمان، وزیر بهداشت، معاونین سلامت و توسعه و مدیریت منابع وزیر بهداشت، مدیر کل دفتر سلامت خانواده، مدیرکل دفتر ارتباطات و آموزش سلامت، روسای دانشگاه های علوم پزشکی، معاونین بهداشتی و پشتیبانی دانشگاه ها، مدیران شبکه های بهداشت و درمان شهرستان ها، ریاست سازمان صدا و سیما و معاونین امور سیما و صدا، وزیر ارشاد و معاون سینمایی و مطبوعاتی، وزیر آموزش و پرورش و معاونین ذیربط، وزیر علوم و معاونین ذیربط، مراجع تقلید و روسای حوزه های علمیه، امامان جمعه، استانداران، فرمانداران و ...
3	شرکا	وزارت آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور، سازمان امور جوانان، سازمان هلال احمر، سازمان تربیت بدنی، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی، دفتر امور بانوان ریاست جمهوری، سازمان های غیردولتی فعال در امور زنان و ...
4	مخالفین	باورهای اجتماعی، سیاسی و مذهبی ناسازگار با برنامه های سلامت باروری، رهبران مذهبی، رهبران اقلیت های قومی،

برای شناسایی و تحلیل کامل دست اندرکاران، لازم است با توجه به جداول زیر، تحلیل نهایی مربوط به هر دسته از آنها انجام گیرد.

تحلیل دست اندرکاران برنامه جلب حمایت همه جانبه از برنامه های سلامت باروری

دسته های اصلی دست اندرکاران	باورها و اعتقادات هر گروه	وضعیت دانش و نگرش گروه نسبت به موضوع
ذی نفعان		
تصمیم گیرندگان		
شرکا		
مخالفین		

دسته های اصلی دست اندرکاران	تاثیرات بالقوه هر گروه بر برنامه	مشکلات بر سر راه جلب حمایت آنها و راه غلبه بر این مشکلات
ذی نفعان		
تصمیم گیرندگان		
شرکا		
مخالفین		

4) تولید پیام های اصلی جلب حمایت همه جانبه

در این مرحله و پس از تحلیل موضوعات، تدوین اهداف اختصاصی و شناسایی و تحلیل مخاطبین برنامه، باید برای تولید پیام های اصلی برنامه اقدام نمود. در این مرحله با توجه به موضوعات در اولویت و گروه هایی که در تحلیل دست اندرکاران، موثر شناخته شده اند، سبک پیام و اجزای کلیدی پیام ها مشخص می شود تا در مرحله نهایی پیام های مناسب طراحی گردد.

همانگونه که قبلا نیز بیان شد، انتخاب هر یک از سبک های پیام در برنامه های جلب حمایت همه جانبه، بستگی به موضوع (دستور کار)، اهداف و نتایج تحلیل مخاطب دارد. به عبارت دیگر مهارت فردی که در جهت جلب حمایت همه جانبه برای برنامه ای تلاش می کند، در انتخاب درست و بجای سبک پیام باعث اثربخشی بیشتر پیام خواهد شد.

به این ترتیب، پیام های مشخص و مجزا و با سبکی خاص، برای هر گروه از دست اندرکاران برنامه تهیه می شود و آماده انتقال به آنان خواهد بود. نتیجه نهایی تعیین سبک و اجزای کلیدی پیام را در جدول زیر می توان خلاصه کرد.

تحلیل پیام مربوط به برنامه جلب حمایت همه جانبه

دست اندرکاران برنامه	موضوع	سبک پیام	محتوای پیام
ذی نفعان			
تصمیم گیرندگان			
شرکا			
مخالفین			

5) تدوین راهبرد (رویکردها، فنون، مواد و پیام ها)

رویکردهایی که در برنامه جلب حمایت همه جانبه که با توجه به موضوع و پیام های اختصاصی برای هر گروه از دست اندرکاران مورد استفاده قرار می گیرند عبارتند از:

- درگیر کردن رهبران
- کار با رسانه های جمعی
- ایجاد شراکت
- بسیج گروه های اجتماعی
- ظرفیت سازی

استفاده از هر یک از رویکردهای فوق مستلزم کاربرد فنون ترغیب سازی مناسب است. ففونی که برای جلب توجه و تشویق و ترغیب گروه های دست اندرکار برنامه می توانند به کار روند و از آنها با عنوان تکنیک های جلب حمایت همه جانبه نیز یاد می شود، قبلا بیان شده است. این فنون عبارتند از:

- ایجاد فشار
- حساس سازی
- مذاکره
- اعمال نفوذ
- دادخواهی
- مناظره
- گفتگو
- بسیج افراد و گروه های اجتماعی
- فنون رسانه ای

در مورد هر یک از گروه های دست اندرکار برنامه (ذی نفعان، شرکا، تصمیم گیرندگان و مخالفین)، تکنیک مشخصی برای ترغیب کاربرد دارد. در جدول زیر کاربرد این فنون برای دست اندرکاران برنامه مشخص شده است.

فنون ترغیب سازی مناسب برای گروه های دست اندرکاران برنامه

گروه های دست اندرکار برنامه جلب حمایت همه جانبه				انواع فنون ترغیب سازی
تصمیم گیرندگان	مخالفین	شرکا	ذی نفعان	
				حساس سازی
				بسیج افراد و گروه های اجتماعی
				گفتگو
				مناظره
				مذاکره
				اعمال نفوذ
				دادخواهی
				ایجاد فشار
				فنون رسانه ای

در پایان این مرحله و با مشخص شدن موضوع، گروه های مخاطب دسته بندی و تحلیل شده، اهداف کلی و اختصاصی، پیام مشخص (از نظر سبک پیام و اجزای کلیدی)، رویکرد جلب حمایت همه جانبه و تکنیک های ترغیب سازی، برنامه عمل و طرح مداخله مشخص خواهد شد.

6) تهیه طرح عمل برای اجرای برنامه جلب حمایت همه جانبه

با تعیین فعالیت های مختلف برنامه، زمان مورد نیاز برای هر برنامه، مسئول اجرای هر فعالیت، شرکا و بودجه مورد نیاز آن، جدول مربوط به طرح عمل اجرای برنامه تکمیل خواهد شد.

طرح عمل برای برنامه جلب حمایت همه جانبه در حوزه سلامت باروری

فعالیت	زمان	مسئول اجرا	شرکای فعالیت	بودجه مورد نیاز

7) برنامه ریزی برای پایش و ارزشیابی

الف- پایش برنامه که به صورت مستمر و در طی طراحی و اجرای برنامه انجام می گیرد، به سه بخش تقسیم می شود:

1 - پایش ورودی های برنامه شامل منابع مالی، انسانی و تجهیزاتی: آیا ورودی ها بر اساس برنامه و بودجه تعیین

شده در اختیار برنامه گذاشته شده است؟

2 - پایش فعالیت های برنامه: آیا فعالیت ها بر اساس برنامه و طراحی پروژه انجام شده است؟

3 - پایش نتایج: آیا نتایج به همان صورت که برنامه ریزی شده است، به دست آمده است؟

ب- ارزشیابی برای تعیین اثربخشی برنامه: تا چه اندازه به نتایج مورد نظر دست یافته ایم؟

با تعیین و استفاده از شاخص های مناسب در پایش و ارزشیابی برنامه جلب حمایت همه جانبه، می توان سیر پیشرفت و رسیدن به نتایج را اندازه گیری کرد و برای ارتقای برنامه تلاش کرد.

به این ترتیب می توان نتیجه گرفت که طراحی، اجرا و ارزشیابی برنامه جلب حمایت همه جانبه در حوزه سلامت باروری (سلامت باروری، سلامت باروری نوجوانان، حقوق باروری و جنسیت) مانند هر برنامه دیگری نیازمند استفاده از چارچوبی درست و علمی است که در آن اصلاح سیاست های عمومی جامعه در جهت ارتقای سطح سلامت باروری زنان، مردان، جوانان، نوجوانان و سالمندان هدف اصلی محسوب می گردد.