



האם שיתוף ציבור הוא הכלי המתאים לנושא הנדון ולארגון היוזם?

בקצרה

שלב זה מניח עקרונות, קריטריונים ותנאי סף שחשוב לוודא שאכן מתקיימים לפני היציאה לדרך. בחלקו הראשון של הכלי נבחן האם הנושא בו אנו עוסקים מתאים לתהליך שיתוף ציבור. בחלקו השני של הכלי נציע קריטריונים שיש לתת עליהם את הדעת לפני היציאה לדרך כגון תנאים חיצוניים, בשלות המשתתפים, רלוונטיות ושימוש הנושא.



למה זה טוב?

תהליך שיתוף הוא תהליך מורכב שדורש משאבים רבים. לכן, לפני שיוצאים לדרך ולרתימת השותפים, כדאי לבחון האם השדה בשל ומאפשר שיתוף ושיח משמעותי. ללא תנאים אלה, קשה לייצר תהליך שיתוף מיטבי ומשפיע. הכלי שמוצג לפניכם הוא שלב קריטי ביציאה לתהליך שיתוף ציבור. דילוג על שלב החשיבה אודות הצורך בשיתוף, והאם זה הכלי המיטבי שמשרת את מטרת התהליך יעמיס על מכנס התהליך וייצר פתרונות לא מיטביים לבעיות קיימות. שימוש בפרמטרים שעלו בכלי זה יחדד את הצורך בתהליך שיתוף, ויסייע בהחלטה האם תהליך שיתוף הוא הדרך המיטבית לפתור את הסוגיה על הפרק או שרצוי לפנות לכלים אחרים על מנת לייצר מדיניות והחלטות



שלב א | האם הנושא הנדון מתאים לשיתוף ציבור?

בטרם נצא לתהליך שיתוף, עלינו למקד את הנושא בו נרצה לבקש את עזרתו של הקהל. לא כל נושא או תחום הוא מספיק נגיש, רלוונטי ומותאם לתהליך שיתוף.

להלן עץ החלטות הכולל קריטריונים שיעזרו לכם להבין האם הנושא שבחרתם מתאים לתהליך שיתוף:



- **בהירות הנושא** - בבואנו לבחון תהליך של שיתוף ציבור בנושא מסוים, מוטלת עלינו החובה לוודא שהנושא שבחרנו הינו נושא ממוקד ובהיר המתייחס לסוגיה אחת מרכזית וברורה.
- **רלוונטיות הנושא לחיי אנשים** - חשוב כי הנושא יהיה רלוונטי לחיי אנשים ולכן יש לבדוק, באמצעות שיחות גישוש מקדימות למשל, האם ישנן אוכלוסיות או קהלי יעד שחשים פגיעה או דחיפות לעסוק בנושא. מציאת קהלי היעד שהנושא רלוונטי לחייהם תסייע לגייסם לקחת חלק בתהליך ותגביר את המוטיבציה שלהם לשתף פעולה.

- **מידת אקטואליות הנושא** - חשוב וכדאי לבדוק שהנושא נוכח בסדר היום הציבורי ושהוא יהיה בעל מידה מסוימת של אקטואליות, על מנת לייצר רתימה ומומנטום לתהליך השיתוף.
- **ישימות הנושא לשיתוף** - על הנושא להיות ישים לשיתוף. כלומר, יש לוודא שלא קיימים קשיים טכניים כגון קושי ליצור קשר / להגיע לקהל היעד, או קשיים מהותיים כגון חשאיות הנושא.

• **בחינת הערך המוסף של שיתוף ציבור בנושא הספציפי** - עלינו לבדוק ולהגדיר - איזה ידע יתרום לי תהליך השיתוף בנושא ומהו התוצר שאני מצפה לקבל מהתהליך? האם שיתוף ציבור הוא הכלי אשר יספק את הידע והתוצר המצופים?

שלב ב | האם הארגון שלי בשל לתהליך שיתוף?

לאחר שניתחנו את השאלה שברצוננו לשאול, ובדקנו שהיא אכן מתאימה למאפייניו של תהליך שיתוף – עלינו לבחון את בשלותנו הארגונית. רק לאחר בחינה של שאלות אלה ניגש להתנעת התהליך ורתימת השותפים.

להלן מספר תנאים הכרחיים ליציאה לדרך. נדגיש כי בהיעדרם, עדיף לפעול בדרך פעולה אחרת לקבלת החלטות, ולא לפתוח בתהליך שיתוף ציבור:

1. כוונה אמיתית:

קיום תהליך שיתוף בכל תחום או סוגיה הוא בחירה באופן פעולה ממנו נגזרות משמעויות רבות. הבנה מעמיקה ומוכנת להתמודד עם המורכבות הנדרשת היא התנאי הבסיסי ביותר. העדר כוונה אותנטית וממשית של הגורם המוביל של תהליך השיתוף לפנות לבעלי עניין שונים, בעלי אינטרסים ודעה שונה, מתוך הבנה מעמיקה של מהותו של שיתוף, מוכנות ופתיחות לאופי התהליך ולתוצאותיו תוביל לכישלון. יש לוודא שקיום התהליך נובע מסיבות פנימיות אמיתיות ולא לשם יח"צ, יצירת שקט תעשייתי וכדו'.

לברור הסוגייה עלינו לשאול:

- מהו ה"אי נחת" או המוטיבציה שמניעים את התהליך? איך עלה הרעיון לתהליך שיתוף ומהן הסיבות שבגינן מבוקש להתניע אותו? האם זהו כוח מבפנים או מבחוץ (כגון הכרח פוליטי)?
- מהם היעדים והערכים המוספים שהמכנס שואף להשיג באמצעות התהליך? מהו האינטרס שמניע את הגורם בארגון בו אנו חברים, או אינטרסים נוספים שיש לאותו גורם?

2. משימה קונקרטית ובהירה:

כדי לקבל תוצר משמעותי ולייצר תהליך אפקטיבי יש לוודא שמדובר במשימה קונקרטית ובהירה. במידה ולא, יש לעבוד יחד עם מכנס התהליך על מנת "להביאו" למצב של מיקוד במשימה קונקרטית – למשל – יצירת מדיניות בנושא עידוד הנקה, לעומת תהליך בחינת הנקה בישראל. אם לא ניתן להגיע למשימה קונקרטית, כנראה שתהליך שיתוף אינו הכלי המיטבי לפתרון הסוגיה.

כמו כן, עלינו לוודא שישנה מחויבות לתהליך בהיבטי משאבים, זמן והשקעה.

לברור הסוגייה עלינו לשאול:

- מה התוצר הסופי המבוקש?
- היכן נמצא תהליך השיתוף ביחס לסולם רמות השיתוף הקיים (ידוע, היועצות, שיתוף פעולה, שותפות)?

3. מחויבות בהיבטי משאבים:

תהליך שיתוף גובה תשומות רבות ועלינו לוודא שישנה מחויבות בהיבטי משאבים, זמן והשקעה.

לברור הסוגייה עלינו לשאול:

- האם ישנה הלימה בין הציפיות מהתהליך לבין המשאבים שעומדים לרשותו?

4. הקשבה:

איש המקצוע הוא מי שמקשיב והדמות העומדת בקדמת הבמה. לפעמים זה המנכ"ל, או מנהל בכיר. עדיף אישיות מקשיבה אבל פחות בכירה מאשר ההפך. בסופו של יום, אנשים באים לדבר עם מישהו, וחשוב להם שמישהו יקשיב באמת.

לברור הסוגייה עלינו לשאול:

- האם הגורם המקצועי שרתום ומוביל הוא פרסונה קשובה ונגישה?
- אם לא, האם יש בסביבתו אדם שיכול למלא לצידו את הפונקציות הללו לאורך התהליך?

5. רוח המכנס – רוח גבית מההנהלה:

כל מנהל או דמות מובילה אחרת בתהליך שיתוף אינם יכולים יכול לפעול לבד. לתהליך שיתוף נדרשים משאבים ופתיחות מצד הגורם המוביל, ולא ניתן לקדם תהליך כזה ללא שותפים מבית אשר תומכים ודוחפים מצדם את המהלך. יש צורך בגיבוי מהדרגים הגבוהים ותיעדוף בתכנית העבודה הארגונית.

לברור הסוגייה עלינו לשאול:

- מהו הדרג הכי גבוה המעורב בתהליך? האם יש לנו השפעה על מידת מעורבותו?

הכלי שלפניכם מניח מספר תנאים שמומלץ לוודא שמתקיימים לפני שיוצאים למהלך של שיתוף ציבור. זכרו, התנאים שיוצגו הם כלליים וניתנים לפרשנות רחבה, ועם זאת – חשוב לתת עליהם את הדעת על מנת להתניע מהלך בעל הסיכויים הטובים ביותר להצלחה.

