

דפי הדרכה להתארגנויות
לעזרה עצמית

הפצת מידע והסברה על-ידי התארגנות לעזרה עצמית

מאת: שרה קרניאל

יעוץ מדעי: ד"ר זאב קאליפון
יעוץ מקצועי: מרתה רמון

ירושלים, טבת תש"ן
ינואר 1990

חוברת מס' 4

4

מרכז ארצי למידע ויעוץ לעזרה עצמית

מיסודם של

לנ"י – ליגת נשים למען ישראל

משרד העבודה והרווחה

ג'וינט ישראל

הפצת מידע והסברה על-ידי
התארגנות לעזרה עצמית

מבוא

צמיחתה של התארגנות לעזרה עצמית והתפתחותה הם תוצאה של יכולת הפעילים ליצור תקשורת טובה עם הסביבה. לשם כך, הפצת מידע והסברה הם אמצעים חיוניים בידי התארגנות לעזרה עצמית.

שאלות שונות מתעוררות בענין זה:

1. מתי זקוקה התארגנות לעזרה עצמית להפצת מידע ולהסברה?
 2. למי מיועדים המידע וההסברה של ההתארגנות?
 3. מהן הפצת מידע והסברה מוצלחות?
 4. אילו אמצעים להפצת מידע ולהסברה עומדים לרשות הפעילים? מה הם היתרונות והחסרונות של אמצעים אלו?
- בדפי ההדרכה להלן, נציע לכם תשובות אפשריות לשאלות אלו ונפרט עקרונות ודרכים להפצת מידע ולהסברה על-ידי ההתארגנות.
- הדברים המובאים בדפי ההדרכה נכתבו בלשון זכר. אך, מתייחסים, כמובן, גם לזכר וגם לנקבה.

1. מתי זקוקה התארגנות לעזרה עצמית להפצת מידע ולהסברה?

כל התארגנות, בין אם היא נמצאת בשלבי גיבוש ראשוניים ובין אם היא נמצאת בשלבים מתקדמים, זקוקה לפעילים שבלעדיהם לא תוכל להתקיים. בנוסף לכך, התארגנויות זקוקות לתמיכה ציבורית ולמשאבים שונים לצורך פעילותן.

מידע והסברה משרתים צרכים אלה של ההתארגנות באופנים אחדים:

- מאפשרים למשתתפים פוטנציאלים **לדעת על קיומה של ההתארגנות.**
- **מציגים את מטרותיה ופעולותיה של ההתארגנות** בפני קהלים שונים ומעודדים **הצטרפות של אנשים חדשים.**
- יוצרים הזדמנות **לחלק ברבים ידע ונסיון אישיים** המצטברים אצל בעלי הבעיה.
- משמשים אמצעי **להבהיר בשפה שווה לכל נפש, סוגיות ונושאים** שהיו בעיקר נחלתם של אנשי מקצוע.
- מאפשרים **להגביר מודעות והבנה של הציבור הרחב** לבעיות עמן מתמודדים חברי ההתארגנות.
- יכולים **לסייע ביצירת דעת קהל אוהדת לנושא** או לרעיון שההתארגנות מבקשת לקדם.
- עשויים **לעזור בגיוס משאבים** להתארגנות.

מידע והסברה הם מהעקרונות המרכזיים של התארגנות לעזרה עצמית:

הענות הסביבה מגבירה את סיכויי הצלחתה של ההתארגנות, בעוד שהתעלמות הסביבה תחרוץ את דינה של ההתארגנות להעלם במהרה.

חשוב לזכור:

לא בכל מקרה זקוקה התארגנות לעזרה עצמית להפצת מידע ולהסברה. ישנם מצבים בהם מעדיפים המשתתפים מסגרת סגורה המונעת חשיפה לא מבוקרת ואינם מעוניינים במצטרפים חדשים. למשל:

- קבוצת אנשים המתארגנת בעיקר במטרה לשתף איש את רעהו בחוויות אישיות ולספק תמיכה הדדית.
- קבוצת אנשים המתארגנת למשך זמן מוגבל ומחייבת נוכחות עקבית והתמדה.
- קבוצת אנשים הסובלת מבעיה שכרוכה בסטיגמה חברתית.

2. למי מיועדים המידע וההסברה של

ההתארגנות?

מידע והסברה על נושאים בהם פועלת ההתארגנות חיוניים, בראש ובראשונה, לחברים ולמשתתפים בה. קהלי יעד נוספים להפצת המידע ולפעילות הסברה הם:

- משתתפים פוטנציאליים.
- אנשי מקצוע.
- מקבלי החלטות במוסדות ובארגונים.
- קרנות ותורמים.
- הציבור הרחב.

לכל אחד מקהלי היעד ישנם תכנים ונושאים העשויים לעניין אותם באופן מיוחד.

חברי ההתארגנות יהיו מעוניינים במידע על פגישות ואירועים, שירותים ופעילויות העשויים להועיל להם, על חידושים הקשורים בבעיה עמה הם מתמודדים ואפשרויות הטיפול בה.

חשוב, שכל **החברים** ידעו כיצד ניתן ליצור קשר עם **הפעילים** כדי לקבל מידע. לשם כך נחוץ לפרסם את שם אנשי הקשר, את מספרי הטלפון שלהם, ימים ושעות לקבלת פניות וכן כיצד יעודכנו החברים במידע שוטף באמצעות דף קשר, הזמנות לאירועים ולמפגשים, עלונים, הודעות בעיתונים וכו'.

משתתפים פוטנציאליים יהיו מעוניינים במיוחד במידע על מטרות ההתארגנות, פעילויותיה, כיצד ניתן להפיק ממנה תועלת ובאיזה דרך מצטרפים אליה.

אנשי מקצוע מעוניינים לדעת על מטרות ההתארגנות, פעילויותיה, איש הקשר שלה וכיצד ניתן להפנות אליה משתתפים נוספים. לפעמים, נתקלים פעילים במצבים בהם נחוצה לאנשי מקצוע פעולת הסברה על מהותה ותפקודה של התארגנות לעזרה עצמית, מאחר שהיא שונה משירותי טיפול מקצועיים אחרים.

**הטבלה שלהלן מרכזת את הסוגים של קהלי היעד של
ההתארגנות, מאפיינים מיוחדים להם, סוגי מידע ותכנים
לכבנטיים לכל אחד מהם.**

סוגי הקהל	מאפיינים	סוגי מידע על ההתארגנות								
		מידע טכני						מידע הקשור בתכנים		
		איש קשר	צורת קשר	מטרות ומהות	סוגי פעילויות של ההתארגנות	מידע על הבעיה עמה מתמודדים במסגרת ההתארגנות	מידע על שירותים ופעילויות רלבנטיים לבעיה	תועלת למשתתף	תועלת לציבור	תכניות לעתיד
חברים	מכירים את ההתארגנות.	×	×	×	×	×	×			
משתתפים פוטנציאליים	אינם מכירים את ההתארגנות; אינם יודעים על פיריוב מהי "עזרה עצמית".	×	×	×	×	×	×	×		
אנשי מקצוע	חוששים, לעתים, שההתארגנות מתחרה בהם ועוסקת בטיפול מקצועי.	×	×	×	×	×		×	×	
מקבלי החלטות במוסדות ובארגונים	לעתים, אינם מכירים היטב את הבעיה עמה מתמודדים החברים בהתארגנות. אינם מודעים לתועלת שבהתארגנות.	×		×	×	×			×	×
קרנות ותורמים	ראה לעיל – לגבי "מקבלי החלטות".	×		×	×	×			×	×
ציבור רחב	אינו מודע לבעיה עמה מתמודדים חברי ההתארגנות. מפגין דעות קדומות כלפי הבעיה.			×	×	×			×	×

מקבלי החלטות במוסדות ובארגונים, כמו גם **קרנות ותורמים** יהיו מעוניינים במידע על מטרות ההתארגנות, פעילויותיה ודרך עבודתה, התועלת הציבורית שיש בה ותכניותיה לעתיד.

הציבור הרחב מהווה, לרוב, גורם סביל לגבי הנושאים בהם פועלת התארגנות לעזרה עצמית. אין הוא מודע או מבין את הבעיות היחודיות לשמן הוקמה ההתארגנות. לעתים, לציבור הרחב דעות קדומות. חושבים, למשל, שאפילפסיה (מחלת הנפילה) מדבקת. לפעמים, הציבור מפתח התנגדות פעילה כלפי נושא או נושאים שהתארגנות זו או אחרת מבקשת לקדם. למשל, הפעלת מועדון קהילתי חברתי לחולי נפש בשכונת מגורים.

במקרים אלה יש צורך בהשקעה של זמן, מרץ ומשאבים רבים על-מנת להפיץ מידע מדויק וברור על הבעיות עמן מתמודדים חברי ההתארגנות. יש לתת תשובות לנושאים המעוררים רתיעה בציבור ולהסביר בצורה שתמשוך תשומת-לב את המהות, המטרות, הפעילויות והתועלת הציבורית של ההתארגנות.

3. מה הן הפצת מידע והסברה מוצלחות?

מידע שמפיצה התארגנות לעזרה עצמית מורכב מפרטים טכניים ומפריטי תוכן. הפריטים הטכניים הם, למשל, שם ומספר טלפון של איש הקשר, כתובת, ימים ושעות לקבלת פניות, מועדי המפגשים ומיקומם. פריטי תוכן קשורים למטרות ההתארגנות ולפעילויותיה.

כיצד ניתן להעריך אם הפצת המידע ופעילות ההסברה היו מוצלחות?

ישנן אמות מידה אחדות להערכת טיב המידע וההסברה: אמת מידה כללית היא עד כמה מאפשרות הפצת המידע וההסברה התקדמות אל מטרות ההתארגנות, כפי שנקבעו על-ידי הפעילים בה. אמות מידה מפורטות יותר הן:

- מידת הצטרפותם של חברים חדשים כתוצאה מהפצת מידע ומפעילות הסברה.
- הפנייתם של משתתפים פוטנציאליים על-ידי אנשי מקצוע עמם קשורה ההתארגנות.
- מספר הנוכחים במפגשים ובאירועים שמארגנת ההתארגנות.
- מספר המשתמשים בשירותים ובפעילויות שמציעה ההתארגנות.
- מידת נכונותם של אנשי המקצוע לתרום מזמנם להתארגנות.
- תגובות הציבור הרחב (אוהדות או מתנגדות).
- המידה בה מוכנים גורמים שונים לתרום כספים ומשאבים לפעילות במסגרת ההתארגנות.

חשוב לזכור:

כדי להבטיח את הצלחת ההסברה והפצת המידע:

- יש להתבסס על מידע מדויק וברור: קשה מאד להתמודד עם נזקים שעלולים לגרום כתובת לא מושלמת או ציון ארוע בלא אזכור מועד קיומו. יש להקפיד על כך שהמידע הטכני שמפיצה ההתארגנות יהיה מקיף ומדויק.

- יש להתבסס על מידע אמין: כאשר התארגנות מציגה מידע, חשוב להקפיד ולציין עובדות ונתונים ועל מה הם מבוססים. יש לכך חשיבות מרובה, משום שלבעיות עמן מתמודדים חברי התארגנויות לעזרה עצמית עשויות להיות דרכי טיפול שונות, לעתים סותרות או שנויות במחלוקת. ליד פרוט העמדות והדעות יש גם לציין בשם מי הן מיוצגות ולהמנע מנקיטת עמדה כוללת וחד-משמעית, במיוחד לגבי שיטות טיפול רפואיות.

במהלך הכנת חומר הסברה על ההתארגנות, כדאי להתייעץ עם אנשי מקצוע שונים ולבדוק היטב את אמינות המידע.

התבססות על ידע הנובע מהתנסות אישית: ידע הנצבר מהתנסויות אישיות ומציג בצורה כנה את מכלול ההתמודדויות עם הבעיה, הוא כוחה ויחודה של התארגנות לעזרה עצמית. חשוב להציג ידע זה ולהפיצו, כשם שחשוב להפיץ מידע רפואי ומידע על שיטות טיפול. פניה ישירה, המבוססת על החוויה האישית, היא בעלת עוצמה והשפעה בגיוס "אחים לצרה" ובגיוס תמיכה ציבורית. ניתן לעשות זאת בצורה עניינית ולא בהכרח על-ידי חשיפה אישית.

התבססות על הסברה פשוטה ובהירה: חשוב, שניתן יהיה להבין בקלות את מהות ההתארגנות, מטרותיה ופעילויותיה.

4. אמצעים להפצת מידע והסברה

כמעט בכל פעולה של התארגנות לעזרה עצמית יש אפשרות להפיץ מידע ולהסביר. זאת, החל מהשלבים הראשונים של צמיחת ההתארגנות, כאשר היוזם או קבוצת יזמים פועלים לאיתור משתתפים נוספים, מגבשים את מטרותיה של ההתארגנות ואת פעולותיה ומציגים אותם לזולתם.

לרשות התארגנויות לעזרה עצמית עומדים שלושה סוגים של אמצעים להפצת מידע ולהסברה:

- חומר כתוב ואורקולי;
- ארועים ופעילויות יזומים על-ידי ההתארגנות;
- אמצעי התקשורת.

להלן פרוט של כל אחד מהסוגים הללו, השימושים השונים שניתן לעשות בהם, הערכת ההשקעה בהם ומידת השליטה של פעילי ההתארגנות בהם.

חומר כתוב ואורקולי כולל: דפי מידע, דפי קשר, עלונים (פרוספקטים), כרטיסי ביקור, עיתונים, חוברות הדרכה, פניות בכתב לגורמי חוץ, הזמנות בכתב לארועים ולפעילויות, קלטות, סרטי וידאו, כרזות, מודעות. המשותף לכולם: היותם מופקים ישירות על-ידי ההתארגנות או מוזמנים על-ידיה.

הגיוון הרב של פריטים אלה מאפשר למצוא את המתאים ביותר לכל אחד מהלי היעד של ההתארגנות — החל בחברים, במשתתפים פוטנציאליים ובאנשי מקצוע וכלה בקרנות, בתורמים ובציבור הרחב.

מאחר שחומר כתוב ואורקולי צריך לשמש את ההתארגנות, יש לכלול בו מידע שאינו מתיישן, זאת בהתחשב בעובדה שההשקעה בהכנת התכנים ובהפקה היא רבה. הנתונים נמצאים בשליטתה של ההתארגנות; התכנים, היקף התפוצה ובחירת הגורמים להם יופץ החומר — הם בידי הפעילים. כמעט כל הפריטים מאפשרים לבקש משוב מהקוראים, בעל-פה (באמצעות הטלפון), או בכתב (באמצעות ספח שיש לשלחו חזרה).

בהכנה ובהפקה של חומר כתוב חשוב להקפיד על:

- כתיבה או הדפסה ללא טעויות וללא שגיאות;
- הימנעות מכתיבה או מהדפסה צפופה;
- דיוק במסירת מידע טכני, למשל, מספר טלפון + קידומת, ימים ושעות לקבלת פניות;
- שילוב של סמל ההתארגנות (אם ישנו) וכן שילוב של תמונות ואיורים.

גם בשלבים ההתחלתיים, כשאין להתארגנות נייר מכתבים רשמי, ניתן לעצב בהדפסה רגילה דף עם פרטים הכוללים את שם ההתארגנות, כתובת למכתבים ומספר טלפון של איש קשר.

ארועים ופעילויות יזומים על-ידי ההתארגנות כוללים הרצאות, כנסים, ימי עיון, יריד להדגמת שיטות טיפול, מכשירים ועזרים. קו יעוץ טלפוני, מפגשי תמיכה, מפגשים חברתיים (טיולים, מסיבות וכו'), חוגים, סדנאות, יעוץ אישי. המאפיין את כולם הוא הקשר הישיר, פנים-אל-פנים ויכולת השימוש בתקשורת בעל-פה, תוך ניצול האפשרות לקבלת תגובות ישירות ומידיות. פעולות ואירועים יזומים דורשים השקעה רבה בהכנתם, בארגונם ובביצועם, אך מהווים מכשיר נוח ברמת שליטה גבוהה יחסית, להפצת מידע ולהסברה ומתאימים לחברים, למשתתפים פוטנציאליים ולאנשי מקצוע. רצוי לשלב חומר הסברה כתוב בכל הזדמנות.

אמצעי תקשורת הכוללים עיתונים ארציים ומקומונים, רדיו, טלוויזיה כללית וחינוכית, ובעתיד הלא רחוק — גם תחנות אזוריות בכבלים. שימוש באמצעי התקשורת מתאים לפניה למשתתפים פוטנציאליים ולציבור הרחב. אך יש לזכור, כי משך השפעתו קצר. הציבור מולעט בכמויות אדירות של מידע באמצעי התקשורת והתחרות על תשומת הלב הציבורית גדולה ביותר. מידת השליטה של הפעילים על מה שיופץ מצומצמת יחסית. אנשי התקשורת מעוניינים בסיפור האישי יותר מאשר ב"סיפור של ההתארגנות". קשה לחדור לשידורי הטלוויזיה ולחדשות ברדיו ובעיתונות הארצית. קל יותר להכנס לעיתונות מקומית.

מקורות:

Hill, Karen: **Helping You Helps Me: A Guide Book for Self-Help Groups**, Canadian Council of Social Development, 1987.

National Multiple-Sclerosis Society: Self-Help Group Guide, U.S., 1986.

Wilson, Judy: **Self Help Groups: Getting Started, Keeping Going**, Longman, U.K., 1986.

Wilson, Judy: **Caring Together: Guidelines for Carers Self Help & Support Groups**, Kings Fund, Informal Caring Support Unit, 1988.

חשוב לזכור:

- ★ הצגת נושא בזווית חדשותית עשויה, לעתים, לסייע לשילובו באמצעי התקשורת. כך, למשל, ארגון אירוע או פתיחת מועדון עשויים להיות בעלי עניין לציבור.
- ★ לשם מקוצר של התארגנות, או לשם שאינו מבהיר את מהותה של ההתארגנות, יש להוסיף הסבר קצר.
- ★ גם אם נקריט בדרככם הזדמנות להופיע בטלוויזיה, כדאי לשקול זאת היטב: החשיפה היא מוחלטת, בעיקר מבחינה אישית, והדקות המעטות שעומדות לרשותכם עשויות להיות קצרות מדי, כדי להציג תמונה הוגנת של מורכבות הבעיה עמה אתם מתמודדים. חשוב, לכן, לחשוב מראש מה המסר אותו רוצים להעביר, ה"שורה התחתונה" לשמה אתם מוכנים לחשוף את עצמכם ואת משפחתכם. חשוב גם להתכונן מראש לקליטה מסודרת של הפניות שיגיעו בעקבות הופעתכם.
- ★ ישנן, כיום, תכניות רדיו אחדות המיועדות לקבלת פניות מהציבור ומאפשרות שיחה עם האולפן: "טלרדיו", "חיים – שעה בעיני בריאות, רווחה ופנאי" – ברשת א'; "נכון לעכשיר" בגלי צה"ל. פרטים ניתן למצוא בלוח המשדרים השבועי של הרדיו.
- רצוי להאזין לתכנית לפני שמחליטים לפנות אליה ויש להכיר את צורת הראיון בתכנית. יש לפנות לעורך התכנית בעל-פה וגם לשלוח אליו חומר כתוב, תוך ציון הנושאים המרכזיים שאתם מבקשים להציג.
- ★ לפרסום בעיתונות יש יתרון על פני פרסום ברדיו. אנשים יכולים לגזור את הידיעה או את הכתבה, לחשוב עליה, להעבירה לזולתם. הדבר עשוי להביא פניות גם זמן רב לאחר הפרסום בעיתון. גם במקרה זה, כדאי לעקוב אחר המדורים והכתבים ולנסות לפנות אליהם באופן אישי, לכתובת מסוימת או למדור מסוים. יש צורך להקפיד על מתן מידע מדויק על אופן הקשר עם ההתארגנות.