ARTICLE 19

မြန်မာပြည်အတွက် လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုလုပ်ငန်း လမ်းညွှန်

Guide to advocacy on freedom of expression in Myanmar

ARTICLE 19
Free Word Centre
60 Farringdon Road
London
EC1R 3GA
United Kingdom

T: +44 20 7324 2500
F: +44 20 7490 0566
E: info@article19.org
W: www.article19.org
Tw: @article19org
Fb: facebook.com/article19org

ARTICLE 19
Downtown Yangon
Myanmar
E: myanmar@article19.org
Tw: @article19asia

ISBN: 978-1-906586-86-7

© ARTICLE 19, 2014

This work is provided under the Creative Commons Attribution-Non-Commercial-ShareAlike 2.5 licence. You are free to copy, distribute and display this work and to make derivative works, provided you:

1) give credit to ARTICLE 19;
2) do not use this work for commercial purposes;
3) distribute any works derived from this publication under a licence identical to this one.

To access the full legal text of this licence, please visit: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/legalcode.

ARTICLE 19 would appreciate receiving a copy of any materials in which information from this report is used.

This booklet was produced courtesy of funding from the British government.

Foreign & Commonwealth Office

အာတီကယ် ၁၉ အဖွဲ့နှင့် လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်အတွက် မြန်မာပြည်သူ့ညွန့်ပေါင်းအဖွဲ့
မြန်မာပြည်အတွက် လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုလုပ်ငန်း လမ်းညွှန်

ARTICLE 19 and the Myanma People’s Coalition for Free Expression present The guide to advocacy on freedom of expression in Myanmar.

This beginners’ guide was developed by ARTICLE 19 and the Myanma People’s Coalition for Free Expression for training civil society on how to campaign for freedom of expression. It is part of a series of Myanma language guides which are available at www.article19.org

နိဒါန်း 2
Introduction

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုဆိုတာဘာလဲ။ ဘာအတွက် စည်းရုံးလှုပ်ရှားကြမှာလဲ။ 4
Advocacy and campaigning

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှု လုပ်ငန်းစဉ် စက်ဝန်း 7
The advocacy cycle

၁။ လုပ်ဆောင်မည့်အရေးကိစ္စ ထုတ်ဖော်သတ်မှတ်ပါ 10
Identifying the issues

၂။ စိတ်ဖြာသုံးသပ်ခြင်း 11
Analysis

၃။ ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ် ချမှတ်ခြင်း 16
Setting objectives

၄။ ဦးတည်ချက်ပစ်မှတ်နှင့် မဟာမိတ်များကို သတ်မှတ်ခြင်း 19
Identifying the targets and your allies

၅။ အသုံးပြုမည့်နည်းလမ်း ရွေးချယ်ပြီး သတင်းစကားများဖန်တီးပါ 26
Selecting the tools and developing the messages

၆။ လှုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်ချမှတ်ခြင်း 29
Establish a plan of action

၇။ စောင့်ကြည့်ခြင်းနှင့် အကဲဖြတ်ခြင်း 31
Monitoring and evaluation

နိဒါန်း

Introduction

ARTICLE 19 is an international human rights organization that campaigns for freedom of expression and access to information as a fundamental human right which is also central to the protection of other rights and an essential component of democracy. Established in 1987, it takes its name from Article 19 of the Universal Declaration of Human Rights. At present, ARTICLE 19 works with more than 90 implementing partners across the globe that are active in areas such as human rights, freedom of information, democratization, the media, women, health and environment.

The People's Coalition for Free Expression brings together academics, human rights defenders, journalists, editors and media workers, lawyers, political activists and representatives from across the country. Our purpose is to together defend freedom of expression and information by making clear recommendations for change. The Coalition was established in December 2013 in Chaung Tha.

အာတီကယ် ၁၉ သည် ဒီမိုကရေစီ၏ အခြေခံလူ့အခွင့်အရေးဖြစ်သော သတင်းရယူပိုင်ခွင့်နှင့် လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်အတွက် စည်းရုံးလှုံ့ဆော်မှုပြုသော နိုင်ငံတကာလူ့အခွင့်အရေးအဖွဲ့ဖြစ်သည်။ လွတ်လပ် စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်သည် ဒီမိုကရေစီအတွက် ပင်မအခွင့်အရေးဖြစ်ပြီး၊ အခြားအရေးကြီးသော ဒီမိုကရေစီ ၏ အစိတ်အပိုင်းများနှင့် အခြားအခွင့်အရေးများကိုလည်း ကာကွယ်ပေးသည်။

အာတီကယ် ၁၉ ကို ၁၉၈၇ ခုနှစ်တွင် ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ခဲ့ပြီး၊ ယင်းအမည်ကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာအခွင့်အရေး ကြေငြာစာတမ်း အပိုဒ် ၁၉ မှ ရယူထားခြင်းဖြစ်သည်။ မိမိတို့အဖွဲ့သည် လက်ရှိကာလတွင် လူ့အခွင့် အရေး၊ သတင်းအချက်အလက် လွတ်လပ်စွာရရှိခွင့်၊ ဒီမိုကရေစီပြောင်းလဲမှု၊ မီဒီယာ၊ အမျိုးသမီး အခွင့်အရေး၊ ကျန်းမာရေးနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ရေးရာ ကိစ္စများအတွက် ကမ□ာတစ်ဝန်းရှိ အဖွဲ့ ၉၀ ကျော်နှင့် တက်ကြွစွာ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သည်။

လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်အတွက် မြန်မာပြည်သူ့ညွန့်ပေါင်းအဖွဲ့ကို ပညာရှင်များ၊ လူ့အခွင့်အရေး ကာကွယ်စောင့်ရှောက်သူများ၊ သတင်းစာဆရာများ၊ မီဒီယာလုပ်ငန်းလုပ်ကိုင်သူများ၊ ရှေ့နေများ၊ နိုင်ငံရေး တက်ကြွလှုပ်ရှားသူများနှင့် မြန်မာနိုင်ငံတစ်ဝန်းရှိ နယ်ပယ်အရပ်ရပ်မှ ကိုယ်စားလှယ်များစုစည်းကာ ဖွဲ့စည်းထားခြင်းဖြစ်သည်။ မိမိတို့အဖွဲ့၏ ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်မှာ လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်နှင့် သတင်းရယူခွင့်ကို ကာကွယ် စောင့်ရှောက်ရန်ဖြစ်ပြီး၊ အပြောင်းအလဲ ဖြစ်ပေါ်လာစေရန်အတွက် အတူတကွ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ကာ ရှင်းလင်းသော

အကြံပြုချက်များ တင်ပြသွား ရန်ဖြစ်သည်။ ဤညွှန့်ပေါင်းအဖွဲ့ကို ၂၀၁၃ ဒီဇင်ဘာတွင် ချောင်းသာ၌ ဖွဲ့စည်းခဲ့သည်။

Step-by-step guide

This guide takes you through the very first moments when you need to identify what you want to do, to outlining the current situation, then to who is involved, on to what you're going to do and when, finally to wrapping up with monitoring and reviewing your strategy and evaluating your activities.

ဤလမ်းညွှန်အကြောင်း

ဤလမ်းညွှန်က သင့်ရည်မှန်းချက်ကို ထုတ်ဖော်သတ်မှတ်ရန်၊ ဖြစ်ပေါ်နေသောအခြေအနေကို သုံးသပ်နိုင်ရန်၊ ယင်းအခြေအနေတွင် ပါဝင်ပတ်သက်နေသူများကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ရာတွင် အထောက်အကူပြုမည်ဖြစ်ပြီး၊ သင့်လုပ်ငန်းစဉ် တစ်ခုလုံးကို စောင့်ကြည့်သုံးသပ်ရန်နှင့် အကဲဖြတ်ရာတွင် အထောက်အကူပြုဖြစ်စေနိုင်သည်။

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုဆိုတာဘာလဲ။ ဘာအတွက် စည်းရုံးလှုပ်ရှားကြမှာလဲ။

Advocacy and campaigning

What are advocacy and campaigning for?

The primary purpose of advocacy and campaigning can be seen to be one or more of the following:

- To influence public policy and practice
- To influence corporate policy and practice
- To influence public attitudes and behaviour
- To influence decision making processes so that affected communities are involved
- To empower affected communities to influence the decisions that affect them

In all cases, advocacy and campaign are about promoting and trying to achieve some positive change, not just raising awareness of things.

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုဆိုတာဘာလဲ။ ဘာအတွက် စည်းရုံးလှုပ်ရှားကြမှာလဲ။

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုနှင့် စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုလုပ်ဆောင်ခြင်း၏ ရည်မှန်းချက်သည် အသိတိုးပွားလာရန် တစ်ခုတည်း အတွက်မဟုတ်ပါ။ အပြုသဘောပြောင်းလဲမှုများရှိလာစေရန်ဖြစ်သည်။ ယင်းလုပ်ဆောင်ချက်များ၏ အဓိက ရည်မှန်းချက်မှာ အောက်ပါအချက်များထဲမှ တစ်ခု သို့မဟုတ် တစ်ခုထက်ပိုသည့် အချက်များနှင့် သက်ဆိုင်သည် -

- မူဝါဒနှင့် မူဝဒဆိုင်ရာ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်မှုများအပေါ် ဩဇာသက်ရောက်မှုရှိရန်
- ကော်ပိုရေးရှင်းဆိုင်ရာ မူဝါဒနှင့် လုပ်ဆောင်ချက်များအပေါ် လွှမ်းမိုးသက်ရောက်မှုရှိရန်
- လူထုသဘောထားနှင့် အပြုအမူအပေါ် ဩဇာသက်ရောက်မှုရှိနိုင်ရန်
- မူဝါဒတစ်ခုခုကြောင့် အကျိုးသက်ရောက်ခံရမည့် လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းများပါဝင်သည့် မူဝါဒဆိုင်ရာ ဆုံးဖြတ်ချက်ချမှတ်ခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်ကို အားပေးခြင်း
- သက်ဆိုင်ရာလူထုက မိမိတို့အပေါ်သက်ရောက်လာမည့် ဆုံးဖြတ်ချက်ကို ချမှတ်သည့်လုပ်ငန်းစဉ်တွင် ၎င်းတို့၏ ဆန္ဒလွှမ်းမိုးနိုင်ရန် အားပေးခြင်း

‘Advocacy’? ‘Campaign’? What is most effective?

Often times, the most effective campaigns often use both advocacy (slower, quieter and more likely to be behind closed doors) with public campaign actions that mobilise the public around a particular issues (bigger, louder and usually outside of the walls of decision makers). Using a number of advocacy and campaigns tools and taking a strategic approach to campaigning within

our programmes and thematic issues means that we can be more effective and targeted in achieving our objectives.

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်ခြင်းနှင့် စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုမှာ ဘယ် အရာက ပိုမိုထိရောက်မှု ရှိသလဲ။

မိမိ ဆောင်ရွက်နေသော လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် အခြားအကြောင်းကိစ္စအမျိုးမျိုးကို မဟာဗျူဟာကျစွာချဉ်းကပ်ပြီး ဆော်ဩလှုံ့ဆော်ခြင်းနှင့် စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုဆိုင်ရာ နည်းလမ်းများကို အသုံးပြုခြင်းဖြင့် မိမိ၏ ရည်မှန်းချက်ကို အောင်မြင်စွာ လုပ်ဆောင်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။

အောက်ပါ နည်းလမ်းနှစ်ခုစလုံးကို ပေါင်းစပ်၍ စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုကို ထိရောက်စွာ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ကြသည် -

- မိမိတို့ ပြောင်းလဲလိုသော ပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် တိုက်ရိုက်တွေ့ ဆုံးဆွေးနွေးခြင်းဖြင့် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်ခြင်း ပြုလုပ်နိုင်သည်။(၎င်း လုပ်ဆောင်မှုတွင် နေးကွေးစွာနှင့် တိတ်တဆိတ် ကာလံကာနောက်ကွဲတွင် ကျင်းပသော ဆွေးနွေးပွဲပုံစံများဖြင့် လုပ်ဆောင်သည့် အလားအလာပိုများသည်။)

- အရေးကိစ္စတစ်ခုခုတွင် လူထုတစ်ရပ်လုံးပါဝင်လာလှုပ်ရှားလာစေရန် လုပ်ဆောင်သည့်လူထုစည်းရုံး လှုပ်ရှားမှု (ပို၍ကြီးမားသော၊ ပို၍ကြားသိနိုင်သော နှင့် အများမြင်နိုင်သည့် နေရာတွင်စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှု ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြစ်သည်။)

Advocacy and Campaigning can make a difference …if well planned!

At their best, they can make a huge difference to the lives of millions of people, tackling the root causes of violations of basic human rights, including freedom of expression and the right to access of information, not just its symptoms.

However, too often they are badly planned and executed, resulting in minimal impact.

Not only does this waste the precious resources of activists, human rights defenders, civil society organisations and NGOs that could have been used for better things, but much worse than this, it potentially blocks more effective advocacy and campaigns by occupying the limited political space and diverting public attention.

စနစ်တစ်ကျစီစဉ်၍ လုပ်ဆောင်သော ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုနှင့် စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုများသည် အပြောင်းအလဲတစ်ရပ်ကို ဖော်ဆောင်နိုင်သည်။

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်ခြင်းနှင့် စည်းရုံးလှုပ်ရှားခြင်းကို အကောင်းဆုံးလုပ်ဆောင်နိုင်ပါက လူသန်းပေါင်းများစွာ၏ ဘဝအပေါ်ကြီးမားသော ဩဇာသက်ရောက်မှုဖြစ်ပေါ်စေပြီး၊ ပြဿနာတစ်ခု၏ အပေါ်ယံလူ့အခွင့်အရေး

ချိုးဖောက်မှုများကိုသာ ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ခြင်းမဟုတ်ဘဲ၊ ပြဿနာ၏ အဓိကအရင်းအမြစ်ကို ဖြေရှင်း ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်သည်။ သို့သော် မကြာခဏဆိုသလို စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုနှင့် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်ခြင်းကို သေချာ အစီအစဉ်ဆွဲ၍ လုပ်ဆောင်ခြင်းမရှိသောကြောင့် သက်ရောက်မှု အနည်းငယ်သာဖြစ်ပေါ်စေသည်။

ထိုသို့ လုပ်ဆောင်ခြင်းသည် တန်ဖိုးရှိသော အရင်းအမြစ်များကို ဖြုန်းတီးရာရောက်သည်။ ပိုဆိုးသည်မှာ ထိုသို့ လုပ်ဆောင်ခြင်းဖြင့် အနည်းငယ်သာလှုပ်ဆောင်ခွင့်ရှိသောအခွင့် အရေးကို အလဟဿ ဖြစ်စေကာ၊ လူထု၏ အာရုံကို လမ်းလွှဲနှောက်ယှက်ရာရောက်ပြီး၊ ပို၍ထိရောက်သော စည်းရုံးလှုပ်ရှားခြင်းနှင့် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှု အတွက် အဟန့်အတားဖြစ်စေသည်။

What are the seven things you should NOT do?

1. Unclear aims and objectives
2. Activity planning happening before (or without) developing an influencing strategy
3. Action plans that run to an internal timetable
4. Lack of innovation
5. Messages that do not get noticed and move people
6. Poor monitoring and evaluation
7. Failing to focus

အမြဲလုပ်ဆောင်ရမည့် အချက် ၇ ချက်-

1. ၁။ သင့် ရည်မှန်းချက်နှင့် လုပ်ဆောင်မည့်မျှော်မှန်းချက်များကို ရှင်းလင်းစွာ သိရှိအောင် စတင်လုပ်ဆောင်ပါ။
2. ၂။ လှုပ်ရှားမှုအစီအစဉ် မချမှတ်မီ ဩဇာသက်ရောက်မှုရှိနိုင်သည့် ဗျူဟာကို အရင်ချမှတ်ပါ။
3. ၃။ သင့်လှုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်ကို ပြင်ပအခြေအနေနှင့် ကိုက်ညီမည့် အချိန်ဇယားရေးဆွဲပါ။
4. ၄။ တီထွင်ဖန်တီးမှုရှိပါ။
5. ၅။ လူတွေတိုက်ရိုက်ခံစားမှု ဖြစ်ပေါ်စေမည့် သို့မဟုတ် သူတို့၏ အာရုံကိုဖမ်းစားနိုင်မည့် သတင်းစကားများ ဖန်တီးပါ။
6. ၆။ စောင့်ကြည့်ခြင်းနှင့် အကဲဖြတ်ခြင်းကို ထိရောက်စွာ လုပ်ဆောင်ပါ။
7. ၇။ အာရုံစူးစိုက်မှုရှိပါ။

ဆော်သြလှုံ့ဆော်မှု လုပ်ငန်းစဉ် စက်ဝန်း

The advocacy cycle

Effective advocacy work needs good planning. One way to organise your work is the advocacy planning cycle, which shows the most important steps in planning and implementing advocacy work.

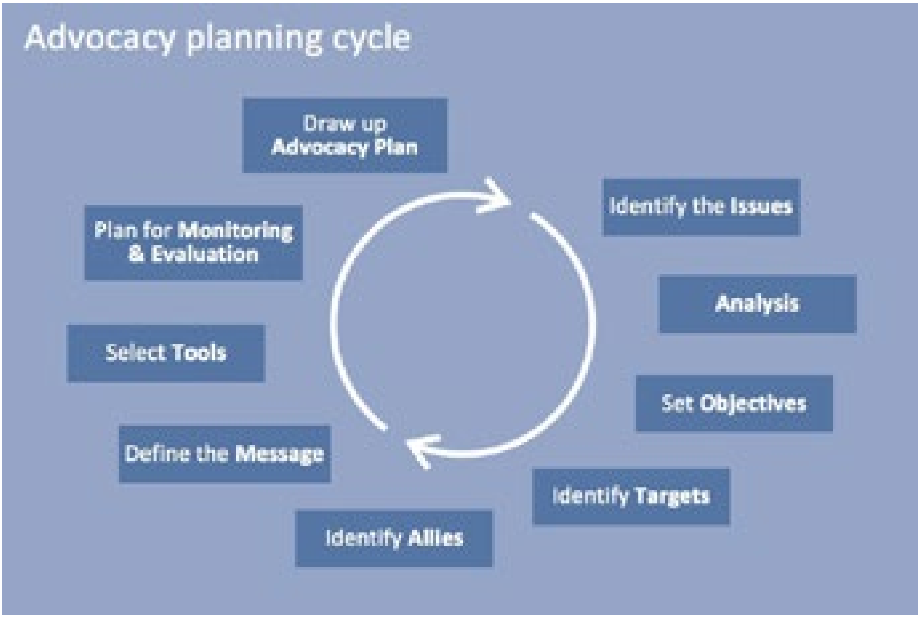
This guide will follow this cycle, which identifies the following steps:

1. Identifying the issues: what do we want to change? Which issues are most pressing in your local and national context?

2. Analysis: what do we already know and what information can we use?

3. Setting objectives: what are our specific advocacy objectives? Advocacy objectives should be concrete.

4. Identifying the targets and your allies: whom do we want to influence? Whom are we addressing: Local or national politicians? Community residents? Municipal authorities? The better you know and define your targets, the better you will be able to select the most



appropriate way to reach and influence them. For your allies, with whom can we work? Approach a wide range of partners with an outline of activities and events to discuss, and agree upon their involvement and support.

5. Selecting the tools and developing the messages: how can we best reach our targets? There are numerous communication tools that can be used for good advocacy work.

6. Establish a plan of action: It should have a concrete timeline, with concrete actions, focus on your key targets, with identification of who will be responsible for carry that action.

7. Monitoring and Evaluation: how can we measure the impact of our activities? And learn from our experience?

ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှု လုပ်ငန်းစဉ် စက်ဝန်း

ထိရောက်သော ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုအတွက် ကောင်းမွန်သော လုပ်ငန်းအစီအစဉ်ရှိရန်လိုသည်။ လုပ် ဆောင်နိုင်သည့်နည်းလမ်းတစ်ခုမှာ အောက်တွင်ဖော်ပြထားသော ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုလုပ်ငန်း အတွက် ပြင်ဆင်လုပ်ဆောင်ခြင်း စက်ဝန်းဖြစ်သည်။ ၎င်းတွင် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုလုပ်ငန်းအတွက် စီစဉ်ခြင်းနှင့် အကောင်အထည် ဖော်ဆောင်ရွက်ခြင်း အဆင့် ၇ ဆင့်ကို ဖော်ပြထားသည်။

၁။ လုပ်ဆောင်မည့်အရေးကိစ္စ ထုတ်ဖော်သတ်မှတ်ပါ--ဘယ်ကိစ္စကို မိမိတို့ပြောင်းလဲလိုသလဲ။ ဒေသန္တရအဆင့်နှင့် နိုင်ငံအဆင့်တွင် ဘယ်အကြောင်းအရာက အရေးကြီးဆုံးလဲ။

၂။ စိတ်ဖျာသုံးသပ်ခြင်းလုပ်ပါ --မိမိတို့ သိထားနှင့်ပြီးသော သတင်းအချက်အလက်ကဘာလဲ။ ဘယ်သတင်းအချက် အလက်ကို အသုံးပြုနိုင်မလဲ။

၃။ ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ် ချမှတ်ပါ --မိမိတို့၏ ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှု ရည်ရွယ်ချက် အတိအကျက ဘာတွေလဲ။ (ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မည့် ရည်ရွယ်ချက်က ခိုင်မာတိကျဖို့လိုသည်။)

၄။ ဦးတည်ချက်ပစ်မှတ်နှင့် မဟာမိတ်များကို သတ်မှတ်ပါ -- ဘယ်သူတွေအပေါ် ဩဇာသက်ရောက်ချင်တာလဲ။ ဘယ်သူ့ကို ဦးတည်ပစ်မှတ်ထားမလဲ။ ဘယ်သူတွေနဲ့ မဟာမိတ်အဖြစ် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်နိုင်မလဲ။

၅။ အသုံးပြုမည့်နည်းလမ်း ရွေးချယ်ပြီး သတင်းစကားများဖန်တီးပါ -- မိမိဦးတည်ချက်ပစ်မှတ်ထံသို့ ရောက်အောင်လုပ်ဆောင်မည့် အကောင်းဆုံးနည်းလမ်းကဘာလဲ။ (ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှု အောင်မြင်စေရန် အတွက် အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်နိုင်သောနည်းနာများစွာ ရှိပါသည်။) မိမိတို့၏ သတင်းစကားများကို မိမိတို့ ပစ်မှတ်ထားသည့်သူများ ရှင်းလင်းစွာနားလည်ရန် မည်သည့် ဘာသာစကားကို အသုံးပြုမလဲ။)

၆။ လုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်ချမှတ်ပါ -- ဘယ်သူက ဘယ်အချိန်မှာ ဘာလုပ်မလဲ။ လှုပ်ရှားမှု တစ်ခုခြင်းစီက ဘယ်သူ့ကိုဦးတည်ပြီး လုပ်ဆောင်မလဲ။ (လှုပ်ရှားမှုတစ်ခုခြင်းစီ တိကျခိုင်မာဖို့လိုအပ်သည်။)

၇။ စောင့်ကြည့်ခြင်းနှင့် အကဲဖြတ်ခြင်း ပြုလုပ်ပါ --မိမိတို့ လှုပ်ရှားမှုများ၏ အကျိုးသက်ရောက်မှုကို ဘယ်လို တိုင်းတာမလဲ။ မိမိတို့ အတွေ့အကြုံကနေ ဘာတွေလေ့လာခဲ့ရသလဲ။

Ground Rules when discussing in your group:

- Facilitating: You should have someone who can be facilitator to ensure you stay on track and ground rules are respected. It's best if the facilitator can play a neutral role in the discussions so you might want to ask someone external or a person from another team to facilitate
- Contributions and Respect: Everyone has equal right to speak and contribute. Only one person should speak at a time. You might want to use a prop to hold when speaking to facilitate this more easily.
- Brainstorming: During brainstorm activities, nothing is wrong and ALL ideas are welcomed and encouraged. Later on you will have time to interrogate ideas to develop the strongest plan for your work. Sometimes the best ideas stem from what appear to be the most random brainstorm ideas.

အုပ်စုဖွဲ့ဆွေးနွေးခြင်းအတွက် အခြေခံစည်းမျဉ်း

- ဦးဆောင်ဆွေးနွေးကမကထပြုခြင်း - ဆွေးနွေးပွဲ စည်းမျဉ်းများကို လေးစားလိုက်နာရန်နှင့် စနစ်တစ်ကျဖြစ်စေရန် တစ်ဦး တစ်ယောက်က ကမကထပြု၍ ဆွေးနွေးပွဲကိုဦးဆောင်သင့်သည်။ ဘက်လိုက်မှု မရှိစေရန်အတွက် ဦးဆောင်ကမကထပြုသုကို ဆွေးနွေးပွဲအဖွဲ့ဝင်မဟုတ်သူများထဲမှ ရွေးချယ်ပါ။
- လေးစားမှုရှိစွာ ပါဝင်ဆွေးနွေးခြင်း - အယောက်စီတိုင်း ပါဝင်ဆွေးနွေးခွင့် ပြောဆိုခွင့် မျှတစွာ ရရှိသင့်သည်။ တစ်ကြိမ်တွင် တစ်ဦးသာ ပြောဆိုခွင့်ရှိရမည်။
- ဦးနှောက်မုန်တိုင်းဆင်ခြင်း (brainstorming) - ဦးနှောက်မုန်တိုင်းဆင်ခြင်းလုပ်ဆောင်ရာတွင် အမြင်၊စိတ်ကူး၊ယူဆချက် အားလုံး ထွက်ပေါ်လာရန် အားပေးကြိုဆိုရမည်။ သင့်လုပ်ငန်းအတွက် အကောင်းဆုံးအစီအစဉ်ကို ဖော်ဆောင်ဖို့ ထိုအမြင် စိတ်ကူးများကို ထပ်ဆင့်ကောင်းမွန်အောင် ဆွေးနွေးမှုပြုလုပ်နိုင်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ အကောင်းဆုံးသောအစီအစဉ်များ သာမန်စိတ်ကူးများမှ မထင်မှတ်ပဲ ထွက်ပေါ်လာလေ့ရှိသည်။

၁။ လုပ်ဆောင်မည့်အရေးကိစ္စ ထုတ်ဖော်သတ်မှတ်ပါ

Identifying the issues

What is the broad, BIG aim of your work? This should be the umbrella which will then lead on to identifying your more concrete objective(s). Aims are normally be BIG and BROAD and is likely to be something longer-term – it's the ideal you're working towards!

It is important to identify the issues and the context in which you want to achieve change. The context will help you clarify what your objectives should be. This should be bullet points and focused on key legislative, political, social, economical, technological and cultural issues within the country.

ပထမဆုံး အဆင့်အနေဖြင့် သင်၏ အဓိကရည်မှန်းချက်ကို ချမှတ်ရမည်။ ရည်မှန်းချက်တွေဟာ ကြီးမား ကျယ်ပြန့်လေ့ရှိပြီး၊ ရေရှည်လုပ်ဆောင်ရမည့်ကိစ္စဖြစ်သည်။

သင့်အလုပ်ဖြင့် ဦးတည်သွားနေသည့်စိတ်ကူး ပန်းတိုင်ဖြစ်သည်။ ရည်မှန်းချက်တွေဟာ လက်တွေ့လုပ်ဆောင်ဖို့ ချမှတ်ထားသည့် ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်း စဉ်နှင့် ကွဲပြားသည်(အောက်ပါ အဆင့် ၃ ကို ကြည့်ပါ)။

အပြောင်းအလဲဖြစ်အောင် လုပ်ဆောင်နေသော အကြောင်းအရာနှင့် လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်နေသော ပတ်ဝန်း ကျင်နောက်ခံအခြေအနေကို ရှင်းလင်းစွာသိထားရန် အလွန်အရေးကြီးသည်။ ပတ်ဝန်းကျင်နောက်ခံ အခြေအနေအကြောင်းကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားခြင်းဖြင့် သင်လုပ်ဆောင်လိုသော ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်ကို ရှင်းလင်းစွာ သိရှိလာနိုင်သည်။ လုပ်ဆောင်မည့် အကြောင်းအရာများနှင့် ထည့်သွင်းစဉ်းစားရမည့် နောက်ခံ အခြေအနေများကို လိုရင်းတိုရှင်းနည်းဖြင့် အချက်အလက်ပြုစုပါ။ (အောက်ပါ အဆင့် ၂ က နောက်ခံ အခြေအနေကို စဉ်းစားသည့်နည်းလမ်းကို လမ်းညွှန်ပေးထားသည်။)

Example - Aim of the People's Coalition for Free Expression:

The overall aim of the People's Coalition for Free Expression is to together defend freedom of expression and information by making clear recommendations for change in Myanmar.

ဥပမာ -

လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်အတွက် မြန်မာပြည်သူ့ညွန့်ပေါင်းအဖွဲ့၏ ရည်မှန်းချက် ပန်းတိုင်မှာ လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်နှင့် သတင်းရယူခွင့်ကို ကာကွယ်စောင့်ရှောက်ရန်ဖြစ်ပြီး၊ အပြောင်း အလဲ ဖြစ်ပေါ်လာစေရန်အတွက် အတူတကွပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ကာ ရှင်းလင်းသောအကြံပြုချက်များ တင်ပြ သွားရန်ဖြစ်သည်။

၂။ စိတ်ဖြာသုံးသပ်ခြင်း

Analysis

Once you have identified the issues, it is important to do a proper analysis of those. Externally, it would be important to analyse what is the external (of your organisation) situation. It would be important to collectively make an analysis of the key legislative, political, social, economic, technological and environmental issues within the country. This would allow you to identify what are the key trends in your context. This is what is known as a PESTE (Political, Economic, Social, Technological and Environmental) analysis.

It is good to ask yourselves what do we already know and what information can we use? To ensure credibility among your target groups, you ought to be familiar with more than just the key facts. For regional activities, you will however need specific information on your region including the special circumstantial problems people are facing. Local data will be most persuasive to local media and politicians.

နောက်တစ်ဆင့်တွင် အကြောင်းအရာကို စိတ်ဖြာသုံးသပ်ရန်ဖြစ်သည်။ အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုအနေဖြင့် မိမိ အဖွဲ့အစည်းထက်ကျော်လွန်၍ အပြင်ဘက်က အခြေအနေများကို သေချာစွာလေ့လာရန် လိုအပ်သည်။ နိုင်ငံအတွင်းရှိ ဥပဒေ၊ နိုင်ငံရေး၊ လူမှုရေး၊ စီးပွားရေး၊ နည်းပညာနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်အခြေအနေများနှင့် ဆိုင်သည့် အကြောင်းအရာများကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားပါ။ ထိုသို့စဉ်းစားခြင်းကို PESTE (Political, Economic, Social, Technological and Environment) နည်းဖြင့် စိတ်ဖြာသုံးသပ်ခြင်းဟုသည်။ ထိုနည်းလမ်းဖြင့် သင်လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်နေသော နောက်ခံအခြေအနေ၏ အရေးကြီးသော အချက်လက်များကို ထုတ်ဖော် သတ်မှတ်ရန်နှင့် နားလည်လာစေရန် အထောက်အကူပြုသည်။

သင်သိထားနှင့်ပြီးသော အကြောင်းကိုစဉ်းစားကြည့်ပြီး ထိုထဲမှ ဘယ်သတင်းအချက်အလက်ကို အသုံးပြုနိုင်မလဲဆိုတာကို စဉ်းစားကြည့်ပါ။ သင် ဦးတည်ပစ်မှတ်ထားသော အဖွဲ့အစည်းနှင့် သက်ဆိုင်၍ ယုံကြည်နိုင်ကြောင်းသေချာစေရန် ယင်းအဖွဲ့အစည်း၏ ထိပ်သီးလှုပ်ရှားမှုသတင်း အချက်အလက်များထက် ပို၍ သိထားဖို့လိုသည်။ ဥပမာ - ဒေသဆိုင်ရာအဆင့်လှုပ်ရှားမှု များနှင့် ပတ်သက်၍ ထိုဒေသနှင့် သက်ဆိုင် သည့် သတင်းအချက်အလက်များအပါအဝင် ထိုဒေသရှိ ပြည်သူလူထု ရင်ဆိုင်နေရသော အခက်အခဲများကို သိထားဖို့လိုသည်။ ဒေသဆိုင်ရာ မီဒီယာနှင့် နိုင်ငံရေးသမားများ အတွက် ထိုဒေသရှိ သတင်းအချက်အလက် များက ပို၍ ဆွဲဆောင်မှုရှိနိုင်သည်

Example Box

If your aim were ‘People in Myanmar are able to protest ahead of the 2015 elections without prior authorization nor risking arrest’, examples of what you could include in identifying the context could be:

- General election upcoming early 2015.
- Section 18 of the Law on Assemblies has been abolished in March 2014.
- Practice by local authorities still request prior authorization to hold a demonstration, despite legal changes
- Press freedom increasing but journalists still targeted by state and non-state actors
- Community of activists in neighbouring communities acting in solidarity
- Increased attention by the international community ahead of the elections
- International report on human rights on Myanmar to be presented to the UN
- Growing use of mobile technology and internet with increasing activity on social networks

ဥပမာ -

ဖြစ်ပေါ်နေသော နောက်ခံအခြေအနေတွင် သင့် ရည်မှန်းချက်က “မြန်မာနိုင်ငံမှ ပြည်သူများက ၂၀၁၅ မတိုင်မီတွင် အဖမ်းခံရခြင်းအန္တရာယ်မှ ကင်းကွာ၍ အာဏာပိုင်များထံမှ ကြိုတင်ခွင့်ပြုချက်ယူစရာမလိုဘဲ ဆန္ဒပြနိုင်သည် ” ဟု ဖြစ်မည်ဆိုပါ က အောက်ပါ ဥပမာများကို ထည့်သွင်းနိုင်သည်။

- အထွေထွေရွေးကောက်ပွဲ - ၂၀၁၅ အစောပိုင်းကာလ
- စုဝေးခွင့်ဥပဒေ၏ ပုဒ်မ ၁၈ ကို ဖျက်သိမ်းရန် - မတ်လ ၂၀၁၄
- ယင်းဥပဒေကို ပြောင်းထားသော်လည်း ဆန္ဒပြရန်အတွက် ဒေသဆိုင်ရာအာဏာပိုင်များထံမှ ကြိုတင်ခွင့်ပြုချက် တောင်းခံရန် လိုအပ်ခြင်း
- ပုံနှိပ်မီဒီယာ လွတ်လပ်ခွင့်မြင့်တင်ခြင်း - သို့သော် သတင်းစာဆရာများက အစိုးရနှင့် အစိုးရမဟုတ်သည့်အုပ်စုများ၏ ပစ်မှတ်ထားခံနေရဆဲ
- ဒေသန္တရအဆင့် လှုပ်ရှားတက်ကြွသူများ အိမ်နီးချင်းနိုင်ငံမှ လူထုအဖွဲ့ အဖွဲ့ အစည်းများနှင့် သွေးစည်းညီညွတ်မှုရှိရန် လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်ခြင်း
- ရွေးကောက်ပွဲမတိုင်မီ နိုင်ငံတကာအသိုင်းအဝိုင်းမှ အာရုံစူးစိုက်မှု ရှိလာခြင်း
- ကုလသမဂ္ဂတွင် မြန်မာနိုင်ငံဆိုင်ရာ လူ့အခွင့်အရေးအခြေအနေ အစီရင်ခံစာကို တင်ပြခြင်း
- အင်တာနက်နည်းပညာမြင့်တက် လာခြင်း၊ လက်ကိုင်ဖုန်းအသုံးပြုမှု မြင့်မားလာခြင်းနှင့်အတူ လူမှုကွန်ယက်ပေါ်တွင် လှုပ်ရှားမှု မြင့်မားလာခြင်း

This analysis can be reinforced by a map that identifies what are the internal strengths and weaknesses of your organisation or coalition, and what are the external opportunities and threats you should be aware of. This mapping is called the SWOT analysis, as it maps out the STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, and THREATS.

The analysis should be focused on what your organisation can offer:

- What are our strengths and weaknesses in terms of the objectives we've specified?
- What are the external threats (e.g. risks and 'opponents') your organisation should be aware of?
- What are the opportunities you needs to exploit (e.g. what are the 'pressure points' in this context? Is there a new bill submitted to parliament that civil society should state their opinion? Will external diplomatic pressure be effective? Or perhaps there is there already a social movement that you could reach out to?)

To help you out in establishing those, see the following questions. The questions are not exhaustive but just a guide for framing the analysis of your organisation.

SWOT နည်းလမ်းဖြင့် စိတ်ဖျာသုံးသပ်ခြင်း

SWOT အားသာချက် (Strengths)၊ အားနည်းချက် (Weaknesses)၊ အခွင့်အလမ်း (Opportunities) နှင့် ခြိမ်းခြောက်မှု (Threats) ဆန်းစစ်သုံးသပ်ချက်နည်းကို သိထားခြင်းဖြင့် သင့်အဖွဲ့အစည်း၊ ညွန့်ပေါင်းအဖွဲ့၏ အတွင်းပိုင်း အားသာချက်၊ အားနည်းချက်နှင့် အပြင်ဘက်မှ အခွင့်အလမ်း၊ ခြိမ်းခြောက်မှုများကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ကာ သင့်ဆန်းစစ်သုံးသပ်ချက်ကို ပိုမိုအားကောင်းစေနိုင်သည်။

SWOT စိတ်ဖျာသုံးသပ်နည်းဖြင့် သင့်အဖွဲ့အစည်းလုပ်ဆောင်နိုင်သောအရာများကို အာရုံစိုက်သင့်သည်။ အောက်ပါမေးခွန်းများကိုမေးခြင်းဖြင့် သင့် SWOT ဆန်းစစ်သုံးသပ်ချက်ကို လုပ်ဆောင်နိုင်သည်။ ယင်းမေးခွန်းများ ပြည့်စုံမည်မဟုတ်ပါ။ သို့သော် လမ်းညွှန်အဖြစ်အသုံးပြုနိုင်သည်။

S

Strength အားသာချက်

What are your organisation's internal and external strengths with regards to the objective?

Are we considered experts? Do we already have a wealth of policy or info at our fingertips?

Are we part of networks related to the objective? Do we have relationships with other relevant actors or decision-makers?

မိမိတို့ ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် သက်ဆိုင်၍ အတွင်းနှင့် အပြင်ဖက် အားသာချက်တွေက ဘာလဲ။ မိမိတို့ကိုယ်ကို ကျွမ်းကျင်သူများအဖြစ်မှတ်ယူသလား။ မိမိတို့ထံတွင် မူဝါဒနှင့် သတင်းအချက်အလက် အပြည့်အစုံရှိပါသလား။ လုပ်ဆောင်မည့် ရည်ရွယ်ချက်နှင့် သက်ဆိုင်သည့် ကွန်ယက်အဖွဲ့တွင် မိမိတို့အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုအဖြစ် ပါဝင်နေပြီလား။ မိမိတို့တွင် အခြားသက်ဆိုင်သည့် လူပ်ရှားသူများ သို့မဟုတ် ဆုံးဖြတ်ချက်ချသူများနှင့် ဆက်ဆံမှု ရှိနေပြီလား။

W

Weakness အားနည်းချက်

What are your organisation's internal and external weaknesses with regards to the objective?

Do we lack expertise or a clear policy position? Do we need further information or research to be done?

Do we have limited or weak relationships with other actors or decision-makers?

မိမိတို့ ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် သက်ဆိုင်သည့် အတွင်းနှင့် အပြင်ဖက် အားနည်းချက်တွေက ဘာလဲ။ မိမိတို့တွင် ကျွမ်းကျင်မှု စွမ်းရည်ပိုင်း အားနည်းနေသလား။ သို့မဟုတ် ရှင်းလင်းသော မူဝါဒဆိုင်ရာ ရပ်တည်ချက် ကင်းမဲ့နေသလား။ နောက်ထပ်သတင်းအချက်အလက်လိုသေးသလား။ သတင်းအချက်အလက်ရှာဖွေစုဆောင်းဖို့လိုသလား။ အခြားသက်ဆိုင်သည့် အဖွဲ့အစည်းများ၊ ပုဂ္ဂိုလ်များ သို့မဟုတ် ဆုံးဖြတ်ချက် ချမှတ်နိုင်သူများနှင့် ဆက်ဆံရေး အကန့်အသတ်ဖြစ်နေသေးသလား။ အားနည်းနေသလား။

O

Opportunity အခွင့်အလမ်း

What are upcoming opportunities (e.g. key legislative or symbolic moments) that A19 could exploit?

What opportunities does your organisation has internally or externally with regards to this objective?

Are the partnerships or coalitions that we could foster or promote?

ဘယ်လိုအခွင့်အလမ်းတွေ ထွက်လာနိုင်သလဲ။ (ဥပမာ - မိမိတို့ အသုံးချနိုင်သည့် အရေးကြီး ဥပဒေဆိုင်ရာ သို့မဟုတ် ထင်ပေါ်သောကိစ္စများ ရှိနေသလား)။ ဤ ရည်ရွယ်ချက် လုပ်ငန်းစဉ် နှင့် စပ်လျဉ်း၍ မည်ကဲ့သို့သော အခွင့်အလမ်းများ(အတွင်းပိုင်း၊ အပြင်ပိုင်း) ရှိနေသလဲ။ မိမိတို့ ဖက်မှ အားပေးမြှင့်တင်နိုင်မည့် ညွန့်ပေါင်းအဖွဲ့များ၊ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်နိုင်သူများ ရှိသလား။

T

Threat ခြိမ်းခြောက်မှု

What are the threats or risks that your organisation faces with regards to this objective?

Is there any risk to reputation if we undertake work in this area?

Are we sure of our policy position and on firm ground?

Could others come out strongly to oppose us?

Is this area already crowded so we risk being drowned out by others?

ဤရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် ပတ်သက်၍ မည်ကဲ့သို့သော ခြိမ်းခြောက်မှု သို့မဟုတ် အန္တရာယ်များ ရှိနေသလဲ။ ဤအရေးကိစ္စတွင် မိမိတို့ ပါဝင်လုပ်ကိုင်ခြင်းဖြင့် မိမိတို့နာမည်ကို ထိခိုက်နိုင်သည့် အန္တရာယ်ရှိသလား။ မိမိတို့အနေဖြင့် ကိုယ့်မူဝါဒဆိုင်ရာ ရပ်တည်ချက်အပေါ် သေသေချာချာရှိပြီလား။ အခြားသူများ မိမိတို့ကို ပြင်းပြင်းထန်ထန် ဆန့်ကျင်လာနိုင်သလား။ ဤ အရေးကိစ္စတွင် လူများပါဝင်ပတ်သက်နေမှု များပြားလွန်းနေခြင်းကြောင့် မိမိတို့အရေး နစ်မြုပ်ပျောက်ကွယ်သွားနိုင်မည့် အန္တရာယ် ရှိသလား။

၃။ ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ် ချမှတ်ခြင်း

Setting objectives

There may be one key objective that supports your aim or you might have several. Objectives should be more specific than your aim, giving you a strong sense of direction and focus for your advocacy work.

Your objectives should be SMART:

- Specific (what exactly do you want to happen?)
- Measurable (will you know when you've achieved them?)
- Achievable (is it possible to achieve them given your resources and time?)
- Relevant (are they relevant to all stakeholders and the real problem?)
- Time-bound (by when do you want them to happen?)

သင့် ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်ကို အထောက်ကူပြုမည့် ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ် တစ်ခု သို့မဟုတ် အများအပြား ရှိနေနိုင်ပါသည်။ သင့် ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်ဟာ ရည်မှန်းချက်ထက် ပိုပြီးတိကျဖို့လိုပါသည်။ သင့် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုလုပ်ငန်း၏ ဦးတည်ချက်နှင့်အညီ တစ်တမတ်ထဲ စူးစိုက်လုပ်ဆောင်သွားနိုင်ရန် အတွက် ယင်း ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်များက လမ်းညွှန်ပြသသွားပါလိမ့်မည်။

သင့် ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်ဟာ SMART ဖြစ်ရပါမည် -

- Specific (တိကျမှုရှိသော - တိတိကျကျ ဖြစ်ချင်တာက ဘာလဲ။)
- Measurable (တိုင်းတာနိုင်သော - သင့်ရည်ရွယ်ချက်အောင်မြင်ကြောင်း ဘယ်လိုတိုင်းတာမလဲ။)
- Achievable (ရယူနိုင်သော - သင့်ထံရှိသော အရင်းအမြစ်နှင့် အချိန်ဖြင့် သင့်ရည်ရွယ်ချက်ကို ဆွတ်ခူးရယူနိုင်သလား။)
- Relevant (အကျိုးဝင်သော - ပြဿနာနှင့် ပါဝင်သူများအားလုံးနှင့် အကျိုးဝင် သက်ဆိုင်မှုရှိသလား။)
- Time-bound (အချိန်ကာလ သတ်မှတ်ချက်ရှိသော - ဘယ်အချိန်မှာ ရည်ရွယ်ချက်ထမြောက်အောင် မြင်မှာလဲ။)

မည်သို့သော ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်ချမှတ်သင့်ကြောင်း ရှင်းလင်းစွာ မသိသေးပါက အချိန်ထပ်ယူ၍ သင့် ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်ကို ချမှတ်ပါ။ ဤလမ်းညွှန်ပါ နည်းလမ်း(ဥပမာ- SWOT နှင့် ပါဝင်ပတ်သက်သူများနှင့် သက်ဆိုင်သည့် ဆန်းစစ်ချက်) များက သင့်ရည်ရွယ်ချက်ချမှတ်ရန်အတွက် အထောက်အကူပြုနိုင်သည်။

Example Box

If your aim were 'Journalists and bloggers are able to carry out their work safely in Myanmar', you might identify the following as objectives:

- Government introduces programme of protection for journalists that includes bloggers
- Police given new investigative guidelines and training regarding threats against journalists
- Other countries exert diplomatic pressure and support roundtable between journalists, bloggers and the government to improve safety

The priorities identified for 2014 by the People's Coalition for Free Expression are as follows:

- The new Constitution of Myanmar, currently in drafting process, reflects by its adoption, international human rights standards in the areas of freedom of expression, assembly and association, as well as information, as expressed in previous positions made public by A19 and the Coalition.

- Right to Protest – Despite legal change to Section 18 of the law on assembly, Parliament needs to ensure legal change in other parts of the legal framework to ensure that authorities do not resort to it to repress the right to peaceful assembly, and this is critical ahead of the expected increase of demonstrations ahead of the 2015 elections.

- Incitement to hate, violence and discrimination needs to be addressed by Parliament and the Executive, providing the right legal framework and policy.

- Broadcasting law, which has been submitted to Parliament by the Minister of Information, constitutes a concrete opportunity to influence the legal framework before the end of 2015.

ဥပမာ -

သင့် ရည်မှန်းချက် က "မြန်မာပြည်မှ သတင်းစာဆရာများနှင့် ဘလော့ဒ်ရေးသူများ လွတ်လပ်စွာလုပ်ဆောင်နိုင်ရမည်" ဟု ဖြစ်မည်ဆိုပါက အောက်ပါ ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်များကို ချမှတ်နိုင်သည်

- ဘလော့ဒ်ရေးသူများအပါအဝင် သတင်းစာဆရာများအား အကာအကွယ်ပေးသည့် အစီအစဉ်ကို အစိုးရစတင်လုပ်ဆောင်ရန်
- သတင်းစာဆရာများရင်ဆိုင်ရသော ခြိမ်းခြောက်မှုအကြောင်း စုံစမ်းဖော်ထုတ်ထားသည့် လမ်းညွှန်နှင့် သင်တန်းကို ရဲတပ်ဖွဲ့များအားပို့ချပေးရန်
- အခြားနိုင်ငံများမှ သံတမန်ဖိအားပေးလာရန် နှင့် သတင်းစာဆရာများ၊ ဘလော့ဒ်ရေးသူများနှင့် အစိုးရများကြား တွေ့ဆုံဆွေးနွေးမှုများ ဖြစ်ပေါ်လာရေးကို ကူညီပံ့ပိုးခြင်းဖြင့် သူတို့၏ လုံခြုံရေးကို မြှင့်တင်ရန်

လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်အတွက် မြန်မာပြည်သူ့ညွန့်ပေါင်းအဖွဲ့ချမှတ်ထားသော ၂၀၁၄ခုနှစ်အတွက် ဦးစားပေး ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်များ

- အာတီကယ် ၁၉ နှင့် ညွန့်ပေါင်းအဖွဲ့တို့ ထုတ်ပြန်ခဲ့သော ရပ်တည်ချက်အတိုင်း လွတ်လပ်စွာထုတ် ဖော်ခွင့်၊ သတင်းရယူခွင့်၊ စုဝေးခွင့်နှင့် အသင်းဝင်ခွင့်များကို နိုင်ငံတကာ လူ့အခွင့်အရေးစံနှုန်း များနှင့်အညီ လက်ရှိရေးဆွဲနေသော မြန်မာနိုင်ငံ၏ အခြေခံဥပဒေတွင် ထည့်သွင်းရန်။

- စုဝေးခွင့်ဆိုင်ရာဥပဒေ ပုဒ်မ ၁၈ ကို ပြုပြင်ပြီးနောက်၊ အာဏာပိုင်များက ပုဒ်မ ၁၈ကိုအသုံးပြု၍ ငြိမ်းချမ်းစွာစုဝေးခွင့်ကို ဖိနှိပ်ခြင်းမပြုလုပ်နိုင်ရန်အတွက် လွှတ်တော်က အခြားဥပဒေပြဌာန်းချက်များ ကိုလည်း ပြုပြင်ပြောင်းလဲမှုလုပ်ရန်။ ၂၀၁၅ ရွေးကောက်ပွဲမတိုင်မီ ဆန္ဒပြမှုနှုန်းမြင့်မားလာမည့် အခြေအနေရှိသောကြောင့် ဤအချက် အလွန်အရေးကြီးသည်။

- ခွဲခြားဆက်ဆံခြင်း၊ အကြမ်းဖက်မှုနှင့် အမုန်းပွားမှုများကို ဖြေရှင်းဆောင်ရွက်ရန် လွှတ်တော်နှင့် အစိုးရအဖွဲ့က မှန်ကန်သင့်လျော်သော ဥပဒေဘောင်နှင့် မူဝါဒများချမှတ်ပေးရန်။

- ပြန်ကြားရေးဌာန ဝန်ကြီးက လွှတ်တော်သို့တင်ပြထားသော ရေဒီယိုရုပ်သံလွှင့်ဥပဒေသည် ၂၀၁၅ ခုနှစ် မကုန်ဆုံးမီ ဥပဒေမူဘောင်ချမှတ်နိုင်ရန်အတွက် အခွင့်အလမ်းကောင်းပင်ဖြစ်သည်။

၄။ ဦးတည်ချက်ပစ်မှတ်နှင့် မဟာမိတ်များကို သတ်မှတ်ခြင်း

Identifying the targets and your allies

With objectives established, you will need now to identify who are your targets, who are the people that can make the change you want, how to influence them in taking those decisions. You might also want to identify who are the people that can influence them.

So, whom do we want to influence? Whom are we addressing: Local or national politicians? Local religious leaders? Community residents? Municipal authorities? The better you know and define your targets, the better you will be able to select the most appropriate way to reach and influence them.

As well, it is important to identify your allies. So, ask yourself, with whom can we work? Approach a wide range of partners with an outline of activities and events to discuss, and agree upon their involvement and support. Discuss their participation by focusing on their self-interest and by stressing that supporting a good cause can increase their visibility in the community or with the general public.

ပစ်မှတ်များ

သင်ဦးတည်ပစ်မှတ်ထားသည့်အရာများ (သင်လိုချင်သော အပြောင်းအလဲဖြစ်လာစေရန် လုပ်ဆောင်ပေးနိုင် သောပုဂ္ဂိုလ်များ) ကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်သင့်ပါသည်။ ထိုပုဂ္ဂိုလ်များအပေါ် သြဇာသက်ရောက်မှုရှိနိုင်သောသူ များကိုလဲ ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ထားနိုင်သည်။

ဤမေးခွန်းများအား ကိုယ့်ကိုယ်ကို မေးကြည့်ပါ။ ဘယ်သူ့အပေါ် မိမိတို့သြဇာသက်ရောက်ချင်သလဲ။ ဒေသန္တရ နှင့် နိုင်ငံအဆင့် နိုင်ငံရေးသမားများ၊ ဘာသာရေးခေါင်းဆောင်များ၊ ဒေသခံများ၊ မြို့ပြအာဏာပိုင်များထဲမှ ဘယ်အုပ်စုကို ဦးတည်ပစ်မှတ်ထားချင်သလဲ။ မိမိပစ်မှတ်ထားသောသူအကြောင်းကို ပိုသိရှိလေ၊ မိမိ၏ ပစ်မှတ် ကို ပိုပြီးရှင်းလင်းစွာ ရွေးချယ်နိုင်လေဖြစ်ပြီး၊ သူတို့ထံ ချဉ်းကပ်မည့်နည်းလမ်းနှင့် သြဇာသက်ရောက်အောင် ဆောင်ရွက်မည့်နည်းကို ပိုမိုသင့်တော်စွာ ရွေးချယ်ဆောင်ရွက်နိုင်လေဖြစ် သည်။

မဟာမိတ်များ

သင့် မဟာမိတ်များကို ထုတ်ဖော်သတ်မှတ်ရန်လည်း ထပ်တူအရေးကြီးသည်။

ဤမေးခွန်းကိုယ့်ကိုယ်ကို မေးကြည့်ပါ ။ ဘယ်သူနှင့် ပူးပေါင်းလုပ်ဆောင်နိုင်မလဲ။ သင့် ကနဦးလှုပ်ရှားမှု အစီအစဉ်များအပေါ် သူတို့၏ သဘောတူညီချက်ရရှိရန်၊ ကူညီပံ့ပိုးရန်နှင့် ပါဝင်လာရန် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက် နိုင်သောအဖွဲ့အစည်းအမျိုးမျိုး၊ ပုဂ္ဂိုလ်များကို ချဉ်းကပ်ပါ။ သူတို့ စိတ်ဝင်စားမည့်အရာကို အဓိကထားဆွေးနွေး

ပါ။ သင့်လုပ်ဆောင်နေသောအရေးတွင် သူတို့ပါဝင်ပူးပေါင်းခြင်းဖြင့် ပြည်သူနှင့် လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းကြား သူတို့၏ အခန်းကဏ္ဍပို၍ထင်သာမြင်သာရှိ လာမည်ဖြစ်ကြောင်း ပြောဆိုစည်းရုံးပါ။

Exercise

Together, as a group, brainstorm a list of any person, group or institution that could have an interest in or influence over your objective. Write down the names on post-its and stick them up on the flipchart paper. The list should include, but is not limited to:

Supporters, Influential people, Networks
Diplomats, Decision-makers, Public or civil society groups, Policy-experts, Allies, Professional groups, International institutions Etc…

The above list is not exhaustive. ANYONE with a potential interest or potential to influence should be included, even those who are not currently engaged but if they were to be, could have an impact.

လေ့ကျင့်ခန်း

သင်တို့ရဲ့ ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဥ်ထမြောက်အောင်လုပ်ဆောင်ပေးနိုင်သည့် ဩဇာရှိသူများ သို့မဟုတ် စိတ်ဝင်စား သော ပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် အဖွဲ့အစည်းများစရင်းကို အတူတကွစဥ်းစားကြည့်ပါ။
ချရေးကြည့်ပါ။ သူတို့၏ အမည်များကို နံ့ရံကပ်လေးတောင့်စာရွက်သေးတွင်ချရေးပြီး၊ ၎င်းကို ဖလစ်ချပ် စရွက်ကြီးပေါ်တွင် ပြန်ကပ်ပါ။ ရေးချလိုက်သောစရင်း တွင် အောက်ပါအချက်များပါဝင်သင့်သည်-

ထောက်ခံအားပေးသူ
ဩဇာသက်ရောက်သူများ
ကွန်ယက်အဖွဲ့များ သံတမန်များ

ဆုံးဖြတ်ချက်ချနိုင်သူများ
လူထုအခြေပြုအဖွဲ့အစည်းများ
မူဝါဒရေးရာကျွမ်းကျင်သူများ မဟာမိတ်များ
ပရော်ဖက်ရှင်နယ်အဖွဲ့များ
နိုင်ငံတကာအဖွဲ့အစည်းများ စသည်ဖြင့် ....

ဤစရင်းသည် ပြည့်စုံခြင်းမရှိပါ။ သင်တို့လုပ်ငန်းအပေါ် စိတ်ဝင်စားလာနိုင်သူများ၊ သင့် ပစ်မှတ်အပေါ် ဩဇာ သက်ရောက်နိုင်မည့်အလားအလာရှိ သူများနှင့် လက်ရှိသင့်လုပ်ငန်းတွင် တိုက်ရိုက် သက်ဆိုင်မှု မရှိသော်လည်း နောင်တွင် ဩဇာသက်ရောက်မှု ရှိလာနိုင်သူများကို ဤစရင်းတွင် ထည့်သွင်းသင့်သည်။

Use the names gathered during the brainstorm to do a ‘stakeholder analysis’ to map people’s interest in the issue alongside their influence. If as a result of the stakeholder brainstorm you have a very long list, you might want to simply pick the ten most relevant to your objective. Now map all the stakeholders along the spectrum of enemies, allies and neutrals.

- Allies: Strongly supportive
- Neutrals: Neither supportive nor opposed
- Enemies: Strongly opposed

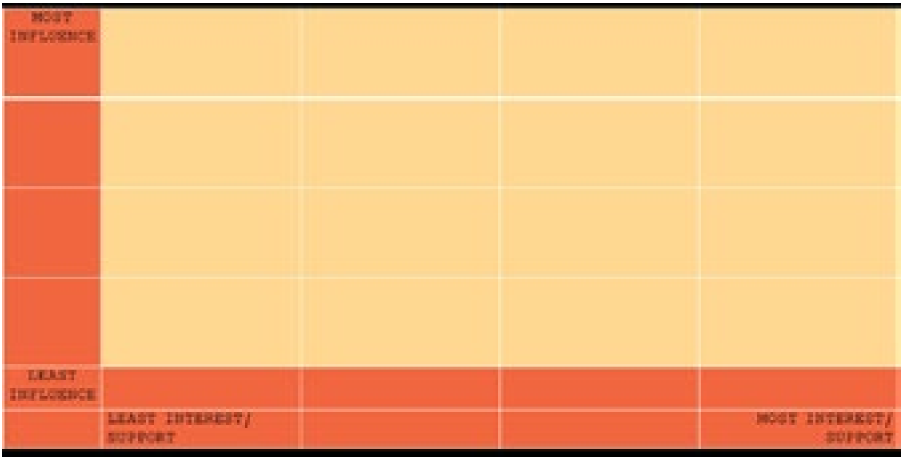
Your stakeholders will be colour-coded according to their support or opposition to the issue - Red for opposed, Orange for neutral and green for supportive. With that list in mind, consider now the following influence chart.

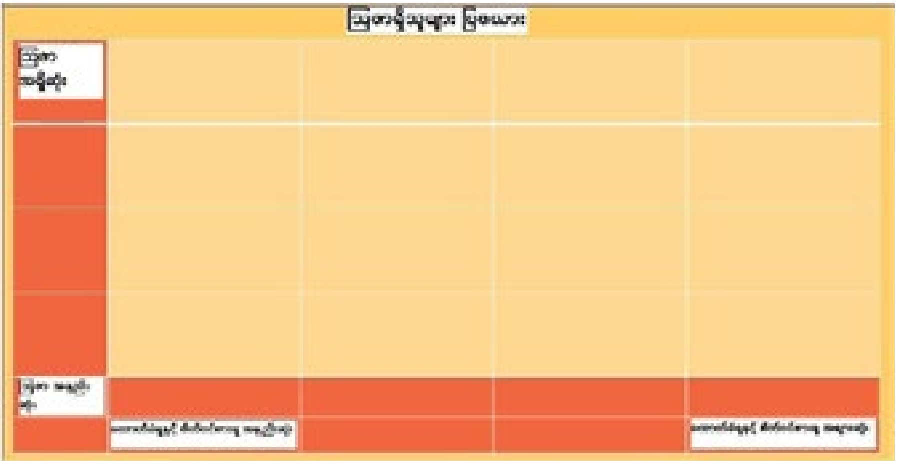
လှုပ်ရှားမှုနှင့် သက်ဆိုင်သူများအပေါ် စိတ်ဖျာသုံးသပ်ခြင်း

အထက်ပါစရင်းတွင်ပါဝင်သောသူများ၏ အမည်စရင်းပြုစုပါ။ သူတို့စိတ်ဝင်စားမည့်အရာနှင့် သူတို့တွင် ရှိသော ဩဇာကို ရေးချပါ။ အကယ်၍ အထက်ပါပဂ္ဂိုလ်အုပ်စုများ၏ အမည်စရင်းများပြားလွန်းနေပါက၊ သင့် ရည်ရွယ်ချက်နှင့် ပို၍သက်ဆိုင်သော အရေးကြီးဆုံးပုဂ္ဂိုလ်၊ အဖွဲ့ ဆယ်ခု စရင်းကိုသာရွေးချယ်ပါ။

- မဟာမိတ်များ အမာခံထောက်ခံအားပေးသူများ
- ကြားနေသူများ ဆန့်ကျင်ခြင်းမလုပ်သလို ထောက်ခံခြင်းလည်းမလုပ်သူများ
- ရန်သူများ ပြင်းထန်စွာ ဆန့်ကျင်သူများ

တစ်ဦးချင်းစီကို ရန်သူ၊ မဟာမိတ်နှင့် ကြားနေသူများ အဖြစ်ခွဲခြားထားသော မျဉ်းတွင် ခွဲ၍ထည့်သွင်းပါ။ သင့်ကို ထောက်ခံသူနှင့် ဆန့်ကျင်သူတို့ကို အရောင်ခွဲခြားသတ်မှတ်၍ ခွဲခြားထားပါ။ အနီရောင်ကို ဆန့်ကျင်သူ အဖြစ်၊ လိမ္မော်ရောင်ကို ကြားနေအဖြစ်နှင့် အစိမ်းရောင်ကို ထောက်ခံအားပေးသူအဖြစ်သတ်မှတ်ပါ။



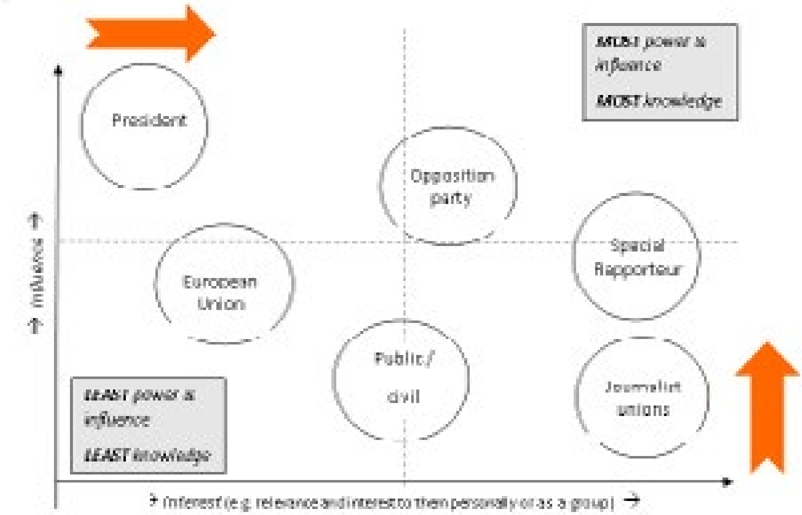


Now mark your colour coded stakeholders on the chart as demonstrated below in terms of how much 'influence' they have (those with high influence should be placed high ion the chart) and their level of 'interest' at present (the more interest, the more to the right of the chart).

ဩဇာသက်ရောက်နိုင်သောသူများပြဇယားရေးဆွဲပါ။ အောက်တွင်ပြထားသလိုသက်ဆိုင်ရာ ပုဂ္ဂိုလ်၊ အုပ်စုများ တွင် မည်သူက မည်မျှဩဇာသက်ရောက်မှုရှိကြောင်းကို အရောင်ဖြင့် ခွဲခြားဖော်ပြပါ (ဩဇာအရှိဆုံးသော သူများကို ဇယား၏ အထက်ပိုင်းတွင်ထည့်သွင်းပါ။ လက်တလော သူတို့စိတ်ဝင်စားမှု(စိတ်ဝင်စားမှု ပိုများသော သူများကို ဇယား၏ ညာဖက်တွင် ဖော်ပြပါ)ကိုလည်း ထည့်သွင်းဖော်ပြပါ။

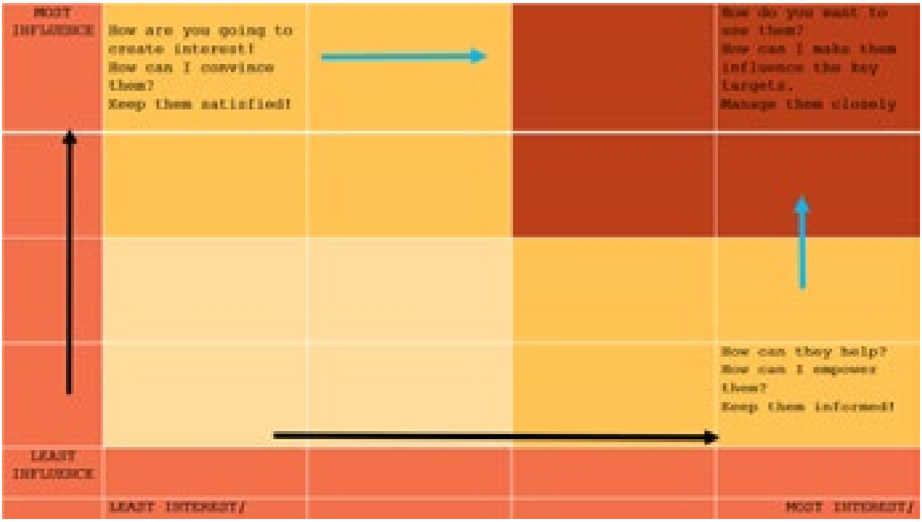
The following chart is an example on how a chart could be filled:

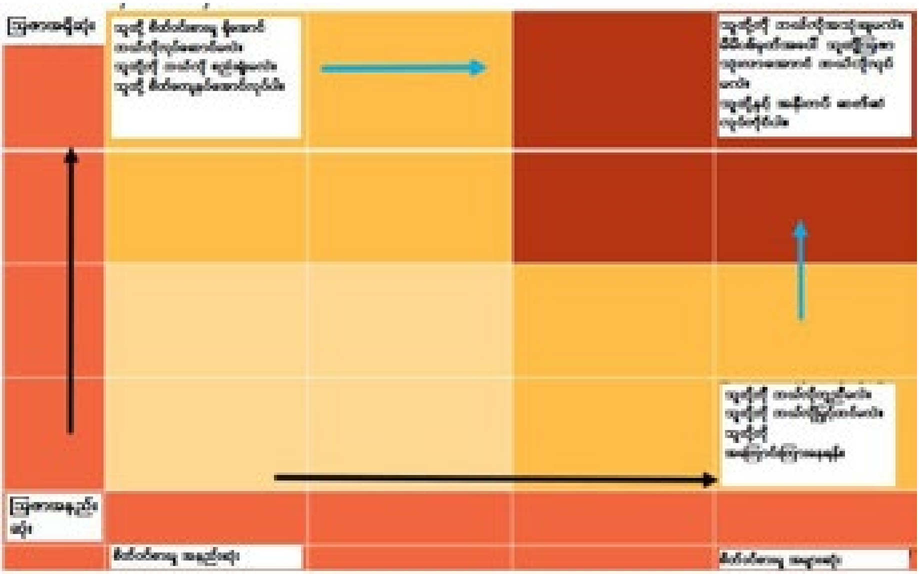
ဥပမာ - သြဇာရှိသူများပြ ဇယား



You can then use this analysis to see who you need to 'convince' and who you need to 'empower' in order to achieve your objective. The aim of your advocacy will be to empower and increase the influence of those with a high interest but low influence, and vice-versa for those with little interest but high influence. Take a look at where your targets are located in the chart, and as a result see what type of action will be more adequate to achieve the objectives.

အရေးကိစ္စတွင် ပါဝင်သူများအပေါ် စိတ်ဖျာသုံးသပ်ရာတွင် သင့်ရည်ရွယ်ချက် ရရှိနိုင်ရန်အတွက် စည်းရုံးရမည့် သူများ၊ အားပေးမြှင့်တင်ပေးရမည့်သူ များကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်သင့်သည်။ သင့် ဆော်ြသလှုံ့ဆော်မှု၏ ရည်မှန်းချက်သည် အကြောင်းအရာအပေါ် စိတ်ဝင်စားမှုမြင့်မားသော်လည်း ြသဇာနည်းသူများအား အားပေး မြှင့်တင်ရန်ဖြစ်ပြီး၊ စိတ်ဝင်စားမှုနည်းသော်လည်း ြသဇာကြီးသောသူများအား စည်းရုံးရန်ဖြစ်သည်။ သင့် ရည်ရွယ်ချက်အောင်မြင်ရန်အတွက် သင်ပစ်မှတ်ထားသောသူများ၏ အောက်ပါ ဇယားပါ ရာထူးကိုကြည့်၍ လုပ်ရှားမှု အစီအစဉ်ချမှတ်ပါ။





Remember

Focus efforts on people who can:

- Take action and make the change we want
- Influence those who hold the power to make the change we want

အောက်ပါအချက်များကို မမေ့ပါနဲ့ -

သင့်ကြိုးပမ်းချက်များကို အောက်ပါပုဂ္ဂိုလ်များအပေါ်တွင် အာရုံစိုက်လုပ်ဆောင်ပါ -

- သင်လိုချင်သော အပြောင်းအလဲဖြစ်လာစေရန် လုပ်ဆောင်ပေးနိုင်မည့်သူ
- သင်လိုချင်သော အပြောင်းအလဲကို လုပ်ဆောင်ပေးနိုင်သည့် အာဏာရှိသူများအပေါ် ဩဇာရှိသူများ

၅။ အသုံးပြုမည့်နည်းလမ်း ရွေးချယ်ပြီး သတင်းစကားများဖန်တီးပါ

Selecting the tools and developing the messages

Now that we have identify the people that we want to target, how can we best reach to them? There are numerous communication tools that can be used for good advocacy work. Try to be action and solution-oriented.

This is the bit where you plan what you're going to do and when you're going to do it.

ဤအဆင့်တွင် သင်ပစ်မှတ်ထားသည့်သူများအပေါ် သင့်သတင်းစကားရောက်ရှိအောင်လုပ်မည့်နည်းလမ်းကို စတင်လုပ်ဆောင်သင့်ပြီ။ ဆော်သြလှုံ့ဆော်မှုလုပ်ငန်းတွင် ထိရောက်စွာအသုံးပြုနိုင်သည့် ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်မည့်နည်းလမ်းအမျိုးမျိုးရှိပါသည်။ လုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်နှင့် ပြဿနာ၏အဖြေကို အာရုံစိုက်ပါ။ အကောင်အထည်ဖော်လုပ်ဆောင်မည့်ကိစ္စနှင့် လုပ်ဆောင်မည့်အချိန်အတွက် အစီအစဉ်ချမှတ်ပါ။

Each activity should be focused on one particular your objective! အောက်ပါအချက်ကို မမေ့ပါနဲ့ - လှုပ်ရှားမှုတစ်ခုကို ရည်ရွယ်ချက်တစ်ခုအောင်မြင်ရေးအတွက်သာ အာရုံစိုက်ပါ။

Your activities should be focused on your objective. How are you going to use the strengths and opportunities available to your organisation to convince those with power to do what you want? And how will you empower those supportive and interested in the objective to become more influential?

Decide which tactics you are going to use in your work. As a minimum standard, you should ask the following questions about all your potential tactics:

သင့် လှုပ်ရှားမှုများကို သင့်ရည်ရွယ်ချက်အစီအစဉ်များနှင့် ဆက်စပ်ပါ

သင့်တွင် ရှိသော အားသာချက်၊ အားနည်းချက်များ(၎င်းကို SWOT စိတ်ဖြာသုံးသပ်ချက်တွင် ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ထားပြီးဖြစ်သည်) ကို အသုံးပြု၍ အာဏာရှိသူများ သင်လုပ်ခိုင်းစေချင်သောအရာများ လုပ်ဆောင်လာရန် မည်ကဲ့သို့ စည်းရုံးဆွဲဆောင်မလဲ။ သင့်ရည်ရွယ်ချက်အပေါ် စိတ်ဝင်စားသူနှင့် အားပေးထောက်ခံသူ များ ပို၍ သြဇာရှိသူများ ဖြစ်လာစေရန် မည့်သို့ မြှင့်တင်ဆောင်ရွက်ပေးမလဲ။

ဘယ်နည်းဗျူဟာကို အသုံးပြုမလဲဆိုတာ ဆုံးဖြတ်ပါ။ ဖြစ်နိုင်ခြေရှိမည့် နည်းဗျူဟာအတွက် အောက်ပါမေးခွန်း များကိုယ့်ကိုယ်ကိုမေးကြည့်ပါ။ (ဤမေးခွန်းစရင်း ပြည့်စုံသည်မဟုတ်ပါ။ အခြားမေးခွန်းများလည်း မေးနိုင် ပါသည်။)

Regarding your objective... သင့်ရည်ရွယ်ချက်အတွက်

- What if this tactic doesn't work?
- Who do we need to work with to achieve this?
- How does this tactic directly support our objective?
- အကယ်၍ ဤနည်းဗျူဟာ အလုပ်မဖြစ်လျှင်
- ရည်ရွယ်ချက်အောင်မြင်အောင် ဘယ်သူတွေနဲ့ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ဖို့ လိုသလဲ။
- သင့် ရည်ရွယ်ချက်ကို ဤနည်းဗျူဟာ ဘယ်လို တိုက်ရိုက်ပံ့ပိုးမှုပေးသလဲ။

Regarding your organisation... သင့်အဖွဲ့အစည်းအတွက်

- Is this appropriate for your organisation?
- Do we have expertise in this area?
- Who should work on this internally?
- Do we have current capacity or can we create capacity to do this?
- မိမိတို့အဖွဲ့အစည်းအတွက် သည်ကိစ္စသင့်လျော်သလား။
- မိမိတို့မှာ ဤကိစ္စနှင့် သက်ဆိုင်သည့် ကျွမ်းကျင်မှု ရှိသလား။
- မိမိတို့အတွင်းမှ ဘယ်သူက ဤကိစ္စကို လုပ်ဆောင်သင့်သလဲ။
- လက်ရှိအခြေအနေမှာ မိမိတို့ထံတွင် ဤကိစ္စနှင့် သက်ဆိုင်သည့် စွမ်းရည်ရှိသလား။ စွမ်းရည် မြှင့်တင်နိုင်သလား။

From asking the above questions of any suggestion tactics or activities, you'll be able to establish which should be the most, effective, relevant and with the most impact for your organisation in achieving your objective.

အသုံးပြုနိုင်ခြေရှိသည့် နည်းဗျူဟာများနှင့် လှုပ်ရှားမှုများအတွက် ဤ မေးခွန်းများကိုယ့်ကိုယ်ကို မေးကြည့်ခြင်း ဖြင့် သင့်ရည်ရွယ်ချက်များကို ထိရောက်စွာလုပ်ဆောင်နိုင်ရန်အတွက် အကောင်းဆုံးနည်းလမ်း ချမှတ်နိုင်ရန် အတွက် အထောက်အကူပြုမည်ဖြစ်သည်။

Identify the concrete actions for your targets

When considering the types of actions, think and identify the following:

- What do we want from each primary target in very concrete terms?
- What language am I going to use to make sure my key message is clear and understood by my target?
- What actions do we need to do for that target to do what we want?
- When the action does needs to take place?
- Is the action realistic?
- Are there any risks?
- How can you mitigate those risks?

At the same time might also want to ask yourself the question whether increasing the public profile of the issue and mobilising some public pressure could support your achieving your objective. Would increased media coverage of the issue help to build pressure? Do you need greater public support internationally, nationally or locally in order to push decision-makers to do what you want?

သင့်ပစ်မှတ်အတွက် ခိုင်မာတိကျသော လှုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်များ ချမှတ်ပါ

လှုပ်ရှားမှုပုံစံများကို စဉ်းစားလျှင် အောင်ပါအချက်များကို ထည့်တွက်ပါ-

- ပထမဆုံး ဦးတည်ပစ်မှတ်ထားခံရသူထံမှ သင် ဘာလိုချင်တာလဲ။ တိကျစွာဖော်ပြပါ။
- မိမိဦးတည်သူက ရှင်းလင်းစွာနားလည်ရန် မိမိသတင်းစကားကို ဘယ်ဘာသာစကားနှင့် ဖော်ပြမလဲ။
- ပစ်မှတ်ထားခံရသူက မိမိတို့လုပ်ဆောင်နိုင်းစေလိုသောအရာ လုပ်လာစေရန် ဘာလှုပ်ရှားမှုကို အကောင်အထည်ဖော်မလဲ။
- လှုပ်ရှားမှုကို ဘယ်အချိန်မှာ လုပ်ဆောင်မလဲ။
- လှုပ်ရှားမှုက လက်တွေ့ကျသလား။
- ဘယ်လိုအန္တရယ်တွေရှိနေသလဲ။
- ယင်းအန္တရာယ်များ လျော့နည်းသွားအောင် ဘယ်လိုလုပ်မလဲ။

တစ်ချိန်ထဲမှာပင် လုပ်ဆောင်နေသောအကြောင်းအရာကို လူထုအသိမြင့်လာအောင်လုပ်ဆောင်ခြင်းနှင့် ပြည်သူလူထုထံမှ ဖိအားမြင့်လာအောင်လုပ်ဆောင်လိုက်ခြင်းသည် သင့်ရည်ရွယ်ချက်ထမြောက်အောင်မြင်မှု အတွက် အထောက်အကူဖြစ်စေနိုင်သလား။ သင်လိုချင်သောအရာကို ဆုံးဖြတ်ချက်ချမှတ်နိုင်သူများ လုပ်ဆောင်လာစေရန်အတွက် နိုင်ငံတကာအဆင့်၊ နိုင်ငံအဆင့်နှင့် ဒေသအဆင့်လူထုအင်အားပံ့ပိုးမှု လိုအပ် သလား။

၆။ လုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်ချမှတ်ခြင်း

Establish a plan of action

The plan of action will recall the aim and objectives, and identify the concrete actions that will focus on your key targets, with identification of who will be responsible for carry that action, within a timeframe.

It's a good idea to consider early on in the process the timeframe for this strategy. From the SOT analysis, you should identify when the key opportunities but also threats are most likely to happen. For that, please identify the key date of any external or internal events relevant to your objective (e.g. dates of elections, draft law being presented to parliament).

In order to properly plan your tactics you need to develop specific timelines for each activity. Ensure these are accurately noted on your project plan. If you're plan is for a longer-term period of activity, you might want to your time markers to be monthly, rather than weekly.

It is essential that clear lines of responsibilities within the plan are allocated. Who is the lead on a particular activity? Who is responsible for sign-off? What are the internal management processes for delivering this strategy and who is responsible for overall delivery in terms of the senior management team? Review the action timeline in order to see whether people are in agreement to take on their individual responsibility.

သင့် ရည်မှန်းချက်နှင့် ရည်ရွယ်ချက်များတွင် အခြေခံကာ လှုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်ကို ဖော်ဆောင်ရမည်ဖြစ်ပြီး၊ အကောင်အထည်ဖော်မည့် လှုပ်ရှားမှုအတိအကျကို ဖော်ပြထားရမည်။ သင်ပစ်မှတ်ထားသောသူကို ဦးတည်၍ ၎င်းလှုပ်ရှားမှုကို လုပ်ဆောင်ရမည်ဖြစ်သည်။ လှုပ်ရှားမှုကို ဘယ်သူက တာဝန်ယူပြီး ဘယ်အချိန်မှာ လုပ်ဆောင် ရန်အချက်ကိုလည်း ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ထားရမည်။

လုပ်ငန်းစဉ်တစ်ခုလုံး၏ အစောပိုင်းကာလမှ လှုပ်ရှားမှုကာလကို စဉ်စားထားသင့်ပါသည်။ SWOT စိတ်ဖြာသုံးသပ်ခြင်းကို အသုံးပြု၍ အရေးကြီးသော အခွင့်အလမ်းနှင့် ခြိမ်းခြောက်မှုများ ထွက်ပေါ်လာနိုင်သည့် အချိန်ကာလကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ထားပါ။ သင့် ရည်ရွက်ချက်နှင့် သက်ဆိုင်ကာ အတွင်းနှင့် အပြင် အဖြစ်အပျက်များ၏ အရေးကြီးရက်စွဲများကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ထားပါ။ (ဥပမာ - ရွေးကောက်ပွဲ ရက်စွဲ၊ ဥပဒေကြမ်းကို လွှတ်တော်သို့ တင်ပြမည့်ရက်).

လှုပ်ရှားမှုတစ်ခုခြင်းစီအတွက် တိကျသော အချိန်ဇယားကို ရေးဆွဲထားခြင်းဖြင့် သင့်နည်းဗျူဟာကို စီစဉ်ရာတွင် အထောက်အကူပြုနိုင်သည်။ သင့်စီမံကိန်းအစီအစဉ်တွင် ယင်းအချိန်ဇယားကို မှန်ကန်စွာ မှတ်သားထားပါ။ သင့်

လှုပ်ရှားမှုကာလက လနှင့်ချီ --ရက်အပတ်ပေါင်းထက်ကျော်၍-- ကြာမြင့်မီဆိုပါ လှုပ်ရှားမှုနှင့် အချိန်ကာလကို ညွှန်းပြသည့်နည်းကို အသုံးပြုလျှင်ပိုသင့်တော်မည်။

လှုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်တွင် တာဝန်ပိုင်းကို ရှင်းလင်းစွာ ထည့်သွင်းဖော်ပြထားရန် မရှိမဖြစ်လိုအပ်သည်။ လှုပ်ရှားမှု တစ်ခုကို မည်သူက ဦးဆောင်အကောင်အထည်ဖော်မည်နည်း။ မည်သူက အစီအစဉ် အပြီးသတ်ကြောင်း ကြေငြာရန် တာဝန်ယူမည်နည်း။ ဗျူဟာကို အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ရန်အတွက် အတွင်းပိုင်း စီမံခန့်ခွဲမှုလုပ်ငန်းစဉ်နှင့် လုပ်ငန်းစဉ်တစ်ခုလုံးအတွက် အထက်ပိုင်းမှ စီမံခန့်ခွဲမှုကို မည်သူက တာဝန်ယူမည်နည်း။ တစ်ဦးချင်းစီက သူတို့အပေါ်ကျရောက်လာသော တာဝန်ကို လုပ်ဆောင်နိုင်ဖို့ ပြင်ဆင်မှုရှိထားကြောင်း သေချာ ပါစေ။

Reality check

Take a look at all the actions, and evaluate whether the actions we have planned will achieve the objectives? Does it all make sense?

လက်တွေ့ အခြေအနေနှင့် ချိန်ကိုက်ကြည့်ခြင်း -

လှုပ်ရှားမှုအားလုံးကို တစ်ဖန်ပြန်ကြည့်ပါ။ သင် စီစဉ်ခဲ့သော ယင်းလှုပ်ရှားမှုများဖြင့် ချမှတ်ထားသော ရည်ရွယ်ချက်များကို ရရှိနိုင်မလား ဆိုတာ ပြန်လည် အကဲဖြတ်ဆန်းစစ်ကြည့်ပါ။ ယင်းလုပ်ဆောင်ချက်တွေဟာ အကျိုးသင့်အကြောင်းသင့်ရှိရဲ့လား။

Exercise

Map out your actions in a timeline. Each action needs to have:

1. A primary or secondary target
2. Description of the action (brief)
3. Time of action when it needs to take place
4. Who will carry the action

Place your action in a timeline!

လေ့ကျင့်ခန်း -

အချိန်ဇယားတွင် သင့်လှုပ်ရှားမှုများကို ထည့်သွင်းရေးဆွဲကြည့်ပါ။ လှုပ်ရှားမှုတစ်ခုခြင်းစီတွင် အောက်ပါအချက်များပါဝင်ဖို့လိုသည် -

1. ၁။ ပထမအဆင့် သို့မဟုတ် ဒုတိယအဆင့် ပစ်မှတ်
2. ၂။ လှုပ်ရှားမှုအကြောင်း ဖော်ပြချက် (အကျဉ်းချုပ်)
3. ၃။ လှုပ်ရှားမှုပြုလုပ်မည့် အချိန်
4. ၄။ လှုပ်ရှားမှုကို တာဝန်ယူဆောင်ရွက်မည့်ပုဂ္ဂိုလ်(ပုဂ္ဂိုလ်များ)

၇။ စောင့်ကြည့်ခြင်းနှင့် အကဲဖြတ်ခြင်း

Monitoring and Evaluation

It is very important that throughout the cycle of you advocacy work you take some time out regularly to review and monitor what you're doing and why you're doing it.

Some useful questions to ask of your strategy are:

- Has the political, social, economic or cultural context changed in a way that affects your plans?
- Have you realised you have new strengths or weaknesses?
- Are there new opportunities or threats to be considered?
- Have new stakeholders appeared with greater interest or influence?
- Have any stakeholders become less or more interested or influential?

It's recommended that you take some time to review your strategy and activities at least every three months or immediately, if something dramatically changes that could affect your strategy (e.g. if the government or political system changes significantly, or, if the issue is suddenly a media 'hot issue' getting a lot of coverage and becoming more talked about).

We've already established that your objectives should be SMART (specific, measurable, achievable, realistic and timely) so you should be able to tell whether you have reached your objective or not.

As you will have learnt through developing and then implementing your strategy, advocacy is an ever-changing and adaptive set of activities. At times you might have to be quick-footed and reactive and that means we might make mistakes. At other times, we might have been too slow or not flexible enough to exploit opportunities.

Hindsight is valuable as it can help us to critically evaluate what we have done and achieved, learn from what went well and what didn't, and then implement what we can do better next time to have even more impact. It is an internal process that should not be used for reporting to donors but kept within A19 as a resource for learning and improving.

When initiating the evaluation, please bring back to your group the established plan of action, and evaluate whether the objectives have been achieved. Review and evaluate whether the concrete actions that you planned for took place or not, and why. Try to identify the lessons learnt that you can consider those in the next cycle of your work.

You should ensure you ask difficult and

probing questions in an internal and external context, and consider quantitative and qualitative data. If you have worked with partners for some of your objectives, it might be worth considering asking them to complete a short survey to get feedback on how they feel the process went for future learning – this not only helps you learn for the future but sends a clear message to partners and allied organisations that you value their contribution and opinions, helping to strengthen future relationships.

It may seem less important because it comes at the end of your work stream but effective evaluation of what we've done will ensure we don't make the same mistakes in the future, work more efficiently and have the greatest impact. It's an essential part of the campaigns and advocacy process!

စောင့်ကြည့်ခြင်း

သင်လုပ်ဆောင်နေသော ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှု လုပ်ငန်းစဉ်တစ်လျှောက်လုံးတွင် သင်လုပ်ဆောင်နေသည့်အရာ နှင့် လုပ်ဆောင်နေသည့် အကြောင်းအရင်းကို ပြန်လည်သုံးသပ်မှုပြုလုပ်ရန် လွန်စွာအရေးကြီးသည်။

သင့်ကိုယ်သင် မေးရန် အသုံးဝင်သော မေးခွန်းအချို့မှာ -

- နိုင်ငံရေး၊ လူမှုရေး၊ စီးပွားရေး သို့မဟုတ် ယဉ်ကျေးမှု ဆိုင်ရာ အခြေအနေများ မိမိတို့၏ လုပ်ငန်း အစီအစဉ်အပေါ် ထိခိုက်စေသည်အထိ ပြောင်းလဲသွားပြီလား။
- မိမိတို့ထံတွင် အားသာချက်နှင့် အားနည်းချက်အသစ်များ ရှိနေသည်ကို သဘောပေါက်နားလည်ထား ပြီလား။
- ထည့်သွင်းစဉ်းစားရမည့် အခွင့်အလမ်းနှင့် ခြိမ်းခြောက်မှုအသစ်များရှိနေပြီလား။
- လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် စက်ဆိုင်၍ စိတ်ဝင်စားမှုနှင့် ဩဇာသက်ရောက်မှု ကြီးမားစွာရှိသော ပုဂ္ဂိုလ်၊ အဖွဲ့အစည်းသစ်များ ထွက်ပေါ်လာသလား။
- လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် စက်ဆိုင်သည့် ပုဂ္ဂိုလ်၊ အဖွဲ့အစည်းသစ်များ၏ စိတ်ဝင်စားမှုနှင့် ဩဇာပို၍ လျော့နည်းသွားသလား။

အနည်းဆုံးသုံး လတစ်ကြိမ် အချိန်ယူ၍ သင့် လုပ်ဆောင်ချက်များနှင့် မဟာဗျူဟာကို ပြန်လည်သုံးသပ်ခြင်း ပြုလုပ်ပါ။ သင့် ဗျူဟာအပေါ် ဂရက်ရိုက်စေမည့် အပြောင်းအလဲတစ်ခု အမြန်အဆန်ဖြစ်လာပါက (ဥပမာ - အစိုးရ သို့မဟုတ် နိုင်ငံရေးစနစ်ပြောင်းလဲသွားခြင်း သို့မဟုတ် အကြောင်းအရာတစ်ခုခု မီဒီယာတွင် အရေးတစ်ကြီးကိစ္စအဖြစ် ထွက်ပေါ်လာခြင်း) ၎င်းကို ချက်ချင်းပြန်လည်သုံးသပ်ခြင်း ပြုလုပ်ပါ။

SMART နည်းလမ်း (အဆင့် ၃ တွင် ကြည့်ပါ) ဖြင့် ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်ကို ချမှတ်ထားပါက ရည်ရွယ်ချက်ပြည့်မြောက်ခြင်းရှိ မရှိ ရှင်းလင်းစွာ သိရှိနိုင်သည်။

အကဲဖြတ်ခြင်း

ဤလုပ်ငန်းဖြစ်စဉ်တစ်ခုလုံးမှ သင် လေ့လာမိသည့်အတိုင်း ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုသည် အမြဲတမ်းပြောင်းလဲ နေသော

လှုပ်ရှားမှုဖြစ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ သင့်အနေဖြင့် လျင်မြန်စွာလုပ်ဆောင်ရပြီး၊ အခြေအနေကို တုံ့ပြန်ဆောင်ရွက်ရာတွင် အမှားပြုလုပ်မိသည်ဟု ထင်မိနိုင်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ သင့်လုပ်ဆောင်ချက်ဟာ နှေးကွေးလွန်းပြီး၊ အခွင့်အလမ်းကို အသုံးချဖို့ လိုက်လျောညီထွေမှု မရှိဟုလည်း မြင်မိနိုင်သည်။

လှုပ်ရှားမှုပြီးသွားသည့်နောက် သိရှိပညာရရှိခြင်းဟာ အကျိုးရှိပါသည်။ ထိုသို့ အသိရရှိခြင်းဖြင့် -

- မိမိတို့ လုပ်ဆောင်ခဲ့သည့်အရာနှင့် အောင်မြင်မှုရရှိခဲ့သည့်အရာများကို ဓမ္မဓိဋ္ဌာန်ကျကျ အကဲဖြတ်နိုင် မည်။
- ကောင်းစွာလုပ်ဆောင်နိုင်ခဲ့သည့်အရာနှင့် မလုပ်ဆောင်နိုင်ခဲ့သည့်အရာများမှ သင်ခန်းစာရယူနိုင်မည်။
- နောက်တစ်ကြိမ်တွင် ပိုကောင်းအောင်ဆောင်ရွက်နိုင်ပြီး၊ ပိုမိုထိရောက်စွာ အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိအောင်လုပ်ဆောင်နိုင်မည်။

အကဲဖြတ်မှုလုပ်ရာတွင် လှုပ်ရှားမှုအစီအစဉ်ကိုစတင်စဉ်းစားပြီး၊ သင်ချမှတ်ထားသော ရည်ရွယ်ချက်များ ပြည့်မြောက်မှု ရှိမရှိ သုံးသပ်ပါ။ ခိုင်မာတိကျစွာချမှတ်ထားသော လုပ်ငန်းစဉ်များ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့ခြင်းရှိ မရှိ သုံးသပ်ပါ။ မလုပ်နိုင်ခဲ့ပါက ဘာကြောင့် မလုပ်နိုင်ခဲ့ကြောင်းစဉ်းစားပါ။ လုပ်ငန်းမှ သင်လေ့လာသင်ယူခဲ့သည့်အရာများကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ပါ။ သို့မှသာ နောင် ချမှတ်မည့် လုပ်ငန်းစဉ်တွင် အသုံးပြုနိုင်မည်။

အဖွဲ့အစည်းအတွင်းနှင့် အပြင်ဆိုင်ရာအခြေအနေများကို သိရှိနိုင်ရန် မည်မျှခက်ခဲပါစေ အသေးစိတ်စူးစမ်း သည့် မေးခွန်းထုတ်ကြည့်ပါ။ အရေအတွက်ပြု (quantitative) နှင့် အရည်အချင်းအခြေပြု (qualitative) ဆိုင်ရာ အချက်အလက်များကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားပါ။ သင့် ရည်ရွယ်ချက်လုပ်ငန်းစဉ်တစ်ချို့အတွက် အခြားသူများနှင့်ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခဲ့ပါက လုပ်ဆောင်ခဲ့သည့်လုပ်ငန်းစဉ်မှ နောင်လုပ်ငန်းစဉ်များအတွက် သင်ခန်းစာအဖြစ်လေ့လာနိုင်ရန် သူတို့၏ အမြင် သဘောထားများကို မေးပါ။ လုပ်ဆောင်ခဲ့သော လုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ လေ့လာချက် မေးခွန်းအတိုချုပ်ဖြေခိုင်းဖို့ စဉ်းစားပါ။ ဤသို့လုပ်ဆောင်ခြင်းဖြင့် အနာဂါတ် လှုပ်ရှားမှုအတွက် သင်ယူလေ့လာစရာများရရှိမည်သာမက၊ မဟာမိတ်အဖွဲ့အစည်းများ၏ ပါဝင်ဆောင်ရွက်မှုနှင့် အမြင်များကို မိမိတို့ဖက်က တန်ဖိုးထားကြောင်းလည်း ပြသရာရောက်သည်။ ရှေ့ဆက်သွားမည့် ဆက်ဆံရေးကိုလည်း ပိုမိုခိုင်မာစေသည်။

စည်းရုံးလှုပ်ရှားမှုနှင့် ဆော်ဩလှုံ့ဆော်မှုလုပ်ငန်းအတွက် အကဲဖြတ်သုံးသပ်ခြင်းသည် မရှိမဖြစ် လုပ်ဆောင် ရမည့်အရာဖြစ်သည်။ သင့် လုပ်ငန်းစဉ်ချမှတ်ခြင်းအစီအစဉ် ပြီးဆုံးခါနီးတွင် လုပ်ငန်းအပေါ် အကဲဖြတ်သုံးသပ် ရန် အရေးမကြီးဟု ထင်မှတ်တတ်သည်။ သို့သော် အကဲဖြတ်သုံးသပ်မှုလုပ်ဆောင်ခြင်းဖြင့် လုပ်မိခဲ့သော အမှားများ ထပ်မလုပ်မိစေရန်အတွက်ဖြစ်ပြီး၊ အကျိုးသက်ရောက်မှုအမြင့်ဆုံးရရှိစေမည့်နည်းဖြင့် ထိရောက်စွာ လုပ်ငန်းကို အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်နိုင်မည်ဖြစ်သည်။

ARTICLE 19

ARTICLE 19 envisages a world where people are free to speak their opinions, to participate in decision-making and to make informed choices about their lives

For this to be possible, people everywhere must be able to exercise their rights to freedom of expression and freedom of information. Without these rights, democracy, good governance and development cannot happen.

We take our name from Article 19 of the Universal Declaration of Human Rights:

> "Everyone has the right to freedom of opinion and expression; this right includes freedom to hold opinions without interference and to seek, receive, and impart information and ideas through any media and regardless of frontiers."

ARTICLE 19 works so that people everywhere can express themselves freely, access information and enjoy freedom of the press. We understand freedom of expression as three things:

Freedom of expression is the right to speak

- It is the right to voice political, cultural, social and economic opinions
- It is the right to dissent
- It makes electoral democracy meaningful and builds public trust in administration.

Freedom of expression is freedom of the press

- It is the right of a free and independent media to report without fear, interference, persecution or discrimination
- It is the right to provide knowledge, give voice to the marginalised and to highlight corruption
- It creates an environment where people feel safe to question government action and to hold power accountable.

Freedom of expression is the right to know

- It is the right to access all media, internet, art, academic writings, and information held by government
- It is the right to use when demanding rights to health, to a clean environment, to truth and to justice
- It holds governments accountable for their promises, obligations and actions, preventing corruption which thrives on secrecy.

Email: myanmar@article19.org

အာတီကယ် ၁၉ သည် ဒီမိုကရေစီ၏   အခြေခံလူ့အခွင့်အရေးဖြစ်သော
သတင်းရယူပိုင်ခွင့်နှင့် လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်အတွက်
စည်းရုံးလှုံ့ဆော်မှုပြုသော နိုင်ငံတကာလူ့အခွင့်အရေးအဖွဲ့ဖြစ်သ
ည်။ လွတ်လပ် စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်သည် ဒီမိုကရေစီအတွက်
ပင်မအခွင့်အရေးဖြစ်ပြီး၊ အခြားအရေးကြီးသော ဒီမိုကရေစီ ၏ အစိတ်အပိုင်းများနှင့်
အခြားအခွင့်အရေးများကိုလည်း ကာကွယ်ပေးသည်။

အာတီကယ် ၁၉ ကို ၁၉၈၇ ခုနှစ်တွင် ဖွဲ့စည်းတည်ထောင်ခဲ့ပြီး၊
ယင်းအမည်ကို အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာအခွင့် အရေး ကြေငြာစာတမ်း အပိုဒ်
၁၉ မှ ရယူထားခြင်းဖြစ်သည်။ မိမိတို့အဖွဲ့သည် လက်ရှိကာလတွင် လူ့အခွင့်
အရေး၊ သတင်းအချက်အလက် လွတ်လပ်စွာရရှိခွင့်၊ ဒီမိုကရေစီပြောင်းလဲမှု၊
မီဒီယာ၊ အမျိုးသမီး အခွင့်အရေး၊ ကျန်းမာရေးနှင့် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ရေးရာ
ကိစ္စများအတွက် ကမာတစ်ဝန်းရှိ အဖွဲ့ ၉၀ ကျော်နှင့် တက်ကြွစွာ
ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သည်။

DEFENDING FREEDOM
OF EXPRESSION AND INFORMATION

ARTICLE 19 Free Word Centre 60 Farringdon Road London EC1R 3GA
T +44 20 7324 2500 F +44 20 7490 0566
E info@article19.org W www.article19.org Tw @article19org facebook.com/article19org

© ARTICLE 19