

راهنمای عملیاتی ترویجگری

ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی شهر تهران

همسایگی و مشارکت





• شناسنامه

عنوان: ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی شهر تهران همسایگی و مشارکت (راهنمای عملیاتی ترویجگری)

شورای سیاستگذاری: هادی خانیکی - غلامرضا ظریفیان - محمد رضا جوادی یگانه - مجتبی دانشور - غلامحسین محمدی - متین رمضانخواه - آرمین امیر

مدیر طرح: متین رمضانخواه

تهیه و تدوین: آرمین امیر - مریم ملائی - فرناز قبادی

با تشکر صمیمانه از: وصال السادات قوامی - امیر یحیایی - تینا ابوالقاسمی - روح اله قلی پور - سجاد بهرامی - فاطمه سلگی - مرضیه مبشر - عباس منتظری - الهه نوری - مهدی کتابدار - محمد حامد احسانبخش

ویراستار: شهرزاد نخعی

عکس‌ها: محمد جواد آلوییان

طراحی و اجرا: الهه اطمینانی - مرضیه رحیمی

به سفارش: معاونت توسعه مهارت‌های شهروندی - اداره کل آموزش‌های شهروندی

زمان انتشار: بهار ۱۴۰۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فصل اول

۱۶ فرایند و مراحل ترویجگری در طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی

تشکیل تیم ترویجگری توسط مناطق و معرفی به اداره کل ۲۳

آموزش های شهروندی و اخذ تأییدیه

شرکت تیم ترویجگری در جلسات آموزشی ابلاغی ۲۷

از طرف اداره کل و دریافت آموزش ها و کسب مهارت های لازم

فصل دوم

۲۸ نکات کلیدی برای راهبران تیم ترویجگری مناطق

آگاهی مکفی از طرح و توجیه تیم ترویجگری میدانی ۳۳

آشنایی با چیستی و چگونگی راهبری، تقسیم نقش صحیح ۳۷

و چگونگی ایجادیک همکاری موفق

برنامه ریزی دقیق و پایش هفتگی فعالیت ها ۴۱

مستندسازی دقیق فعالیت‌ها ۵۱

ارتباط مؤثر با مسئول بخش ترویجگری در اداره کل و ۵۵

اداره آموزش منطقه خود

فصل سوم

۵۶ نکات کلیدی برای تیم میدانی ترویجگری مناطق

ورود، شناسایی نوع محله و اطلاع‌رسانی گسترده ۶۱

تدقیق محدوده فعالیت تیم میدانی ۶۷

نقشه محله را در اختیار داشته باشید و محدوده کلی ۶۹

محله را ببینید

دارایی‌سنجی و ظرفیت‌سنجی در بازدیدهای میدانی و ۷۵

جلسه با مطلعان

تدقیق و تعیین محدوده‌های انتخابی ۷۹

تشکیل شبکه افراد داوطلب برای اقدامات فردی ۸۵

تعیین رویدادهای عمومی ۸۷

و رویداد اختصاصی محور کارویژه و هماهنگی با اداره کل ۸۷

جهت تأیید رویدادها

اطلاع‌رسانی چهره به چهره طرح ۹۱

اجرا ۹۳

کلام آخر ۹۴

منابع ۹۵

پیوست شماره ۱ ۹۶

(فهرستی از اقدامات پیشنهادی برای بخش ترویجگری و تسهیگری)

پیوست شماره ۲ ۱۰۶

(پیشنهاد نحوه‌ی محاسبه‌ی حق الزحمه برای تیم ترویجگری)

A person wearing a light blue long-sleeved shirt is standing on the left side of the frame, gesturing with their right hand towards a black car. The car is parked on a street, and its reflection is visible on the ground. In the background, there are other cars and trees. A black speech bubble with a white dotted border is positioned in the upper right quadrant, containing the word 'مقدمه' in yellow Arabic script.

مقدمه



• اهداف جزئی آن نیز عبارتند از:

- ◀ ارتقاء آگاهی‌های شهروندان و بسترسازی برای تغییر رفتار ایشان در حوزه قوانین و حریم خصوصی در زندگی آپارتمانی
- ◀ ارتقاء آگاهی‌های شهروندان و بسترسازی برای تغییر رفتار ایشان در حوزه مدیریت و کاهش پسماند
- ◀ ارتقاء آگاهی‌های شهروندان و بسترسازی برای تغییر رفتار ایشان در حوزه فرهنگ همسایگی
- ◀ هم‌افزایی محلی، ارتقاء مشارکت اجتماعی شهروندان و افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حوزه‌های قوانین و حریم خصوصی در زندگی آپارتمانی، همسایگی و مشارکت و مدیریت و کاهش پسماند
- ◀ ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان به واسطه ایجاد تغییرات در حوزه‌های قوانین و حریم خصوصی، همسایگی و مشارکت، محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند

در بخش ترویجگری، هر منطقه در محله پایلوت معرفی شده خود فعالیت خواهد داشت و بنابراین ۲۲ محله، پایلوت فاز ترویجگری طرح تغییر رفتار در بازه زمانی دی ۱۳۹۹ تا شهریور ۱۴۰۰ خواهند بود. تیم ترویجگری در هر محله متشکل از ۴ نفر خواهد بود، ۱ نفر راهبر اصلی تیم و ۳ نفر ترویجگر میدانی.

طرح در کل قسمت‌ها و همچنین در بخش ترویجگری متمرکز بر سه حوزه موضوعی انجام خواهد شد که عبارتند از: «**قوانین و حریم خصوصی**»؛ «**همسایگی و مشارکت**» و محیط زیست با تأکید بر «**مدیریت و کاهش پسماند**».

در هر محله ۳ رویداد انجام خواهد شد که ۲ رویداد متمرکز بر محدوده ۱۵ تا ۳۰ درصدی از محله خواهد بود که متعاقباً نحوه احصاء آن شرح داده شده است و ۱ رویداد که مرتبط با کارویژه اختصاصی هر منطقه است به گونه‌ای اطلاع‌رسانی و اجرایی خواهد شد که کل محله را در بر بگیرد. در جدول زیر نگاهی بر محلات پایلوت فاز ترویجگری در هر منطقه با تدقیق محور کارویژه اختصاصی‌شان برای رویداد اختصاصی، خواهد شد:

جدول شماره ۱. محلات بخش ترویجگری و محور اختصاصی کارویژه		
منطقه	محلات جهت اجرای فاز ترویجی	محور اختصاصی کارویژه
۱	ازگل	محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند
۲	شهر قدس	قوانین و حریم خصوصی
۳	آرارات (شهرک فجر)	محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند
۴	مجید آباد	مشارکت و همسایگی
۵	باغ فیض	قوانین و حریم خصوصی
۶	والفجر	محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند
۷	عباس آباد	محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند
۸	دردشت	مشارکت و همسایگی

مشارکت و همسایگی	دکتر هوشیار	۹
محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند	سلسبیل	۱۰
مشارکت و همسایگی	حشمت الدوله	۱۱
قوانین و حریم خصوصی	دروازه شمیران	۱۲
قوانین و حریم خصوصی	شورا	۱۳
قوانین و حریم خصوصی	تاکسیرانی	۱۴
قوانین و حریم خصوصی	هاشم‌آباد	۱۵
محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند	علی‌آباد جنوبی	۱۶
مشارکت و همسایگی	ابوذر غربی	۱۷
محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند	یافت‌آباد شمالی	۱۸
قوانین و حریم خصوصی	دولتخواه جنوبی	۱۹
مشارکت و همسایگی	اقدسیه	۲۰
محیط زیست با تأکید بر مدیریت و کاهش پسماند	شهرک آزادی	۲۱
قوانین و حریم خصوصی	سروآزاد	۲۲

به منظور اجرای بخش ترویجگری تغییر رفتار لازم است که فرایندی در طی مراحل مشخصی در بازه زمانی در نظر گرفته شده یعنی از دی ۱۳۹۹ تا شهریور ۱۴۰۰ انجام شود که اهم خروجی‌های این بخش شامل موارد زیر را محقق نماید:

- تشکیل شبکه از داوطلبین محلی؛
- جلب مشارکت دست‌اندرکاران حقوقی (ادارات، سازمان‌ها، فروشگاه‌ها و...)
- برگزاری حداقل ۲ رویداد گسترده در سطح محله با اتکا به مشارکت داوطلبین محلی و سایر دست‌اندرکاران با تمرکز بر ۳ نقطه انتخابی (هر نقطه یک رویداد از میان رویداد یا عناوین پیشنهادی که در پیوست آمده است)؛
- برگزاری ۱ رویداد اختصاصی فراگیر متناسب با محور کارویژه منطقه به‌گونه‌ای که در محله پایلوت اجرا شود اما با مقیاس فرامحله‌ای از منظر اطلاع‌رسانی، تبلیغات، دعوت از افراد مرتبط و ... باشد و در سطح محله محدود به ۳ نقطه انتخابی نباشد و کل محله را تحت پوشش قرار دهد؛
- گردآوری اطلاعات مورد نیاز چک لیست‌های مختلف برای برداشت‌های میدانی، تهیه بانک اطلاعاتی مدیران ساختمان‌ها و نصب مرامنامه در ساختمان‌ها و ... (تهیه بانک اطلاعاتی مدیران ساختمان‌ها و نصب مرامنامه در ساختمان‌ها از جمله اقدامات مورد نیاز مشترک بین تمامی مناطق ۲۲ گانه است)؛

A photograph of two men in light blue shirts standing in front of a light-colored stone wall. The man on the left is applying a roll of yellow tape to the wall. The man on the right is looking at a smartphone. A black frame is visible around the wall area. A large black banner with yellow text is overlaid on the image.

فصل اول

**فرایند و مراحل ترویجگری در
طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی**



جدول شماره ۲. فرایند ترویجگری در طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی

شرح فعالیت	عنوان	
متشکل از ۴ نفر؛ ۱ نفر راهبر اصلی تیم و ۳ نفر ترویجگر میدانی طبق چک لیست ارسالی از طرف اداره کل	تشکیل تیم ترویجگری توسط مناطق	۱
مصاحبهٔ مسئول بخش ترویجگری در اداره کل با تیم‌های معرفی شده به منظور تأیید صلاحیت افراد تیم برای اجرای بخش ترویجگری	تأیید تیم ترویجگری توسط اداره کل	۲
۱۶۰ ساعت آموزش (۲۰ ساعت برای هر منطقه) آموزش‌ها صرفاً به صورت نظری نخواهد بود و همراه با بخش عملیاتی می‌باشد؛ همچنین آموزش‌ها در تمام طول طرح ادامه خواهد داشت و به این صورت نیست که صرفاً در ابتدای طرح ارائه شود بلکه تلاش خواهد شد که گام به گام آموزش‌های مورد نظر تیم‌های ترویجگری در طی مسیر به آن‌ها داده شود و تمرین عملی آموزش‌ها، همان فعالیت‌های میدانی تیم ترویجگری باشد	شرکت تیم ترویجگری در جلسات ابلاغی آموزشی اداره کل	۳
شناسایی نوع محله و تدقیق شیوه‌های مؤثر برای اطلاع‌رسانی و فعالیت و جلب مشارکت در محله شناسایی پاتوق‌های کلیدی محله ملاقات با افراد شاخص و کلیدی محله، توضیح طرح و تهیهٔ بانک اطلاعاتی شناسایی دارایی‌ها و ظرفیت‌های کلیدی محله به گونه‌ای که با طرح حاضر همخوانی داشته باشد تدقیق محدودهٔ فعالیت (۱۵ تا ۳۰ درصد درج شده در دستورالعمل)	ورود به اجتماع و شناسایی محله از منظر طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی	۴

<p>تدقیق نقاط شاخص، پر مخاطب و پرنفوذ جهت نصب پوسترها و بنرهای اطلاع‌رسانی شناسایی کانال‌ها و گروه‌های مجازی پرمخاطب در محله و اطلاع‌رسانی طرح در فضای مجازی</p>	<p>اطلاع‌رسانی گسترده</p>	<p>۵</p>
<p>نیاز است تا در خلال برداشت‌های میدانی، اطلاع‌رسانی‌ها و جلسات با افراد شاخص و کلیدی، افراد داوطلبی که به نظر می‌رسند به نوعی بتوانند در هر یک از حوزه‌های موضوعی طرح مؤثر باشند شناسایی شوند و براساس حوزه‌های موضوعی علاقه‌مندی و یا دغدغه‌های اصلی نوعی از شبکه‌سازی جهت تعامل مؤثر این علاقه‌مندان داوطلب با یکدیگر انجام شود و از این شبکه داوطلبین در برنامه‌ریزی و اجرای رویدادها استفاده مؤثر شود</p>	<p>تشکیل شبکه افراد داوطلب برای اقدامات فردی</p>	<p>۶</p>
<p>بر طبق اولویت‌بندی‌های انجام شده نیاز است که ۲ رویداد انتخابی تعیین شوند و به اداره کل ارائه شوند لازم به ذکر است که تأکیدی بر همزمانی انتخاب و تعیین رویدادها وجود ندارد و پیشنهاد می‌شود که به تدریج و در طی زمان رویدادها یک به یک تعیین شوند و بعد از قطعی شدن با تأیید اداره کل اجرا شوند و به تناوب موارد دیگر نیز مورد توجه قرار گیرند</p>	<p>تعیین رویدادها بر طبق دارایی‌ها و نیازها (۲ رویداد) بر طبق فهرست پیشنهادی از عناوین رویدادها</p>	<p>۷</p>
<p>عطف به محورهای تعیین شده برای کارویژه‌های مناطق نیاز است که کارویژه اختصاصی هر منطقه (یعنی رویداد اختصاصی فراگیری که در محله پایلوت اجرا شود اما با مقیاس فرامحله‌ای از منظر اطلاع‌رسانی، تبلیغات، دعوت از افراد مرتبط و باشد و در سطح محله هم محدود به ۳ نقطه انتخابی نباشد و کل محله را تحت پوشش قرار دهد)، تعیین شود. در این خصوص می‌توان از فهرست عناوین پیشنهادی ذکر شده در دستورالعمل بهره برد، همچنین اگر مورد خلاقانه و متفاوتی مورد نظر منطقه باشد می‌تواند آن را با تأیید اداره کل مورد توجه قرار دهد</p>	<p>تعیین کارویژه اختصاصی منطقه بر طبق فهرست پیشنهادی از عناوین رویدادها و یا موارد خلاقانه دیگر</p>	<p>۸</p>



تشکیل تیم ترویجگری

توسط مناطق و معرفی به اداره کل آموزش های شهروندی و اخذ تأییدیه

طبق چک لیست ارسالی از طرف اداره کل آموزش های شهروندی، نیاز است مناطق نسبت به تشکیل تیم ترویجگری، منطبق با شاخص های ارائه شده در چک لیست اقدام نمایند به گونه ای که بخش ترویجگری در گستره مناطق ۲۲ گانه در محله های پایلوت مذکور در این دستورالعمل انجام شود. نیاز است تا تیم ترویجگری هر منطقه تشکیل شود و در راستای انجام اقدامات تعیین شده در بخش ترویجگری ایفای مسئولیت نماید. تیم ترویجگری هر منطقه متشکل از ۴ عضو است؛ ۱ نفر راهبر اصلی تیم و ۳ نفر ترویجگر میدانی که به ایفای نقش در محلات می پردازند. حدود ۱۵ تا ۳۰ درصد از هر محله زیر نظر فعالیت های چهره به چهره این تیم ها خواهد بود.

در جدول زیر شاخص هایی به عنوان شرایط مورد نیاز راهبر تیم ترویجگری منطقه آمده است که به تفکیک شاخص های مرتبط با ویژگی های فردی و ویژگی های مهارتی / حرفه ای فرد راهبر اصلی تیم ارائه شده است و در یک مصاحبه از طرف تیم اداره کل مورد بررسی قرار خواهد گرفت:

مصاحبه برای تأیید صلاحیت راهبر اصلی تیم ترویجگری منطقه

نام و نام خانوادگی:
 رشته تحصیلی:
 منبع تحصیلی:
 دانشگاه:

جدول شماره 3. شاخص‌های مرتبط با صلاحیت راهبر تیم ترویجگری منطقه

توضیحات	امتیاز					ویژگی‌ها	ردیف	حرفه‌ای / تخصصی / مهارتی
	5	4	3	2	1			
						بین 25 تا 55 ساله	1	تیم‌های تخصصی
						تحصیلات حداقل کارشناسی	2	
						ساکن محله و با آشنایی کافی با محله	3	
						دارای وقت آزاد در طول هفته (بین 3 تا 4 روز)	4	
						امکان فعالیت میدانی و حضوری در دوران فعلی عطف به پاندمی کرونا	5	
						امکان حضور در جلسات و کارگاههای مجازی (دسترسی به اینترنت و امکان نصب برنامه های مرتبط روی گوشی و لپ تاپ)	6	
						آشنایی با افراد کلیدی تأثیرگذار محله (این مورد اختیاری است و نه اجباری)	7	
						مهارت راهبری تیم‌های میدانی	8	تیم‌های حرفه‌ای / تخصصی / مهارتی
						انعطاف پذیری	9	
						ایده پرداز و خلاق	10	
						شناخت کافی از نهادهای محلی و منطقه ای مرتبط با پیشبرد مؤثر طرح در محله پایلوت	11	
						ارتباط و تعامل قبلی با نهادهای محلی و منطقه ای مرتبط با پیشبرد مؤثر طرح در محله پایلوت	12	
						آشنایی ابتدایی با نامه نگاری	13	
						آشنایی ابتدایی با روال کارهای اداری در صورت نیاز	14	
						توانایی کار با ورد و اکسل و امکان تایپ و تنظیم فایل در این محیطها	15	
						توانایی تشکیل تیم	16	
						توانایی کار گروهی	17	
						متعهد در کار	18	
						منظم	19	
						قدرت انتقال بالای ارائه مطالب	20	
						مهارتهای ارتباطی مؤثر و قوی	21	
						سابقه مدیریت	22	
						فن بیان	23	
						سابقه کار میدانی (این مورد اختیاری است)	24	
جمع امتیازات								

نام و نام خانوادگی راهبر ستادی مسئول

منطقه:

120-90	90-60	60-30	30-1	طیف
خیلی خوب	خوب	متوسط	ضعیف	رتبه

بعد از تشکیل تیم ترویجگری، این افراد به اداره کل آموزش‌های شهروندی معرفی خواهند شد و مصاحبهٔ مسئول بخش ترویجگری طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان‌نشینی با افراد معرفی شده انجام خواهد شد تا تأیید صلاحیت آن‌ها بر اساس مهارت‌ها و ویژگی‌ها از جانب اداره کل آموزش‌های شهروندی صورت پذیرد. این مصاحبه با توجه به شرایط مربوط به پاندمی کرونا به صورت تلفنی و یا مجازی انجام می‌شود.



به نام

جلسات آموزشی الماشی

شرکت تیم ترویجگری در جلسات آموزشی ابلاغی

از طرف اداره کل و دریافت آموزش‌ها و کسب مهارت‌های لازم

جلسات آموزشی به منظور چگونگی برداشت‌های میدانی، اطلاع‌رسانی مؤثر بسته به شرایط محلات، شناسایی دارایی‌های محله به‌گونه‌ای که پیشبرد مؤثر اقدامات فاز ترویجگری را فراهم کند، تکنیک‌های ترویجگری مؤثر برای کار با گروه‌های هدف مختلف در محله، تنظیم نقشه‌های اجتماعی منطبق با اقدامات، گزارش نویسی مورد نیاز طرح و ... به صورت مجازی و در ضمن کار و در صورت نیاز حضوری با رعایت پروتکل‌ها توسط اداره کل آموزش برای تیم ترویجگری مناطق برگزار خواهد شد. پیش‌بینی می‌شود که حدود ۱۶۰ ساعت آموزش (۲۰ ساعت در هر منطقه) مورد نیاز باشد.

در این راهنما تلاش خواهد شد تا برخی از مفاد آموزشی مهم که شرح مبسوط آن در جلسات آموزشی اداره کل محقق خواهد شد مورد توجه قرار گیرد؛ محتوای آموزش متمرکز به دو بخش اصلی خواهد بود، راهنمای راهبران تیم ترویجگری و راهنمای ترویجگران میدانی طرح. در ابتدا نگاهی بر نکات کلیدی برای راهبران تیم ترویجگری خواهیم داشت و سپس نکات کلیدی برای ترویجگران میدانی را مورد توجه قرار خواهیم داد.



فصل دوم

نکات کلیدی برای راهبران تیم ترویجگری مناطق



در ادامه نگاهی بر این موارد خواهیم داشت...



آگاهی مکفی از طرح و توجیه تیم ترویجگری میدانی

دستورالعمل ابلاغی طرح «ارتقاء فرهنگ آپارتمان نشینی» را به دقت و چند باره مطالعه نمایید تا ابعاد مختلف طرح، اهم اهداف آن و جزئیات آن کاملا دستتان بیاید. اگر ابهامی برایتان وجود داشت حتما آن موضوع را با مدیر منطقه، مسئول بخش ترویجگری اداره کل و یا آموزشگر انتخابی اداره کل برای ارائه آموزش‌های مورد نظر این بخش در میان بگذارید و مطمئن شوید که هیچ‌گونه ابهامی در این زمینه برایتان باقی نمانده است و کاملا همسو با محتوای دستورالعمل ابلاغی هستید.

بعد از آن‌که خودتان اطمینان کافی از چیستی و چگونگی طرح پیدا کردید، کلیه جزئیات را با تیم ترویجگری میدانی‌تان در میان بگذارید و اطمینان حاصل کنید که هیچ ابهامی در مورد اهداف مورد نظر و چگونگی تحقق آن اهداف و شرح وظایف برایشان وجود ندارد. برای این منظور هم متن دستورالعمل را در اختیارشان قرار دهید و هم آن‌که خودتان نیز در جلسات توجیهی با شرح و بسط بیش‌تر جزئیات کار را مشخص فرمایید.

فراموش نکنید که تنها در یک صورت می‌توانید اطمینان کسب کنید که اعضای تیم همگی به درک و برداشت صحیحی از چگونگی فعالیت رسیده‌اند و آن هم این است که از آن‌ها بخواهید دستورالعمل طرح در بخش ترویجگری و اهم وظایف این بخش را برای شما توضیح دهند. برای این کار می‌توانید جدول زیر را در اختیارشان قرار دهید و از آن‌ها بخواهید تا با توجه به درکی که برایشان حاصل شده است، بخش‌های مختلف جدول را تکمیل کنند.

جدول شماره ۴ .

نگاهی بر بخش ترویجگری طرح تغییر رفتار و شرح وظایف تیم ترویجگری

پاسخ اعضای تیم	سؤالات
	طرح در چه بازه زمانی اجرایی خواهد شد؟
	طرح در چه محدوده جغرافیایی اجرایی خواهد شد؟
	هدف کلی از بخش ترویجگری در طرح چیست؟
	برونداها و خروجی‌های کلی بخش ترویجگری چه مواردی هستند؟
	چه فعالیت‌هایی جهت تحقق برونداها و خروجی‌ها می‌بایست انجام شود؟
	چه منابع و دارایی‌هایی جهت تحقق برونداها و خروجی‌ها مورد نیاز است؟

نگاهی به پاسخ‌های ارائه شده از سوی تیم می‌تواند به شما نشان دهد که آیا نیاز به شرح و بسط بیشتر وجود دارد و یا آن‌که همگی به درستی متوجه کم و کیف کار هستند.

راهبر پیروان	سره پیروان
راهبری و نظارت بر افراد	نظارت کردن بر کارها
بر مامورین مستقیم برای فعالیت ها و گزارشات	راههای افراد به سمت چشم افراد صدها نفر
مدیران و مدیران تیمها و پروژهها	مشارکتی در همه کارها و فعالیت ها
پیش بران تیمها و تیمها	برنامه ریزی برای اولاد سایر پیروان
تفویض امور	توصیه افراد
حصول بخش از پیروان	مشاوران کلیت پیروان
مجموعی تفویض در ارتباطات و امور	برای تفویض در ارتباطات و اطلاع باین
	سازید تمام کردن وقت بیشتر است و
	خود نیز مدیریت کارها استوار می کند
	مانند قدرت تفویض در امری
مدیریت تمام شیئی	



آشنایی با چిستی و چگونگی راهبری،

تقسیم نقش صحیح و چگونگی ایجاد یک همکاری موفق

لازم است تا کمی در ارتباط با چيستی و چگونگی راهبری بدانید، با چگونگی تقسیم نقش صحیح آشنا باشید و مبانی اصلی کار گروهی را بشناسید. ممکن است شما از قبل اطلاعات لازم در این خصوص را داشته باشید و یا ممکن است که نیاز به مطالعه گسترده‌تر و آموزش فراگیرتری داشته باشید؛ در هر صورت پیشنهاد می‌شود که حتی در صورت داشتن اطلاعات قبلی بار دیگر دانسته‌های خود را مرور و به روز نمایید.

نخستین مورد که می‌بایست به آن توجه نمایید تفاوت بین راهبری تیم و مدیریت پروژه است. راهبری پروژه هنر و دانش هدایت تیم به سمت تحویل موفقیت آمیز یک پروژه است. این مهارت بر این باور است که یک تیم با هم بیشتر از افراد به موفقیت می‌رسند زیرا راهبری پروژه، افراد را برای رسیدن به یک هدف مشترک دور هم جمع می‌کند. راهبری مربوط به افراد و هدایت تیم است و مدیریت پروژه مربوط به کارهای مورد نظر در یک پروژه است.

در جدول زیر اهم تفاوت‌های بین مدیر پروژه و راهبر پروژه ذکر شده است:

جدول شماره ۵. اهم تفاوت‌های میان مدیر و راهبر پروژه

مدیر پروژه	راهبر پروژه
نظارت کردن بر کارها	راهبری و نظارت بر افراد
راهنمایی افراد به سمت چشم‌انداز مورد نظر	برنامه‌ریزی مستقیم برای فعالیت‌ها و اقدامات
گزارش‌دهی از اقدامات رخ داده	برنامه‌ریزی برای تغییرات مربوط به آینده
برنامه‌ریزی برای ادامه مسیر پروژه	پیش‌بینی فرصت‌ها و تهدیدها
توسعه افراد	تشویق افراد
مسئول کلیت پروژه	مسئول بخشی از پروژه
جریان تعاملات و ارتباطات از بالا به پایین	جریان تعاملات و ارتباطات به صورت تعاملی
فرایند تصمیم‌گیری به صورت متمرکز است و خود فرد مدیر تصمیم‌ها را اتخاذ می‌کند	فرایند تصمیم‌گیری به صورت مشارکتی است و اعضای تیم در تصمیم‌ها نقش دارند
ساختار قدرت سلسله‌مراتبی	ساختار قدرت هم‌عرض

(منبع: وو و گرمیکان^۱، ۲۰۱۶: ۴ و سایت پادگست مدیریت پروژه^۲، رؤیت شده در ۲۷ آذر ۱۳۹۹)

تقسیم نقش یکی از ویژگی‌های اصلی یک کار تیمی است. ترویج‌گری در طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان‌نشینی وظایف متفاوتی می‌طلبد؛ از طرفی افراد مختلف ویژگی‌ها، استعدادها و توانایی‌های برابری ندارند و اگر همه افراد یک کار را انجام دهند، کار به درستی پیش نمی‌رود و از پتانسیل‌ها و استعداد‌های افراد نیز به

1 - Wu, Cormican

2 - <https://www.project-management-podcast.com/leadership>

درستی استفاده نشده است. بنابراین به منظور اجرای مؤثر این طرح نیاز است که بین اعضای تیم ترویجگری تقسیم نقش صورت گیرد. نکته مهم آن است که حتی اگر نیاز باشد تمام اعضای تیم یک فعالیت را انجام دهند می‌توان ابعاد مختلف آن فعالیت را به افراد مختلفی سپرد و از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌ها به‌گونه‌ای مؤثر استفاده کرد. تقسیم نقش را می‌توانید بر اساس تجارب و مهارت‌های افراد تیم، علاقه‌مندی‌های آنان، زمان در اختیارشان برای فعالیت و شرح وظایفی که بسته به مراحل مختلف کار، مورد نیاز است تعیین نمایید. همچنین پرسشنامه بلبین^۳ نیز می‌تواند ایده‌های خوبی برای تقسیم نقش اعضای تیم‌تان به شما بدهد؛ این پرسشنامه را می‌توانید با جستجوی بسیار ساده در گوگل در اختیار داشته باشید و طبق راهنمای آن ویژگی‌های مختلف افراد تیم را شناسایی کنید و بر این اساس بتوانید تقسیم نقش مؤثرتری را انجام دهید.

اگر می‌خواهید یک همکاری موفق را ایجاد کنید نیاز است تا کمی در باب اهمیت گروه و مبانی کار گروهی بدانید و در این خصوص مطالعه کنید. به صورت کلی یک همکاری موفق در جایی رخ می‌دهد که:

- قدرت برابری در تصمیم‌گیری و حل مشکل وجود داشته باشد؛
- گشودگی نسبت به نظرات مختلف وجود داشته باشد و آمادگی لازم برای شنیدن نظرات و افکار افراد مختلف فراهم باشد؛
- افراد صبور باشند و بخواهند که با وجود تفاوت‌ها با هم کار کنند؛
- افراد به تعهد یکدیگر و به اهداف مشترک اعتماد کنند؛
- افراد برای رسیدن به نتایج با هم همکاری کنند؛
- افراد با همدیگر مرادۀ خوبی داشته باشند (مدنی قهفرخی، ۱۳۹۱: ۷۳۱).



برنامه‌ریزی دقیق

و پایش هفتگی فعالیت‌ها

برنامه مانند نقشه‌ای است که اعضای تیم باید برای فعالیت‌های خود ترسیم نمایند. نقشه‌ای که در آن معین می‌کنند گروه باید چه فعالیت‌هایی را انجام دهد که به نقطه‌ای مشخص در آینده برسد.

برای تدقیق مقصد می‌بایست هدفگذاری صحیح و مؤثر انجام شود و به منظور رسیدن به آن اهداف مجموعه اقداماتی تعیین شده و مبنای فعالیت قرار گیرند. SMART نمودن تأثیرات و نتایج مورد انتظار یکی از ابزارهایی است که می‌توان برای هدفگذاری صحیح از آن استفاده کرد و آن را در جهت پایش مؤثر نیز مبنای قرار داد. اسمارت کردن تأثیرات و نتایج مورد انتظار کمک می‌کند که انتظارات واقع‌بینانه از طرح و اقدام مداخله‌ای داشته باشیم و بر همین مبنای شاخص‌های مرتبط و دارای روایی طراحی نماییم.

در اسمارت کردن، ۵ اقدام انجام می‌شود که شرح آن در جدول زیر آمده است:

جدول شماره ۶. هدفگذاری اسمارت	
اهداف باید از زبان تغییر استفاده کند و یک شرایط خاص را در آینده توصیف کنند	S (Specific)
اهداف، اعم از کیفی و کمی باید دارای شاخص‌های قابل اندازه‌گیری باشند و امکان ارزیابی اینکه حاصل شده‌اند یا نه را محقق کنند	M (Measurable)
اهداف مورد انتظار باید قابل دستیابی باشند	A (Achievable)
اهداف باید مرتبط با اولویت‌های مورد نظر برنامه / طرح باشند	R (Relevant)
اهداف باید دارای محدوده زمانی مشخص باشند	T (Time-Bound)

منبع: هندبوک برنامه‌ریزی، پایش و ارزشیابی برنامه توسعه سازمان ملل متحد، ۲۰۰۹: ۵۸)

بدیهی است که نتایج مورد انتظار از یک طرح یا برنامه توسعه‌ای از نظر زمانی می‌تواند کوتاه مدت، میان مدت یا بلند مدت باشد و مطابق این افق زمانی هم نحوه بیان این نتایج مورد انتظار و هم شاخص‌های مورد نظر جهت سنجش آن‌ها متفاوت خواهد بود.

پایش عبارت است از جمع‌آوری مستمر و قاعده‌مند داده‌های شاخص‌های خاص

4- Handbook On Planning ,Monitoring and Evaluating for Development Results

به منظور ارائه نشانه‌ها به کنشگران اصلی مداخلات درباره میزان پیشرفت و تحقق اهداف در ارتباط با منابعی که اختصاص یافته است (یونسکو، ۱۳۹۴: ۸). به تعبیری می‌توان پایش صحیح را مبنایی جهت ارزشیابی موثق و قابل اطمینان دانست. در پایش این موضوع سنجیده می‌شود که برنامه چقدر خوب پیش می‌رود و کمک می‌کند تا مشکلات موجود در جریان کار اصلاح شوند. در واقع می‌توان گفت به واسطه یک پایش صحیح است که ارزشیابی واقعی طرح‌ها و سیاست‌ها امکان‌پذیر می‌شود (نوری‌نشاط و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۱).

در باب این که چرا پایش مهم است می‌توان به دلایل مختلفی استناد کرد. مثلا اگر پایش وجود نداشته باشد، امکان آن که بدانیم تا چه میزان نتایج مورد انتظار از یک برنامه و اقدام حاصل شده است، دشوار خواهد بود؛ همچنین مورد دیگر آن که اصلاحات لازم و اقدامات مرتبط با آن به منظور دستیابی به نتایج مورد انتظار، مبهم و غیر شفاف خواهند بود. به صورت کلی می‌توان چنین گفت که پایش، سهمی مهم و اساسی در توانایی مدیریت برنامه برای نتایج توسعه داشته و از این منظر توجه جدی به این مقوله، درخور توجه است (هندبوک برنامه‌ریزی، پایش و ارزشیابی برنامه توسعه سازمان ملل متحد، ۲۰۰۹: ۸۱). برنامه توسعه سازمان ملل در متون خود متذکر می‌شود که پیشرفت در جهت دستیابی به نتایج در انجام یک پروژه نیاز به پایش دارد و برای تشویق به بهسازی و یا تقویت برنامه باید از اطلاعات پایش استفاده نمود. نباید فراموش کرد که ارزشیابی برنامه‌ای که به خوبی طراحی نشده است و برنامه‌ریزی مناسب و پایش دقیقی ندارد، بسیار دشوار و حتی در برخی از مواقع غیر اصولی است (هندبوک برنامه‌ریزی، پایش و ارزشیابی برنامه توسعه سازمان ملل متحد، ۲۰۱۰: ۹۵).

به صورت کلی می‌توان گفت که پایش امکان انجام فعالیت‌های زیر را برای دست‌اندرکاران فراهم می‌کند:

- تجزیه و تحلیل وضعیت موجود
- مشخص نمودن موفقیت‌ها و دلایل آن‌ها
- مشخص نمودن مشکلات، موانع و دلایل آن‌ها
- تصمیم‌گیری در مورد منابع انسانی، مادی و فیزیکی
- اندازه‌گیری پیشرفت فعالیت و تنظیم و تعدیل فعالیت‌های آینده
- یافتن روش‌ها و الگوهای مناسب در اجرای فعالیت‌ها و به کار بستن آن‌ها در برنامه‌ها و پروژه‌های آینده (نوری‌نشاط و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۱).

لازم به ذکر است که پایش در واقع ارزیابی مداوم یک برنامه یا پروژه است که در ارتباط با نتایج آن اتفاق مورد نظر انجام می‌شود و ابزار مدیریتی بسیار قوی است که در صورت استفاده صحیح، بازخوردهای خوبی در ارتباط با موفقیت‌ها، شکست‌های احتمالی و محدودیت‌ها حاصل می‌نماید. پایش تنها مربوط به تبدیل داده‌ها به خروجی نیست بلکه می‌تواند به اشکال دیگری نیز اختصاص یابد، مثل پایش فیزیکی، پایش تأثیرات، پایش مالی و غیره (هندبوک برنامه‌سازمان ملل متحد، ۲۰۱۰: ۹۴).

راهبران محترم می‌توانند پس از بررسی وضعیت محلات پایلوت و داده‌های گردآوری شده از جانب تیم میدانی و همچنین دارایی‌سنجی و نیازسنجی موجود، در اهداف تعیین شده خود بازبینی داشته باشند و جزئیات را با دقت بیش‌تری مشخص کنند؛ لیکن نیاز است از گام‌های اولیه کلیات طرح ترسیم شود و در

گام‌های بعدی به واسطهٔ جزئیات تکمیل شود؛ همچنین نیاز است که از همان گام‌های ابتدای تنظیم جدول زمانی فعالیت‌ها^۵ صورت پذیرد تا روند پایش فعالیت‌ها و بررسی عملکرد افراد را تسهیل کند و کمک کند که برنامه از زمان پیش‌بینی شده خارج نشود. نمونه‌های مختلفی از گانت‌چارت‌ها وجود دارند که در شکل ظاهری اندک تفاوتی دارند، لیکن در کلیت کار تمام آن‌ها از سه بخش شرح فعالیت، زمان تخمینی و مسئول انجام تشکیل می‌شوند. در زیر یک نمونهٔ فرضی از این جداول ترسیم شده است:

جدول شماره ۷. گانت چارت کلی برای بخش ترویجگری تغییر رفتار

مسئول انجام	ماهها								فعالیتها	
	شهریور	مرداد	تیر	خرداد	اردیبهشت	فروردین	اسفند	بهمن		دی
تیم ترویجگری										شرکت در جلسات آموزشی
خانم/ خانمها... آقا/ آقایان...										ورود به اجتماع و شناسایی محله
خانم/ خانمها... آقا/ آقایان...										اطلاع رسانی گسترده
خانم/ خانمها... آقا/ آقایان...										تشکیل شبکه افراد داوطلب برای اقدامات فردی
تیم ترویجگری و اداره آموزش منطقه										تعیین رویدادها بر طبق داراییها و نیازها (۲ رویداد) بر طبق فهرست پیشنهادی از عناوین رویدادها
تیم ترویجگری و اداره آموزش منطقه										تعیین کارویژه اختصاصی منطقه بر طبق فهرست پیشنهادی از عناوین رویدادها و یا موارد خلاقانه دیگر
تیم ترویجگری و اداره آموزش منطقه										هماهنگی با اداره کل پیرامون رویدادهای تعیین شده و قطعی ساختن رویدادها پس از تأیید
تیم ترویجگری و اداره آموزش منطقه										اطلاع رسانی چهره به چهره طرح
تیم ترویجگری و اداره آموزش منطقه										اجرا
اداره آموزش منطقه و اداره کل										ارزشیابی فعالیت های تیم ترویجگری و رویدادهای اجرا شده
اداره آموزش منطقه										ارائه گزارش جامع

لازم به ذکر است که نیاز است این گانت چارت کلی که برای بازه ۹ ماهه طرح است، برای هر ماه بر طبق زمان بندی هفتگی و با جزئیات زیاد تهیه و تنظیم شود.

شما می‌توانید پایش را در سطوح مختلف و در فواصل زمانی برنامه‌ریزی شده با کلیه اعضای تیم‌تان انجام دهید. مثلاً شاید پایش هفتگی یا حداکثر یک هفته در میان برای پیشبرد فعالیت‌های شما مؤثر باشد. هدف از پایش توییح اعضای تیم نیست، بلکه هدف آن است تا تیم ترویجگری مراقب باشد تا فعالیت‌های مورد نظر با کم و کیف مطلوب در زمان تعیین شده انجام شود؛ شما معمولاً از سه طریق می‌توانید پایش خوب و حرفه‌ای برای کارتان انجام دهید:

۱. برگزاری جلسه با اعضای تیم و بحث و بررسی پیرامون مواردی که می‌بایست پایش شوند؛

۲. بازدید از پروژه در حال اجرا (Field Visit)

۳. تحلیل گزارش‌های ارائه شده توسط اعضای تیم‌تان (نوری‌نشاط و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۳).

معمولاً برای یک پایش مناسب نیاز است که طبق نمودار زیر اقدام نمایید و با پاسخ به هر یک از این سؤالات، پایش منسجمی را ترتیب ببینید. ذکر یک نکته ضروری است، موارد درج شده در نمودار زیر صرفاً یک مثال هستند و شما می‌بایست طبق شرایط تیم ترویجگری خودتان و نوع شرایط اختصاصی که با آن روبرو می‌شود با ذکر جزئیات روند پایش فعالیت‌های تیم‌تان را تنظیم نمایید. همچنین فراموش نکنید که در بسیاری از مواقع موارد دیگری هم در فرایند پایش وجود دارند که می‌بایست آن‌ها را هم جهت حصول به مهم‌ترین نتایج ترسیم نمایید. مثلاً از آن جمله می‌توان به مواردی مثل فرد یا افراد مسئول برای جمع‌آوری داده‌های لازم

جهت پایش و یا چگونگی استفاده از اطلاعات نیز استفاده کرد؛ اما به نظر می‌رسد که کلیت موارد ذکر شده در نمودار زیر جهت پایش منظم فعالیت‌های شما مؤثر و مناسب باشد. همچنین در نظر داشته باشید که همواره نقش مشارکت تمام اعضای تیم را در روند پایش فراموش نکنید؛ کار شما یک کار مشارکتی است و می‌بایست تمامی مراحل و اقدامات آن با همفکری و نظر همه افراد برنامه‌ریزی شود. نمودار زیر می‌تواند راهنمای خوبی از چگونگی روند پایش فعالیت‌های شما و تیم‌تان فراهم کند:

نمودار شماره ۱. فرایند پایش فعالیت‌های تیم ترویجگری





مستندسازی دقیق فعالیت‌ها

بسیار مهم است تا فعالیت‌ها به واسطه نگارش صورتجلسات و تهیه عکس و فیلم مستند شوند. ذکر این نکته ضروری است که همواره اعتماد مردم اولویت اول است و بر این اساس روال مستندنگاری باید به گونه‌ای انجام شود که دافعه یا بی‌اعتمادی مردم را ایجاد نکند. گزارش نویسی روزانه از اهم فعالیت‌ها و ضمیمه کردن عکس و فیلم مرتبط با آن می‌تواند منجر به ثبت دقیق فعالیت‌ها و امکان نشر اخبار و گزارش‌های مرتبط با آن را در سطوح فرامحله‌ای میسر کند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که از طریق «گوگل درایو» مستندسازی دقیق فعالیت‌های خود را ایجاد کند و همچنین خطرات مربوط به از دست رفتن داده‌ها که ممکن است در اپلیکیشن‌هایی مثل واتساپ وجود داشته باشد را از بین ببرد. همچنین پیشنهاد می‌شود که مدیر اداره آموزش منطقه و کارشناس مسئول طرح را نیز به آن محیط دعوت کنید تا همه به طور همزمان امکان استفاده از داده‌ها را داشته باشند. گوگل درایو مثل سایر فضاهای ذخیره‌سازی ابری^۶، مزیت‌هایی مثل همیشه در دسترس بودن، امنیت بالا در ذخیره‌سازی، فضای نامحدود ذخیره‌سازی، امکان به اشتراک گذاری داده‌ها را برای تمام کاربران دعوت شده به آن فراهم می‌کند.

نحوه کار با گوگل درایو را می‌توانید با یک جستجوی ساده در گوگل پیدا کنید. برخی از لینک‌های معرفی شده می‌توانند راهنمای مناسبی برای شما باشند:

- <https://modireweb.com/what-is-Google-Drive>
- <https://click.ir/1397/02/20/google-drive-tutorial/>
- https://www.aparat.com/result/%D8%A2%D9%85%D9%88%D8%B2%D8%B4_%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84_%D8%AF%D8%B1%D8%A7%DB%8C%D9%88
- <https://anzalweb.ir/1399/03/15/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%AF%D9%87-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84-%D8%AF%D8%B1%D8%A7%DB%8C%D9%88-google-drive/>

اگر نتوانستید با اتکا به آموزش‌های ارائه شده در سایت‌های مختلف، تسلط کامل را برای کار با گوگل درایو پیدا کنید می‌توانید از راهبر انتخابی اداره کل برای بخش ترویجگری راهنمایی‌های لازم را بگیرید. فراموش نکنید که کلیه اعضای تیم باید کار با گوگل درایو را فرا گرفته باشند تا امکان استفاده برای مستندسازی دقیق فعالیت‌ها فراهم شود.



ارتباط مؤثر با مسئول بخش ترویجگری در اداره کل و اداره آموزش منطقه خود

فراموش نکنید که طرح «ارتقاء فرهنگ آپارتمان‌نشینی» یک طرح چند سطحی است؛ یعنی شما در محله پایلوت فعالیت می‌کنید ولی همزمان منطقه و اداره کل نیز مشغول فعالیت‌هایی در سطوح میانی و کلان هستند؛ بنابراین نیاز است تا ارتباط مؤثری با مسئول بخش ترویجگری در اداره کل و همچنین مدیر اداره آموزش منطقه خود و کارشناس مسئول طرح در منطقه داشته باشید.

پیشنهاد می‌شود که گزارش‌های مدیریتی بسیار مجمل و خلاصه آماده کنید و هر ده روز یک بار به مسئولین ذکر شده ارائه دهید؛ به صورت دوره‌ای جلسات مشورتی با آن‌ها برگزار کنید، مشکلات را در میان بگذارید و تلاش کنید تا از تجربه و دانش آن‌ها جهت رفع مشکلات بهره بگیرید، ایده‌های خلاقانه خود را با آن‌ها در میان بگذارید و سعی کنید فراتر از طرح‌های رایج با دیدی مبتکرانه به پیشبرد مؤثر طرح بپردازید.

فصل سوم

نکات کلیدی برای تیم میدانی ترویجگری مناطق





فصل ۳

فعالیت میدانی تیم ترویجگری مراحل متفاوتی را در بر می‌گیرد که در ادامه به مواردی اشاره می‌کنیم.





ورود، شناسایی نوع محله و اطلاع‌رسانی گسترده

یکی از آفات بزرگ مداخلات اجتماعی شهری که همیشه در کمین است، یکسان‌سازی مراحل اجرای یک طرح در تمامی نقاط متفاوت یک شهر است. این امر درباره‌ی کلانشهر تهران که هر بخش آن در شرایط خاص تاریخی و اجتماعی خود شکل گرفته است و از لحاظ اجتماعی و فرهنگی پیکری چندپاره دارد، باید بیشتر مد نظر قرار بگیرد.

اگر علاقه دارید که اطلاعات کاملی از این بحث داشته باشید می‌توانید به پژوهشی با عنوان «گونه‌شناسی فرهنگی، اجتماعی و هویتی محلات شهر تهران» که توسط مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران برای مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران در سال ۱۳۹۴ انجام شده است مراجعه کنید. اما آنچه در زیر آمده است می‌تواند جهت آن بخشی از کار که مورد نیاز ما می‌باشد کفایت نماید. به صورت کلی محلات را از منظر تعاملات و روابط اجتماعی اهالی محل و احساس تعلق می‌توان در دو گونه‌ی محلات «اجتماع مبنا» و «همسایگی مبنا» تقسیم‌بندی کرد؛ البته در خور توجه است که برخی از محلات در یک وضعیت میانه قرار دارند و ممکن است در بخش‌های مختلفی از محل ترکیب این دو قسم را شاهد بود. در جدول زیر تلاش می‌شود تا توضیحی از چستی این انواع و اهمیت آن به منظور اطلاع‌رسانی و جلب مشارکت داشته باشیم:

جدول شماره ۸. تقسیم محلات تهران از لحاظ ساختار روابط اجتماعی و تعاق محلی

نوع مناسب جلب مشارکت	رتبه	توضیحات	نوع محله	رتبه
<p>استفاده از ظرفیت معتمدین و افراد پرنفوذ محلی؛ استفاده از پتانسیل یتوق‌ها یا پر مخاطب و بر نفوذ محلی؛ استفاده از شیوه‌های اطلاع‌رسانی چهره به چهره؛ استفاده از گروه‌های محلی و هم‌چنین تشکیل گروه‌های جدید؛ استفاده از ظرفیت سمن‌های فعال محلی</p>	۱	<p>محلاتی که اجتماعات محلی سنتی و هنوز در آن‌ها وجود دارد. افراد محله تقریباً همدیگر را می‌شناسند. نهادهای سنتی مشارکت همچون نذر، خیرات، مناسک دسته جمعی همسایگی و ... هنوز در آن‌ها فعال است. از نظر کالبدی این محله‌ها هنوز ابعاد انسان محور تر دارند و اغلب از خانه‌ها با آپارتمان‌های کوتاه بهاریتا تا ۵ طبقه تشکیل شده اند.</p> <p>یک دسته دیگر از محلات اجتماع مبنا محلاتی هستند که پیشینه و حافظه تاریخی قوی دارند و نوظهور نیستند. در این محلات خانواده‌هایی به قدمت چند نسل زندگی می‌کنند</p>	محلات اجتماعی مبنا (community base)	۱
<p>استفاده از ظرفیت فضاهای مجازی و تبلیغات محیطی به منظور اطلاع‌رسانی؛ استفاده از ظرفیت فضاهای مجازی به منظور تشکیل گروه‌ها؛ استفاده از ظرفیت جلسات ساختمان‌های آپارتمانی و برج‌های موجود؛ شروع از اقدامات فردی و تبدیل به اقدامات گروهی؛ استفاده از ظرفیت سمن‌های فعال محلی</p>	۲	<p>محلات همسایگی مبنا محلاتی هستند که همسایگی مدرن در آن‌ها جایگزین اجتماعات سنتی شده است. در این محلات افراد اغلب شناختی از یکدیگر ندارند. پیوندهای اجتماعی و گروه‌های دیرپا در محله وجود ندارد. محله به صورت دستوری به وجود آمده و تاریخ مشخصی پشت سر ندارد که منبای حس تعلق و هویت افراد باشد. محلات خوابگاهی، یا محلاتی با برج‌های سر به فلک کشیده یا محلات بسیار متمول همراه با مال‌ها و هابیرماکت‌های غول پیکر که اکثراً بیشتر محلات سواره هستند تا پیاده از این دست محلات می‌باشند.</p>	محلات همسایگی مبنا (neighborhood base)	۲

هم‌چنین محلات از نظر سطح مشارکت عموماً در سه سطح قرار می‌گیرند و البته در این جا هم ممکن است در نقاط مختلفی از یک محله وضعیت‌های متفاوتی را شاهد بود و در نهایت می‌توان بسته به شناسایی انجام شده، دست به اقدامات متفاوتی زد که الزاماً در نقاط مختلف محله با هم یکسان نباشد.

در جدول زیر نگاهی بر این سطوح و نقطه شروع مشارک احتمالی شده است:

جدول شماره ۹. تقسیم محلات از لحاظ سطح مشارکت

رتبه	سطح مشارکت	توضیحات	نقطه شروع مشارکت
۱	ادغام/بالا (engagement)	مطلانی که در آن گروه های منسجم وجود دارد که در پیم های بالای نردبان مشارکت قرار دارند. در این محلات سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی بالا بوده و گروه ها و حلقه های کارآمد اجتماعی که توان گسترش و حفظ پایداری خود را دارند وجود دارد و به همین علت می توان از مفهوم شهروند مسئولیت پذیر برای بخش قابل توجه افراد محله نام برد. از محله اکباتان می توان به عنوان یک نمونه در این بخش یاد کرد.	در این محلات شروع مشارکت از انجام اقدامات عملی مرتبط با نیاز و خواست گروه های موجود خواهد بود و مراحل مقدماتی طی نمی شود. همچنین فاز شبکه سازی گروه های موجود نیز یکی از اقدامات شاخص ضروری برای ارتقاء مشارکت در این محلات خواهد بود. لازم به ذکر است که در این محلات افراد پیش تر دوست دارند نظر و عقیده خودشان اجرایی شود و تروجیکران محترم باید اطمینان کسب کنند که از رویکرد دستوری و بالا به پایین در این محلات استفاده نکنند
۲	شرکت کردن / متوسط	در بسیاری از محلات شهر تهران افراد در پله های اول مشارکت یعنی شرکت کردن قرار دارند. در این مرحله شما نسبتاً راحت می توانید افراد منفرد و جدا از هم را برای شرکت در یک جشن، رویداد یا اقدام دور هم جمع کنید اما آن ها آماده تبدیل به گروه شدن و انجام یک اقدام یا ارائه یک خدمت به محله خود نیستند و نباید آمادگی آن ها را با آمادگی موجود در محلات گروه بالا مقایسه کرد	ظرفیت سازی بین افراد محلی در مورد آشنایی با ماهیت مشارکت در قالب گروه و آموزش فرآیند اقدامات گروهی و ارزشمندی آن با گروه های کوچک دو تا سه نفره می تواند از اقدامات مناسب این محلات باشد. همچنین انجام اقداماتی جهت افزایش روحیه مشارکت جویی در تک تک افراد برای نزدیک شدن آن ها به افراد مسئولیت پذیرا می توان ذیل این مورد قرار داد.

تقویت روحیهٔ مسؤلیت‌پذیری و مشارکت‌جویی فردی گام نخست شروع مشارکت در این محلات می‌باشد و استفاده از رویکرد گردبادی با هدف درگیری و تحت نفوذ قرار دادن افراد زیادی برای ایجاد حساسیت از جمله موارد دیگر مناسب به نظر می‌رسد. در این رویکرد تلاش خواهیم کرد تا به واسطهٔ یک حلقهٔ بسیار کوچک فعالیت‌هایی که بتواند به صورت تدریجی بزرگ‌تر شوند را ترتیب ببینیم به‌گونه‌ای که تدریجاً این حلقهٔ اولیه بزرگ‌تر شود و بتواند افراد بیشتری را درگیر نماید.

روابط ذره‌ای شده به نوعی فرد گرایی افراطی در جامعه گفته می‌شود. در این شرایط افراد تنها به دنبال منافع خود هستند؛ پیوندهای سنتی قدیمی گسسته شده است. افراد با یکدیگر بیگانه هستند و بدون تعامل مشترک تنها در کنار یکدیگر به‌طور فزاینده‌ای قرار گرفته‌اند. در این شرایط است که افراد حتی همسایه واحد بغلی خود را نمی‌شناسند و شاید از مرگ او هم با خبر نشوند و انگیزه‌ای برای فعالیت مشترک وجود ندارد و چه بسا این ناشناسی مانع Anonymus)) یک امتیاز تلقی شود که افراد را می‌تواند به از بین بردن آن بیاشند

محلات ذره‌ای شده/ضعیف (atomize)



تدقیق محدوده فعالیت تیم میدانی

همان طور که قبل تر اشاره شد تیم ترویجگری در حدود ۱۵ تا ۳۰ درصد از هر محله فعالیت خواهد کرد. اما سؤال اصلی این جاست که این محدوده چگونه تعیین خواهد شد؛ آنچه در زیر آمده است راهنمایی است که نحوه تدقیق این خط طولی یا عرضی و محدوده ۱۵ تا ۳۰ درصدی را محقق کند. لازم به ذکر است که به عنوان یک نمونه فرضی، محله یوسف‌آباد منطقه شش تهران مورد توجه قرار گرفته است؛ همچنین اطلاعات ارائه شده یک نمونه مثالی است و از جامعیت لازم که پس از اقدام و شناخت میدانی حاصل خواهد شد برخوردار نیست.

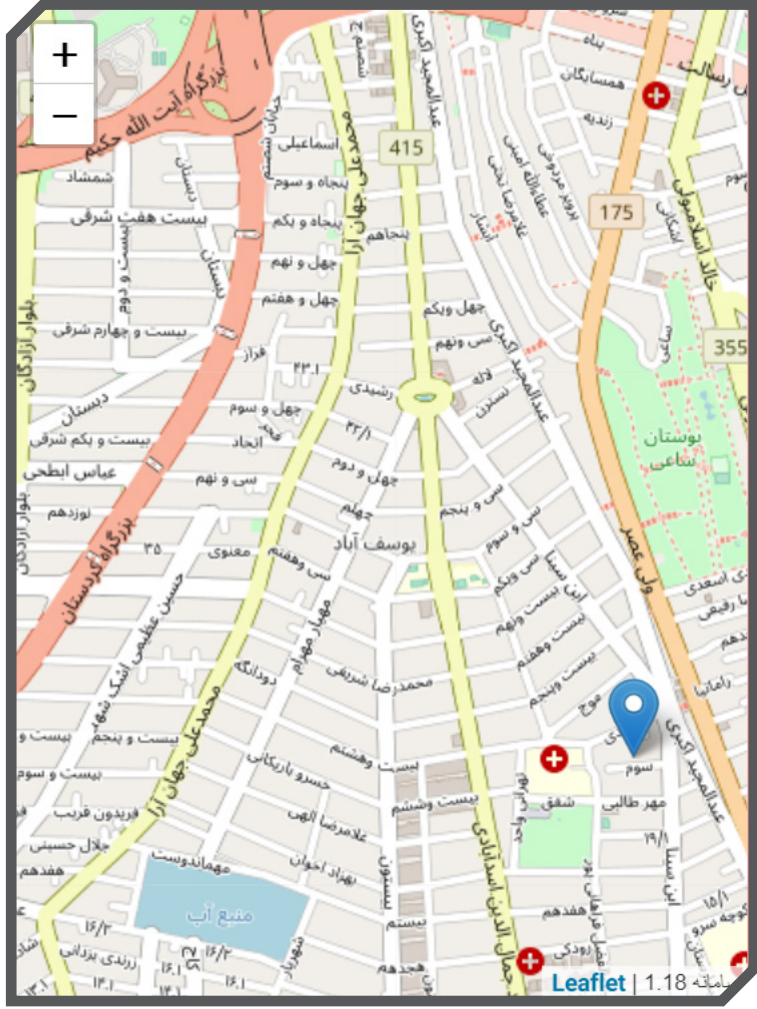


نقشه محله را در اختیار داشته باشید و محدوده کلی محله را ببینید

نقشه در اختیارتان می‌بایست نقشه‌ای دقیق باشد که نام کوچه‌ها، خیابان‌ها، میادین، پارک‌ها، کسب و کارها، سازمان‌ها و ... را به تفکیک مشخص کرده باشد؛ اگر آن نقشه را در اختیار ندارید می‌بایست از نقشه‌های کلی شهر تهران محدوده مورد نظرتان را جستجو کنید. مثلاً همان‌طور که می‌بینید تصویر شماره ۱، یک نقشه کلی از محله یوسف‌آباد است ولی در تصویر شماره ۲ جزئیات کاملاً مشخص است.



تصویر شماره ۱. نقشه محله یوسف‌آباد



تصویر شماره ۲. نقشهٔ محدودهٔ محلهٔ یوسفآباد با درج جزئیات

آنچه از نگاه کلی به نقشهٔ محله می‌بایست استخراج کنید در موارد زیر خلاصه می‌شود:

- **محله از نوع طولی است یا عرضی؟**

مثلاً محلهٔ یوسف‌آباد محله‌ای طولی است، یعنی نحوهٔ گسترش آن متمرکز بر نوار طولی است. ممکن است شما محله‌ای را داشته باشید که نه به صورت مشخص طولی باشد و نه عرضی و این دو وجه برابر باشند، در این صورت عطف به پتانسیل‌ها و شرایط ممکن که در ادامه گفته شده است انتخاب صورت می‌گیرد. البته به این نکته توجه نمایید که ممکن است برخی از محلات نه دقیقاً به صورت طولی و نه دقیقاً به صورت عرضی گسترش یافته باشند و اگر شرایط محلهٔ شما این‌گونه بود مشکلی وجود ندارد.

- **اگر سازمان، اداره، کسب و کار و پتانسیل خاصی جز بافت مسکونی محله می‌بینید که ممکن است بتوانید جهت جلب مشارکت مؤثرشان دست به کار شوید کدام است؟ محدودهٔ کلی را مشخص کنید (شمال، جنوب، مرکز، شرق، غرب).**

مثلاً وقتی روی نقشهٔ محلهٔ یوسف‌آباد متمرکز می‌شویم، مواردی را می‌بینیم که پتانسیل‌های مهمی برای طرح به نظر می‌رسند و می‌توانند جهت پیشبرد مؤثر طرح و اجرای رویدادها مؤثر به نظر برسند؛ برای این‌کار می‌بایست از سایت‌هایی که نقشه‌های آنلاین را دارند و می‌توان تا حد دیدن جزئیات

تکمیلی هم بر روی آن‌ها زوم کرد استفاده کرد. مثلا لینک‌های زیر در این زمینه می‌توانند مفید باشند:

- <https://map.tehran.ir>
- <https://www.bahehsab.ir/map/tehran>
- https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1-6HQGX-mwwew02zeDR5KpY1OA1mc&hl=en_US&ll=35.73057840359765%2C51.404761852036486&z=17

به عنوان مثال به چند نمونه از پتانسیل‌های مهم که برای طرح مناسب به نظر می‌رسند اشاره می‌کنیم:

- کلانتری ۵۲۱ یوسف‌آباد در محدوده میدان سید جمال اسدآبادی تقریباً در محدوده مرکزی محله یکی از این پتانسیل‌ها است که ممکن است بتوان مثلا در مورد پسماند اداری پروژه‌ای مشترک با آنان ترتیب داد.
- شهرداری منطقه ۶ نیز دقیقا در همان محدوده جزو پتانسیل‌های مناسبی است که برای تبلیغات، اطلاع‌رسانی، همکاری مشترک، پسماند اداری، در اختیار دادن اطلاعات مورد نیاز و ... یکی از ذی‌نفعان و حتی ذینفعان کلیدی می‌تواند باشد.
- تره‌بار جهان‌آرا نیز در محدوده مرکزی (نبش کوچه ۵۴ جهان‌آرا) محله جزو پتانسیل‌هایی است که به خصوص در حوزه پسماند می‌تواند مؤثر واقع شود.

- دبیرستان دخترانه بوعلی سینا و دبیرستان هیئت امنایی فرهنگ ۶ در میدان فرهنگ (مرکز محله) جزو پتانسیل‌هایی هستند که می‌توان برای جلب مشارکت دانش‌آموزان محله و خانواده‌هایشان مؤثر باشند و دسترسی به بانک اطلاعاتی آنان و یا امکان جلسهٔ مشترک و یا عضویت در گروه‌های مجازی مرتبطشان را میسر کند.
- شهر کتاب در محدودهٔ میدان فرهنگ نیز جزو مواردی است که امکان تعریف پروژهٔ مشترک و جلب مشارکت‌شان میسر به نظر می‌رسد.
- ادارهٔ ثبت شمال شرق تهران در شمال محلهٔ یوسف‌آباد می‌تواند جهت پروژه‌های پسماند مفید و مؤثر به نظر برسد.
- بیمارستان حضرت فاطمه (س) و بیمارستان محب کوثر در محدودهٔ شرقی محله نیز جزو پتانسیل‌هایی هستند که می‌توانند هم در راستای برگزاری رویدادها و هم در راستای اجرای برخی از طرح‌ها مؤثر باشند و ...



دارایی سنجی و ظرفیت سنجی

در بازدیدهای میدانی و جلسه با مطلعان

در مورد طرح با مطلعان مختلف صحبت کنید، رویدادها و اقدامات پیشنهادی را با آن‌ها به اشتراک بگذارید و سعی کنید پتانسیل‌های مختلف محله را که برای اجرای بخش ترویجی - آموزشی رویداد مفید می‌دانند با ذکر محدوده استخراج کنید.

مثلاً از آن‌ها بپرسید که پیشنهادهایشان برای برگزاری جلسات محلی در فضاهای باز کدام فضاها است؟ یا مثلاً از آن‌ها بپرسید فضاهای عمومی که معمولاً ممکن است اهالی محله در آن‌جا بتوانند گرد هم بیایند و برای برگزاری رویدادها و فعالیت‌ها راهگشا باشند کجا هست و آن مکان‌ها را یادداشت کنید. اگر احیاناً سمن‌ها یا سی بی اوهایی^۷ جهت همکاری و جلب مشارکت می‌شناسند نام آن‌ها را یادداشت کنید. سازمان‌ها، نهادها و اداراتی که جهت مشارکت در طرح معرفی می‌کنند و همچنین خودتان در عین بازدید میدانی می‌بینید را مشخص کنید و محدوده جغرافیایی آن‌ها را نیز مشخص کنید. اگر کوچه‌ها یا خیابان‌هایی را می‌بینید یا آن‌ها معرفی می‌کنند که ظرفیت ویژه‌ای جهت انجام فعالیت‌های ترویج و آموزش دارد را مشخص کنید. کسب و کارهای کوچک و فروشگاه‌های

7 - CBO: Community Based Organization

به مجموعه‌ای از شهروندان که در قالب گروه‌های فعال شکل گرفته و پیرامون موضوعی همکاری کرده و اقدامات خود را سازماندهی می‌کنند، سازمان اجتماع مبنا / سازمان اجتماع مدار می‌گویند. این گروه‌ها در سطح محلات، پیرامون موضوعات مختلفی می‌توانند وجود داشته باشند و می‌بایست در بازدیدها و جلسات در موردشان اطلاعات لازم را کسب کرد.

بزرگی که برای جلب مشارکت در طرح مؤثر می‌دانید را مشخص کنید و ...

تهیه بانک دارایی‌های محله (آن دسته از دارایی‌هایی که برای طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان‌نشینی مناسب به نظر می‌رسند) منطبق با رویکرد دارایی مبنای توسعه اجتماع محلی یا Asset Based Community Development Approach (ABCD))، است. این رویکرد دارایی‌ها را مبنای توسعه قرار می‌دهد و بر ظرفیت‌سازی تأکید می‌کند. بنا بر تعریف کلی منظور از ظرفیت اجتماع محلی، تمامی دارایی‌های مالی، کالبدی و اجتماعی است. در این رویکرد با بسیج منابع محلی نظیر سرمایه اجتماعی یا ظرفیت‌های کالبدی، ظرفیت‌سازی ایجاد می‌شود.

نحوه تعریف دارایی‌ها می‌تواند در هر اجتماع با توجه به امکانات، شرایط و اهداف متفاوت از هم باشد؛ لیکن به صورت کلی تلاش می‌شود تا همه‌ی دارایی‌ها در تمام ابعاد بسیج و دیده شوند.

به صورت کلی می‌توان گفت در این رویکرد چنین فرض می‌شود که در هر اجتماع شش نوع دارایی زیر وجود دارد:

- مهارت‌ها، دانش و تجربه ساکنان محلی
- قدرت انجمن‌های داوطلبانه محلی و شبکه ارتباطی
- منابع عمومی محلی، منابع خصوصی و منابع موسسات غیر انتفاعی
- منابع فیزیکی اجتماع از جمله زمین، ساختمان و زیرساختها
- اقتصاد محلی که در برگیرنده تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و فعالیت‌های مبتنی بر داد و ستد می‌باشد
- فرهنگ، تاریخ و هویت اجتماع به خصوص تجارب موفق آن اجتماع

نگاه داخل به خارج در این رویکرد، این اطمینان را حاصل می‌کند که اجتماع در فرآیند توسعه باقی خواهد ماند و با تاکید بر دارایی‌ها در مقابل نقاط ضعف مسیر توسعه خود را پی می‌گیرد.

به منظور عملی نمودن این رویکرد اولین و مهم ترین گام شناسایی دارایی‌ها توسط اجتماع محلی و ترویجگران است. لازم به ذکر است که شناسایی دارایی‌ها و لیست کردن آن‌ها می‌تواند در قالب‌های مختلف انجام شود. بر این مبنا مثلا می‌توان در گام اول جدولی طراحی نمود و با کمک آن اجتماع محلی را جهت شناسایی داشته‌ها از یکسو و استفاده از این داشته‌ها جهت نیل به توسعه و پیشرفت از سوی دیگر همراهی کرد. البته نحوه هدایت اجتماع محلی به سمت شناسایی دارایی‌ها و پرخش جهت از سمت رویکرد رایج نیاز مبنا به رویکرد دارایی مبنا خود کاری بسیار سخت و دشوار است که البته می‌تواند با تحقق رویکردهای مشارکتی به خوبی انجام شود.

جدول می‌تواند به صورت زیر ترسیم شود؛ جزئیات نحوه ترسیم آن در دوره آموزشی که از جانب اداره کل برگزار خواهد شد، آموزش داده می‌شود.

جدول شماره ۱۰. دارایی‌های احتمالی در محلات								
توضیحات و نحوه استفاده	کاربردی که برای طرح دارد؟	دارایی نیروی انسانی	کاربردی که برای طرح دارد؟	دارایی کالبدی	کاربردی که برای طرح دارد؟	دارایی اقتصادی	کاربردی که برای طرح دارد؟	دارایی اجتماعی



تدقیق و تعیین محدوده‌های انتخابی

عطف به پتانسیل‌های شناسایی شده و عطف به فضاهای در اختیار، جدول زیر را به منظور مشخص شدن محدوده دقیق سه نقطه انتخابی، تکمیل کنید:

جدول شماره ۱۱. تدقیق و تعیین محدوده‌های انتخابی فعالیت تیم ترویجگری

در هریک از محدوده‌های جغرافیایی محله چه پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های خاصی برای فعالیت‌های ترویجی و آموزشی شناسایی کرده‌اید؟ (موارد زیر یک مثال فرضی است صرفاً و از دقت لازم برخوردار نیست و می‌بایست در میدان عمل این موارد احصاء شود)

شرق	غرب	مرکز	جنوب	شمال
مراکز درمانی و بیمارستانی پارک شفق پله‌های رنگی منتهی به خیابان ولیعصر	ایستگاه آتش‌نشانی ۱۰۸	کلانتری تره بار شهرداری منطقه شهرکتاب دبیرستان‌های دخترانه فضای عمومی به مثابه پاتوق محله در میدان فرهنگ	سازمان دامپزشکی کشور دبیرستان سلام یوسف‌آباد اصناف مختلف	اداره ثبت شمال شرق تهران آسیاب آبی یوسف‌آباد زمین فوتبال شهید امینی کافه‌ها و رستوران‌های مختلف که برای خانواده‌های محله نیز به مثابه پاتوق هست بوستان‌های متعدد اصناف مختلف

از بین عناوین محورهای پیشنهادی برای رویدادها و فعالیت‌ها عطف به ظرفیت‌های هر یک، اختیار به چه جمع‌بندی رسیده‌اید و کدام عناوین یا هر عناوین خلاقانه‌ای را برای اجرای حداقل ۳ رویداد مناسب می‌دانید؟

مثلاً: فرض کنید در بررسی و شناخت اولیه برای فاز میدانی، با بررسی آمار و اطلاعات و به واسطه جلسه با ذینفعان و ذی‌نفعان، بازدیدها و عطف به شناخت از ظرفیت محله به این نتیجه رسیدید که عطف به هویت و تاریخ محله یوسف‌آباد، تعداد جمعیت سالمندان، تعداد زیاد اصناف و کسب و کارها در محله و ... مجموعاً موارد زیر برای اجرای رویدادها مناسب به نظر می‌رسند:

- ساعت چای همسایگی
- توزیع کیسه‌های پارچه‌ای
- کوچه ما در گذر خاطرات
- نقش تاریخ و هویت محله
- سایه همسایه مستدام
- اصناف دوستدار محیط زیست
- آپارتمان ایمن

حال به این سؤال پاسخ دهید که کدام یک از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های هر یک از محدوده‌ها برای شما مناسب‌تر و در دسترس‌تر است و در مجموع خط طولی را مناسب‌تر می‌دانید یا خط عرضی؟ مثلاً ممکن است فضای آسیاب آبی یوسف‌آباد در شمال محله را فضایی شاخص برای رویدادهای خود تشخیص دهید؛ یا ممکن است از بوستان متعدد محدوده شمالی را برای گردهم آمدن اهالی مناسب بدانید؛ یا ممکن است اصناف مختلف در محدوده شمالی و جنوبی و مرکزی را برای پروژه‌های دوستدار محیط زیست مناسب بدانید و ...

و در نهایت به این نتیجه برسید که خط طولی برای شرایط محله شما عطف به پتانسیل‌ها و فضاهای در اختیار انتخاب مناسب‌تری است

بر اساس اطلاعات مربوط به مساحت محله و جمعیت آن می‌بایست فعالیت‌های خود را در محله به‌گونه‌ای پراکنده کنید که بین ۱۵ تا ۳۰ درصد از محله را در برگیرد. فرض کنید که مثلاً محلهٔ یوسف‌آباد مجموعاً دارای ۶ خیابان اصلی باشد (خیابان سید جمال اسدآبادی، جهان‌آرا، مهران، ابن سینا، اکبری و بیستون)؛ همچنین فرض کنید که محله مجموعاً چیزی حدود ۳۰۰ کوچهٔ فرعی داشته باشد، دو میدان سید جمال اسدآبادی و فرهنگ میادین اصلی آن باشند و در مجموعاً مساحتی حدود ۱۶ هزار متر مربع داشته باشد.

محدودهٔ انتخابی ما برای فعالیت‌های ترویجی در شمال و مرکز و جنوب محله باید به‌گونه‌ای باشد که در مجموعاً حداقل یک ششم محله یعنی مساحتی حداقل حدود ۳ هزار متر مربع را درگیر کند. منتهی الزامی به اینکه این ۳ هزار متر مربع بین این سه محدوده به طور مساوی تقسیم شود وجود ندارد و این مورد عطف به شرایط و ظرفیت‌های محله انجام خواهد شد. مثلاً ممکن است محدودهٔ مرکزی و شمالی فضاهای شاخص‌تر و اثربخش‌تری برای فعالیت باشند و همچنین پتانسیل‌های بهتری در این محدوده‌ها وجود داشته باشد ولی محدودهٔ جنوبی پتانسیل و نمود کمتری داشته باشد. بر این اساس طبق تصمیم تیم میدانی در بخش ترویجگری آموزش و ضمن مشورت با اداره کل محترم در محدودهٔ مرکزی این محله که اتفاقاً قلب محله هم است ۱۵۰۰ متر مربع برای فعالیت انتخاب شود و در محدودهٔ شمالی ۱۰۰۰ متر مربع و در محدودهٔ جنوبی ۵۰۰ متر مربع. دوباره تأکید می‌کنیم که این اعداد حداقلی هستند، اعداد نهایی با توجه به توان منطقه و ویژگی‌های محله ضمن مشورت منطقه با تیم راهبری و تصمیم نهایی اداره کل آموزش‌های شهروندی تعیین می‌شوند. مثلاً اگر به

عدد ۴ هزار متر مربع رسیدیم، با توجه به فرضیاتی که در مورد این محله در نظر گرفتیم به ترتیب ۲۰۰۰، ۱۳۰۰، و ۷۰۰ متر به محدوده‌های مرکزی، شمال، و جنوب اختصاص می‌یابد.

این موضوع بسته به آن که **قلب و مرکز محله** چه محدوده و احیانا حتی محدوده‌هایی (در برخی از محله‌ها مثلا دو محدوده قلب و مرکز محله هستند مثلا شمال و جنوب) تشخیص داده شود، حاصل خواهد شد؛ یعنی آن محدوده‌ای که می‌تواند نمود بهتری از طرح را در معرض نمایش بگذارد و عموم اهالی محله را از کار با خبر کند. لازم به ذکر است که این محدوده الزاما محدوده مرکزی محله نخواهد بود و برای برخی از محلات ممکن است این قلب و مرکز در شمال، جنوب، غرب یا شرق باشد.

تشخیص و بررسی این نکات با تیم مرتبط با این حوزه خواهد بود و ضمن مشورت با اداره کل تعیین و نهایی خواهد شد.

در نهایت این ۳ هزار متر مربع به گونه‌ای خواهد بود که از ۳۰۰ کوچه محله مثلا چیزی حدود ۶۰ کوچه را تحت تأثیر بگذارد و مثلا در دو خیابان اصلی سید جمال اسدآبادی و جهان آرا عمده فعالیت‌ها انجام شود و مثلا از ظرفیت میادین اصلی این خط طولی یعنی میدان فرهنگ و میدان اسدآبادی در پیشبرد مؤثر طرح بهره برده شود.

جزئیات بیش‌تر صرفا در فعالیت عملی در میدان مشخص خواهد شد و در این مرحله، چیزی بیش از این قابل شرح و بسط نیست.



تشکیل شبکه افراد داوطلب

برای اقدامات فردی

نیاز است تا در خلال برداشتهای میدانی، اطلاع‌رسانی‌ها و جلسات با افراد شاخص و کلیدی، افراد داوطلبی که به نظر می‌رسند به نوعی بتوانند در هر یک از حوزه‌های موضوعی طرح مؤثر باشند شناسایی شوند و بر اساس حوزه‌های موضوعی علاقه‌مندی و یا دغدغه‌های اصلی نوعی از شبکه‌سازی جهت تعامل مؤثر این علاقه‌مندان داوطلب با یکدیگر انجام شود و از این شبکه داوطلبین در برنامه‌ریزی و اجرای رویدادها استفاده مؤثر شود. نیاز است تا کلیه علاقه‌مندان در تمام گروه‌های سنی، جنسی، شغلی و تحصیلی امکان فعالیت در حوزه‌های علاقه‌مندی خود را داشته باشند؛ فراموش نکنید که اقشار آسیب‌پذیری همچون افراد دارای معلولیت یا سالمندان را مورد غفلت و فراموشی قرار ندهید. همچنین شما تنها در صورتی مطمئن خواهید بود که توانسته‌اید کلیه علاقه‌مندان را شناسایی کنید که اطلاع‌رسانی مؤثری را انجام دهید، به‌گونه‌ای که کلیه افراد با فرصت و دسترسی برابر به آن اطلاع‌رسانی قرار داشته باشند. همچنین فراموش نکنید که ممکن است در مراحل مختلف طرح به این افراد داوطلب افزوده شود، این موضوع ایرادی ندارد و اتفاقاً نشان از عملکرد صحیح و درست دارد. شبکه افراد داوطلب را یا می‌توان بر اساس سه حوزه موضوعی طرح تشکیل داد و یا آن‌که بر اساس تقسیم‌بندی دیگری دست به این اقدام زد؛ بنابراین می‌بایست این مرحله را بعد از سنخ‌شناسی از حوزه‌های علاقه‌مندی افراد تشکیل داد.



تعیین رویدادهای عمومی و رویداد اختصاصی محور کارویژه

و هماهنگی با اداره کل جهت تأیید رویدادها

در این گام نیاز است تا شما فرم rfp برای هر یک از رویدادها را تهیه کنید تا بعد از هماهنگی و بررسی آنها توسط راهبر تیم به منطقه ارائه شود و در گام بعد پس از مشورت با اداره کل و تأیید نهایی آمادگی اجرا فراهم شود. به نظر می‌رسد که نیاز است برای هر رویداد یک فرم مانند آن چه در زیر آمده است تکمیل شود. لازم به ذکر است که می‌توانید اگر توضیحات تکمیلی مورد نظرتان هست که درج آن را ضروری می‌دانید به فرم پیشنهادی اضافه فرمایید؛ اما تکمیل موارد زیر ضروری است و لطفاً آنها را حذف نفرمایید.

فرم پروژه‌های پیشنهادی برای طرح ارتقاء فرهنگ آبارتمان‌نشینی (بخش ترویجگری)

منطقه:	محل:
عنوان دقیق فعالیت:	

1- موضوع کار پیشنهادی شما چیست؟

2- این کار مهم‌ترین دستاوردها و خروجی‌هایی که می‌تواند داشته باشد چیست؟

3- زمان اجرای این فعالیت به نظر شما چقدر است؟

4- فکر می‌کنید این فعالیت چه میزان هزینه نیاز داشته باشد؟

5- فکر می‌کنید این فعالیت چه تعداد از افراد محله را تحت تأثیر قرار دهد؟ و چه میزان از اهالی محله از فعالیت با خبر خواهند شد؟

6- سه ویژگی متمایز و مهمی که این فعالیت را انتخاب کرده‌اید را نام ببرید؟ (خلاقیت و مبتکرانه بودن، کم هزینه بودن، تحت تأثیر قرار دادن بخش اعظمی از جمعیت محله، منطبق با دارایی‌های محله بودن و ...)

ردیف	ویژگی	چرا؟
1		
2		
3		



اطلاع‌رسانی چهره به چهره طرح

بسته به موضوع رویدادها و هدف آن‌ها نیاز است که اطلاع‌رسانی چهره به چهره انجام شود، البته لازم به ذکر است که تمام ملاحظات مربوط به پاندمی کرونا رعایت خواهد شد و صرفاً آن دسته از اطلاع‌رسانی‌هایی که خطرآفرین نباشند مد نظر قرار خواهد گرفت. شناسایی انواع اصناف موجود در محدوده فعالیت مورد نظر و مراجعه حضوری و گفت و گوی چهره به چهره با آنان و همچنین ارائه پوستر، تراکت و بروشور (بسته به آن‌که کدام گزینه‌ها اثربخش‌تر است) به آنان و گفت و گو با معتمدین و افراد کلیدی محله و توجیه آنان و جلب مشارکت مؤثرشان بسته به موضوعات انتخابی و شناسایی اولیه حاصل شده مد نظر و مورد توجه قرار خواهد گرفت. در هنگام اطلاع‌رسانی باید ملاحظاتی مثل مراجعه بهنگام، احترام به وقت مخاطبان، احترام به نظرات و عقاید را مورد توجه قرار دهیم و کوشش نماییم که اطلاع‌رسانی از کیفیت و اثربخشی لازم برخوردار باشند. همچنین اگر در این مرحله افراد جدیدی به افراد داوطلب اضافه شدند و نیاز شد تا آن‌ها را به شبکه افراد داوطلب اضافه نماییم، اتفاق بسیار خوبی است و از آن استقبال نمایید.



اجرا

نکات مربوط به این بخش اعم از تقسیم نقش و تهیه برنامه زمان بندی و اجرای مرحله به مرحله در راهنمای بخش راهبران آمده است و برای جلوگیری از تکرار از بیان مجدد جلوگیری می شود؛ لطفا این بخش را در ضمن هماهنگی با راهبر طرح مورد توجه قرار دهید.

کلام آخر

راهنمای عملیاتی حاضر در بردارندهٔ مهم‌ترین نکاتی بود که به نظر می‌رسد می‌تواند برای تیم ترویجگری مؤثر واقع شود؛ در خلال طرح فرم‌هایی که برای بخش‌های مختلف کار می‌توانند مؤثر باشند در اختیار شما قرار خواهند گرفت. همچنین آموزش‌های در نظر گرفته شده نیز در تمام طول طرح ادامه خواهد داشت و کمک می‌کند تا گام به گام اجرای هرچه مؤثرتر طرح تسهیل شود. مسؤل بخش ترویجگری طرح ارتقا فرهنگ آپارتمان‌نشینی در اداره کل نیز پاسخگوی سؤالات احتمالی شما خواهد بود.

منابع

- مدنی قهفرخی، سعید (۱۳۹۱). جماعت‌گرایی و برنامه‌های جماعت‌محور، شرکت بین‌المللی پژوهش و نشر یادآوران، چاپ دوم، تهران.
- مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران (۱۳۹۱). گونه‌شناسی فرهنگی، اجتماعی و هویتی محلات شهر تهران، مجری مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.
- نوری‌نشاط، سعید؛ پاکزادمنش، پروین؛ الماسی، مهدی؛ ساجد، سیدعلی؛ آقا‌شیخ محمد، مریم (۱۳۹۱). تسهیله‌گری فرآیندهای اجتماع‌محور در کاهش فقر، انتشارات برگ زیتون، چاپ اول، تهران.
- یونسکو (۱۳۹۱)؛ پایش و ارزشیابی عملکرد (چطور بدانیم چه کرده‌ایم؟)، ترجمه‌ حمید مرعشی، چاپ: دفتر منطقه‌ای یونسکو در تهران.
- United Nations Development Programmed (2009). Handbook On Planning, Monitoring and Evaluating for Development Results, by www.web.undp.org.
- United Nations Development Programmed (2010). Handbook On Planning, Monitoring and Evaluating for Development Results, by www.web.undp.org.
- Wu, Qiong, Cormican, Kathryn (2016). Shared Leadership and Team Creativity: A Social Network Analysis in Engineering Design Teams, Journal of Technology Management & Innovation, Vol. 11, Issue. 2, pp: 2–13.
- www.project-management-podcast.com



پیوست ۱



(فهرستی از اقدامات پیشنهادی برای بخش ترویجگری و تسهیلگری)

اقدامات پیشنهادی

برای بخش ترویجگری و تسهیلگری

فهرست زیر یک فهرست پیشنهادی جهت ارائه نمونه کارهای ممکن است. در عمل، بر اساس ظرفیت های محله مورد نظر از بین این فهرست و موارد مشابه، رویدادهایی انتخاب و اجرا می شوند.

..... محور مشارکت و همسایگی

۱. مسابقه / پویش سفر به گذشته / گشتی در خاطرات مبتنی بر روایت نگاری و خاطره گویی از تاریخ شفاهی محله متمرکز بر گردآوری تاریخچه محله با تأکید بر گروه هدف سالمندان محله و جوانان (افراد قدیم و جدید محله) یا پویش داستان مشترک همسایگی ما متکی بر روایت همسایگی ها در واحدهای همسایگی به صورتی که یک داستان مشترک از روایت گروهی از افراد ساکن در یک واحد همسایگی به صورت جمعی ساخته شود؛
۲. رویداد آشنایی با قومیت های ساکن در محله به منظور شناخت بیشتر افراد از قومیت های ساکن در محیط زندگی شان، تسهیل آشنایی بین فرهنگ ها و همدلی نسبت به آداب و رسوم مختلف قومیت ها توسط یکدیگر؛
۳. بسته خدمتی مبتنی بر مداخله مؤثر در هنگامی که افراد بین همسایگان

و یا بین اهالی یک خانه تشخیص آزار فرزند، همسر یا سالمند و دعوای منجر به قتل و سایر خشونت‌های فیزیکی و روانی درخور توجه را می‌دهند؛

۴. مسابقه / پویش / رویداد کوچۀ زیبا محله بهاری با تأکید بر حوزه زیباسازی کوچه و محله؛

۵. مسابقه / پویش / رویداد همسایه در سایه امنیت با تأکید بر پیشگیری از سرقت، تجاوز و تعدی در محیط همسایگی؛

۶. اقدام مبتنی بر ساخت دیوار همسایگی / همسایه ایده‌آل من با این هدف که افراد رویاها و آرزوهای خود و نظرات خود از یک همسایگی / همسایه ایده‌آل را بر دیوار منتخب محله یا کوچه‌شان نصب کنند تا حساس سازی نسبت به مطالبه‌گری و همچنین انجام وظایف نسبت به همسایه خوب بودن انجام شود (تمام گروه‌های هدف می‌توانند به واسطه آثار مختلف اعم از نقاشی، روزنامه دیواری، دلنوشته، عکس و ... تصویر ایده‌آل از همسایگی‌شان را ترسیم کنند) این اقدام با هدف تقویت فضاهای عمومی در بین واحدهای همسایگی به واسطه طراحی، مطالبه‌گری و اقدام است؛

۷. آلبوم همسایگی محله می‌تواند عنوان یک رویداد، پویش یا مسابقه باشد که از همسایگی‌های قدیم و جدید گالری عکس برگزار شود. این گالری می‌تواند به طرق مختلف برپا شود؛

۸. شناسایی و معرفی پاتوق‌های موجود برای برپایی رویدادهای همسایگی و ایجاد یک فضای عمومی در این خصوص؛

۹. کتاب (صوتی / مکتوب) قصه‌های همسایگی ما که روایت‌هایش را اهالی واحدهای همسایگی بگویند و به طور جمعی نوشته شود و توسط تسهیلگر راهبری شود ؛

۱۰. ساعت چای همسایگی با محوریت تعامل و آشنایی همسایگان با هم و گفت و گو در فضاهای عمومی محله پیرامون خود و محله‌شان که هر بار قرار می‌تواند به صحبت همسایگان پیرامون یک موضوع اختصاص پیدا کند مثلا یک بار راجع به موضوع تفکیک زباله، بار دیگر راجع به مدیریت شیرابه، بار دیگر در مورد مشکلات مربوط به فضای بازی کودکان، عبور و مرور سالمندان و ؛

۱۱. نقش ماندگار با هدف رنگ‌آمیزی کوچه‌ها و خیابان‌ها در بهمن ماه و اسفند ماه به صورتی که یک تصویر یا نوشته مرتبط با آپارتمان نشینی و همسایگی هم در این رنگ‌آمیزی‌ها لحاظ شود ؛

۱۲. نقش تاریخ و هویت محله بر دیوارها و فضاهای در اختیار (مثلا در محله یوسف آباد قنات‌های یوسف‌آباد؛ باغ‌های مختلف مثل باغ کلاه فرنگی، باغ بوستان، باغ اندرون؛ افراد شاخصی مثل مرحوم میرزا یوسف آشتیانی، آسیاب آبی یوسف‌آباد که الان موزه شده است، پله اول یوسف‌آباد و ...) می‌تواند به طرق گوناگون در واحدهای محلی و همسایگی متجلی شود و آگاهی افراد از این موضوع و همچنین تعلق خاطرشان را گسترش دهد؛

۱۳. شهر همه به عنوانی اقدامی در راستای حساس سازی شهروندان نسبت به دسترس پذیری واحدهای همسایگی برای همه اقشار (سالمندان،

- معلولان، زنان باردار، کودکان و ...) و مطالبه‌گری و طراحی و اقدام در خصوص دسترس‌پذیرتر کردن واحد همسایگی برای همه؛
۱۴. برپایی رویداد/ مسابقه با موضوع سایه همسایه مستدام که اختصاص به دیده شدن و شنیده شدن گروه سنی سالمندان دارد و می‌تواند در قالب معرفی همسایه‌های قدیمی، سالمندان شاخص ساکن در همسایگی، اصناف قدیمی و ... اجرا شود و همچنین تجلیل و تقدیر از آنان را در پی داشته باشد؛ همچنین سالمندان می‌توانند در قالب ارسال آثار گوناگون و یا انجام فعالیت‌های مختلف در این حوزه نقش‌آفرینی نمایند؛
۱۵. برنامه یا رویداد کوچۀ ما در گذر خاطرات با هدف روایت از دیروز تا امروز تاریخ محله به صورت که شخصیت‌های مهم و اثرگذار قدیم تا امروز نیز نامشان ثبت و ضبط شود؛
۱۶. مشارکت اجتماع محلی در خصوص انجام اقدامات خرد و کوچک برای بهبود واحدهای همسایگی (ممکن است اقدام کوچک و نمادین باشد) مانند تدوین شناسنامه نیازهای کوچه و مطالبه از شهرداری.
۱۷. راه‌اندازی کتابخانه در ساختمان‌ها و آموزش و راهنمایی اهالی ساختمان‌ها جهت استفاده مؤثر و مسئولانه از کتابخانه و تأمین کتب مورد نیاز و برگزاری حلقه‌های کتابخوانی همسایگی و ...

..... محور محیط زیست با تأکید بر کاهش و مدیریت پسماند

۱. مسابقه / پویش نشان برتر کوچه‌های دوستدار محیط زیست محله با تأکید بر حوزه پسماند؛
۲. مسابقه / پویش نشان برتر اصناف دوستدار محیط زیست با تأکید بر حوزه پسماند؛
۳. مسابقه / پویش / رویداد همسایگی سبز با تأکید بر حوزه پسماند در واحدهای همسایگی؛
۴. مسابقه / پویش / رویداد آپارتمان سبز / خانه سبز با تأکید بر حوزه پسماند در یک ساختمان
۵. یک لامپ کمتر / لباس بیش‌تر، انرژی کم‌تر و ... پروژه‌هایی که اهالی آپارتمان‌ها را به سوی مدیریت صحیح انرژی و مصرف مسئولانه سوق دهد و آپارتمان‌ها را در رده آپارتمان‌های کم‌مصرف دسته‌بندی کند؛
۶. دانشجوی مسئول که مسئولیت اجتماعی دانشجویان در حوزه محیط‌زیست را محور قرار می‌دهد و تلاش می‌کند این قشر را وارد فرایند مدیریت پسماند در خانه‌ها و محلات کند؛
۷. یک روز کم پسماند با تأکید بر تعهد عملی اصناف، شهروندان (با تأکید بر واحدهای آپارتمانی) نسبت به تولید زباله حداقلی در آن روز به منظور حساس‌سازی نسبت به این حوزه ؛
۸. توزیع کیسه‌های پارچه‌ای به صورت هماهنگ توسط اصناف داوطلب نقطه‌های مورد نظر؛
۹. رویداد / مسابقه منهای دود با تمرکز بر حساس‌سازی شهروندان

(همسایگان، آپارتمان‌نشینان و اصناف) نسبت به عوارض مصرف سیگار و قلیان برای خود شخص و مهم‌تر از همه عوارضی که برای دیگران دارد و همچنین تأثیر منفی فیلتر سیگار بر محیط زیست و لزوم توجه به مصرف مسئولانه در این خصوص؛

۱۰. برگزاری جشنواره شمع‌دانی با هدف زیباسازی بالکن‌های واحدهای همسایگی به واسطه گل و گیاه.

..... قوانین و حریم خصوصی

۱. نصب مرامنامه آپارتمان‌نشینی؛
۲. مسابقه / پویش / رویداد آپارتمان ایمن مبتنی بر ارتقاء امنیت ساختمان در برابر سرقت، آتش‌سوزی؛
۳. طراحی شناسنامه همسایگی در حوزه قوانین و حریم خصوصی برای ساختمان‌ها (اجرا و پیاده‌سازی المان مشارکتی محله به واسطه شناسنامه‌ای به عنوان برند طرح ارتقاء فرهنگ آپارتمان‌نشینی در محله ماندگار بماند)؛
۴. استفاده از شهرداران مدارس به عنوان شهردار آپارتمان با هدف آگاه‌سازی دانش‌آموزان و حساس‌سازی آنان نسبت به آپارتمان‌نشینی و حقوق و وظایف آن؛
۵. نقش برجسته همسایگی / همسایه با هدف نقاشی کودکان از همسایه و همسایگی و درک و تعبیری که از آن دارند؛
۶. زنگ همسایه رویداد مبتنی بر روایت تجربیات، قوانین و آداب

- همسایه‌داری، آپارتمان‌نشینی و ... که در فضاهای عمومی محله قابلیت اجرا دارد و می‌تواند به واسطهٔ تئاتر خیابانی، توزیع بروشور، برگزاری سخنرانی‌ها، کارگاه‌ها و ... اجرایی شود.
۷. تشکیل حلقه‌های کتابخوانی، متن‌خوانی و تحلیل فیلم و مستند حضوری و مجازی جهت بحث و گفت‌وگوی اهالی آپارتمان‌ها پیرامون قوانین و حریم خصوصی آپارتمان‌نشینی.
۸. طراحی مشارکتی در کوچه‌ها یا شهرک‌ها با محتوای مرتبط با قوانین و حریم خصوصی (در قالب نقاشی‌ها و دیوار نوشته‌ها و سایر اقدامات مرتبط به نوعی که در آن فضا).
۹. مسابقه‌های ۲۰ سوالی یا هر نوع مسابقهٔ دیگر راجع به بایدها و نبایدهای مربوط به قوانین و حریم خصوصی به این صورت که میان خانوارهای یک ساختمان یا محیط همسایگی انجام شود و از برندگان تقدیر به عمل آید.
۱۰. کتاب (صوتی / مکتوب) قصه‌های آپارتمان ما با تأکید بر قوانین و حریم خصوصی که روایت‌هایش را ساکنین آپارتمان‌ها بگویند و به طور جمعی نوشته شود؛

- مسابقه روزنامه‌دیواری دیجیتالی در حوزه‌های موضوعی سه گانه توسط دانش‌آموزان و به صورت کلی نوجوانان انجام شود.
- سایر پیشنهادهایی که مورد نظر منطقه باشد و یا حاصل پیشنهادات گروه‌های محلی باشد به اطلاع اداره کل آموزش‌های شهروندی خواهد رسید و در صورت تأیید امکان اجرا خواهند داشت؛ همچنین پیشنهادهای شاخص و خلاقانه‌ای که در بخش ترویج‌گری مورد نظر مناطق باشد پس از اعلام و تأیید دبیرخانه مرکزی با بودجه اختصاصی قابلیت اجرایی شدن را خواهند داشت.

(پیشنهاد نحوه محاسبه حق الزحمه برای تیم ترویجگری)

پیوست ۲

۲۷



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

..... پیشنهاد نحوه محاسبه حق الزحمه برای تیم ترویجگری مناطق

میزان حق الزحمه پیشنهادی هر ساعت برای هر نفر (ریال)		سطح تحصیلات اعضاء
حداکثر	حداقل	
۳۵۰,۰۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰	کارشناسی
۴۳۰,۰۰۰۰	۳۸۰,۰۰۰	کارشناسی ارشد
۶۷۰,۰۰۰	۵۹۰,۰۰۰	دکتری

..... نکات:

۱. معیار اختصاص حق الزحمه حداقلی و حداکثری بسته به تجربه فرد و تعداد سال‌های کار وی و مهارت‌های ویژه‌ای هست که توسط مدیر اداره آموزش‌های شهروندی منطقه بررسی و تشخیص داده خواهد شد؛ می‌توان در میانه طیف نیز رقمی را برای اعضاء اختصاص داد.
۲. مدت زمان تخمینی فعالیت به صورت میانگین برای هر یک از ترویجگران میدانی تیم ۱۰ ساعت در هفته برای هر نفر و مجموعاً ۳۰ ساعت در هفته برای کل ترویجگران میدانی تیم یعنی ۳ نفر می‌باشد؛ مجموع آن در ماه برای کل ترویجگران میدانی تیم ۱۲۰ ساعت خواهد بود.
۳. راهبر تیم در هر هفته حدود ۱۳ ساعت فعالیت خواهد داشت و مجموع

- آن در طول یک ماه ۵۲ ساعت خواهد بود.
۴. بدیهی است که فشار کار در همه ماه‌های فعالیت یکسان نخواهد بود و ممکن است در ۴ تا ۵ ماهه اول فشار کار بیشتر و در ماه‌های بعدی فشار کاری کمتر باشد و مدت زمان کمتری مورد نیاز باشد بنابراین اعداد ذکر شده میانگینی از ساعت تخمینی فعالیت خواهد بود.
۵. هزینه‌هایی اعم از ایاب و ذهاب، نشر و تکثیر و هزینه اینترنت می‌بایست جدا از حق‌الزحمه خالص پرداختی لحاظ شوند.
۶. افراد دارای مدرک کارشناسی و کارشناسی ارشد برای انجام فعالیت‌های مرتبط با طرح مؤثر و دارای شایستگی مورد نیاز می‌باشند و پیشنهاد می‌شود انتخاب اعضای تیم به منظور مدیریت حق‌الزحمه‌ها از این دو مقطع باشد و یا آن‌که حداکثر راهبر تیم دارای مدرک دکتری باشد.
۷. معیار عملکرد افراد خروجی و انجام فعالیت‌ها خواهد بود و تعداد ساعت عطف به پیش‌بینی که از مدت زمان فعالیت برای نیل به خروجی و انجام فعالیت‌ها مورد انتظار است ذکر شده است و کیفیت کار در ساعات فعالیت مورد نیاز است تا در این ساعت خروجی‌ها و فعالیت‌های مورد نظر انجام شود.

..... ***نکته:

میزان ساعات کار ماهانه هیچ یک از افراد تیم به دلیل ملاحظات مرتبط با بیمه **نباید بیش از ۵۵ ساعت در ماه باشد** چراکه در این صورت قرارداد مشمول بیمه می‌شود.

سیر تبدیل خانه ها به آپارتمان ها با یک نگاه تاریخی- اجتماعی به سبکه ی آپارتمان نشینی، مشخص خواهد شد. افزایش کمی جمعیت، محدودیت مساحت شهرها، ابعاد اقتصادی مسکن و ... همه و همه بذر آپارتمان نشینی را کاشتند و امروزه شاهد رشد این بذر در حجم و وسعت بسیار زیاد هستیم. از این رو، زندگی آپارتمان نشینی پدیده ای برگرفته از سبک زندگی شهری است. سبک زندگی که خواسته یا ناخواسته، ما شهرنشینان را به سمت و سوی خود با تمام مختصاتش مثل فردگرایی، تجزیه فضاها، افزایش فاصله ها، استقلال طلبی، رعایت حریم خصوصی، همزیستی با تفاوت و تنوع جمعیتی و غیره سوق داده است.

زندگی آپارتمان نشینی به طور کلی، فارغ از شهر، منطقه و محله آن، ابعاد و وجوه خاص خود را دارد. گسترش جمعیت در کلانشهری مانند تهران که به دلایل مختلف اقتصادی، فرهنگی، بهداشت و سلامت، آموزش و ... مردم را از اقصی نقاط کشور برای زندگی به سمت خود سوق می دهد و تغییر سبک زندگی از خانه به آپارتمان، همه و همه شرایطی را موجب شده است که دیگر خبری از پیوندهای همسایگی قوی قبلی که مبتنی بر شناخت اجتماع از یکدیگر و سکونت طولانی در یک خانه بود، نیست؛ لیکن اساسا ذات زندگی در کلانشهرها همین مورد را موجب می شود. نکته آن است که بتوان در حدی میانه نسب به ارتباط قوی تا عدم ارتباط به کل، قرار گرفت و سطحی از مشارکت همسایگان را در امور مربوط به ساختمان و کوچه و محله شاهد بود. مشارکتی که هم باعث رفع و تعدیل مشکلات می شود و هم سطحی از امنیت و اعتماد که لازمه آرامش و ارتقای کیفیت زندگی است را موجب می شود.

موضوعی که اداره کل آموزش های شهروندی معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران تلاش کرد تا از طریق ایجاد بسترهای مشارکت آفرین، مسیر توسعه حقیقی را میسر و پایدار سازد.

سایه

