یونیسف
ہر بچے کے لئے

یونیسف یوتھ ایڈووکیسی گائیڈ

یوتھ ایڈووکیسی گائیڈ کی تاریخ

یہ رہنما کتابچہ 2018 میں براعظم افریقہ میں نوجوانوں کے ساتھ ورکشاپس اور انٹرنیٹ کے ذریعے ملاقاتوں کی روشنی میں تیار کیا گیا۔ یونیسف افریقہ سروسز یونٹ (اے ایس یو) اور شراکت دار Youth@SAllA نے کینیا کے شہر کوٹے ڈیوری کوسٹ میں ورکشاپس کا انعقاد کیا تھا۔

موزمبیق اور یوگنڈا نے ملک بھر سے تقریباً 60 نوجوانوں کو اکٹھا کیا، تاکہ نوجوانوں کی بامعنی شمولیت اور گائیڈ کی تخلیق کے لیے کوششوں پر تبادلہ خیال کیا جا سکے۔ اس سلسلے میں انٹرنیٹ کے ذریعے وسیع پیمانے پر اعلان کرایا گیا، جس میں افریقہ بھر کے نوجوانوں اور تارکین وطن سے کہا گیا تھا کہ وہ عوامی آگہی کے فروغ کیلئے نوجوانوں کی جانب سے اٹھائے گئے اقدامات پر مبنی کہانیاں ہمیں بھیجیں۔ اس کام میں منتخب شرکاء نے مدیروں اور شریک تخلیق کاروں کی حیثیت سے گائیڈ کے لیے مواد کا تجزیہ کرنے اور لکھنے میں Youth@SAllA اور اے ایس یو کی مدد کی۔

2020 میں یونیسف ہیڈ کوارٹر میں یونیسف کے ادارہ برائے ترقی و شرکتِ نوجوانان (اے ڈی اے پی) کی ٹیم نے اے ایس یو کے ساتھ شراکت داری قائم کی، تاکہ ایسٹرازینیکا کے ینگ ہیلتھ پروگرام کی مدد سے اس گائیڈ کو موزوں بنایا جا سکے تاکہ یہ دنیا بھر کے نوجوانوں کے لیے کارآمد ہو۔ اس سلسلے میں ایک عالمی سروے شروع کیا گیا تاکہ معلومات حاصل کی جا سکیں کہ دنیا بھر کے نوجوان اپنے ایڈووکیسی کے سفر میں مدد کیلئے ایک رہنما کتابچے میں کیا چاہتے ہیں۔

2018 میں تیار کیے گئے رہنما کتابچے کی مضبوط بنیادوں پر، انٹیگوا، بارباڈوس، برازیل، بلغاریہ، کولمبیا، بھارت، انڈونیشیا، ریاست فلسطین، سینٹ لوشیا اور وینزویلا نے مواد پر نظرثانی کی اور نیا مواد شامل کیا، جس میں ڈیجیٹل ایڈووکیسی اور سوشل میڈیا اور ذہنی صحت اور ذاتی دیکھ بھال پر نیا اضافی متن شامل ہے۔

یہ 2022 یوتھ ایڈووکیسی گائیڈ، 2018 یوتھ ایڈووکیسی گائیڈ کا تازہ ترین ورژن ہے، اور اس کا مخاطب دنیا بھر کے قارئین ہیں۔ اس میں سماجی آگہی کے فروغ کے بارے میں عام مواد، سماجی بہتری کے آپ کے مقصد میں آپ کی مدد کرنے کے لیے مفید تجاویز، اور متاثر کن کہانیاں شامل ہیں۔ اگر آپ کی ٹیم 2018 گائیڈ استعمال کر رہی ہے تو ہمارا مشورہ ہے کہ آپ اسی کا استعمال جاری رکھیں، لیکن 2022 کے تازہ ورژن کا بھی جائزہ لے لیں تاکہ دیکھ سکیں کہ کیا اس میں اضافی ابواب یا رہنمائی موجود ہے جو آپ کے کام میں مفید ثابت ہو سکیں۔

فہرست

تعارف .... Page 04

اس رہنما کتابچے کو استعمال کرنے کا طریقہ
Page 05

01 بنیادی اصلاحات کی تشریح: نوجوانوں کی شرکت، ایڈووکیسی اور پالیسی
Page 06

02 آغاز آپ سے
Page 10

03 حقائق کی کھوج
Page 13

04 الیبیوں کو سمجھنا اور ان میں حصہ لینا
Page 21

05 رابطوں اور اتحاد کو فروغ دینا
Page 27

06 کانفرنسوں میں شرکت کرنا اور فیصلہ سازوں سے ملنا
Page 33

07 رفتار پکڑنا
Page 40

08 ایڈووکیسی پلان کی تشکیل
Page 54

09 ایڈووکیسی سے آگے بھی سوچیے
Page 65

10 تبدیلی کے علم بردار کے طور پر اپنی ذہنی صحت کا خیال رکھنا
Page 69

11 کیا آپ کہیں اٹک سے گئے ہیں؟
Page 79

12 چند آخری گزارشات
Page 81

تعارف

پیارے قارئین
ان صفحات پر عام طور پر لوگ اپنی متاثر کن سوانح حیات لکھتے ہیں لیکن حقیقت یہ ہے کہ اس کتابچے کے مصنفین اور مدیران یعنی ہم بالکل آپ کی طرح ہیں۔یعنی ہم نوجوان ہیں۔ ہم دنیا کے مختلف خطوں سے اپنی زندگیوں کے مختلف تجربات لے کر آئے ہیں۔

ہمیں ایک مشترکہ سوچ نے متحد کیا ہے کہ ہم ایک بہتر مستقبل کے لیے مثبت تبدیلیاں لا سکتے ہیں اور ایسا کرنا ضروری سمجھتے ہیں۔
لیکن ہم یہ کیسے کریں؟

یہاں کچھ سچائیاں ہیں جو آپ پہلے سے ہی جانتے ہیں: ہمارے لوگوں اور دنیا کو بڑی مشکلات کا سامنا ہے۔ اگرچہ ان میں سے زیادہ تر مسائل میں ہمارا کوئی ہاتھ نہیں ہے، لیکن ہماری نسل کو ان سے نمٹنا پڑے گا۔ ہم میں سے بہت سے لوگ روزانہ ان مشکلات کا سامنا کرتے ہیں۔ غربت کے مسئلے سے ہم سب واقف ہیں، تعلیم سب کو دستیاب نہیں ہے، ہمیں عدم مساوات کا سامنا ہے، موسمیاتی تبدیلی ایک حقیقی مسئلہ ہے اور ہمارے نلوں کا پانی پہلے ہی خشک ہو چکا ہے۔

اب ایک ایسی بات جو شاید آپ نہ جانتے ہوں: آج کی دنیا تاریخ میں نوجوانوں کی سب سے بڑی آبادی کا مسکن ہے، جو تعداد میں ایک ارب، اسّی کروڑ ہیں

اس یوتھ گائیڈ کا مقصد تبدیلی کے عمل میں حصہ ڈالنے میں آپ کی مدد اور رہنمائی کرنا ہے۔اس کتابچے کو دنیا پر اپنا مثبت چھاپ چھوڑنے کی جدوجہد میں اپنا ساتھی سمجھیں۔اس کا مقصد، واضح قدم بہ قدم رہنمائی اور تبدیلی کے فروغ کیلئے جدوجہد کرنے والے دوسرے نوجوانوں کی متاثر کن کہانیوں کے ذریعے ایڈووکیسی کے عمل میں آپ کی رہنمائی کرنا ہے۔
جب آپ کامیابی اور مشکلات سے نبرد آزما ہونے کی ان کہانیوں کو پڑھیں گے، جن میں نو عمری کی شادی کو روکنے سے لے کر ماحولیاتی تحفظ کے اقدامات تک شامل ہیں، تو آپ کو حوصلہ ملے گا کہ آپ اس سفر میں تنہا نہیں ہیں۔

بلکہ، آپ نوجوانوں کے اس بڑھتے ہوئے قافلے سے تعلق رکھتے ہیں جو آہستہ آہستہ اور منظم طریقے سے دنیا کو تبدیل کر رہے ہیں۔

پس، آرام سے بیٹھیے اور اس کا مطالعہ کیجیے۔ تبدیلی کا نقطۂ آغاز کہیں نہ کہیں ضرور ہوتا ہے اور ہمارا ماننا ہے کہ یہ تبدیلی آج ہی اور آپ ہی سے شروع ہو گی۔
والسلام

ٹیم، وی اے جی 2018

اس رہنما کتابچے کو استعمال کرنے کا طریقہ

یہ رہنما کتابچہ آپ کا ہے۔ایک نوجوان تبدیلی کے علمبردار کی حیثیت سے اس کا استعمال آپ پر منحصر ہے۔یہ کتابچہ آپ کے ایڈووکیسی کے سفر میں آپ کی مدد کرے گا۔لیکن یہ یاد رکھنا ضروری ہے کہ ہر سفر مختلف ہوتا ہے۔یہی بات ایڈووکیسی کو اتنا خاص بناتی ہے !

اس کتابچے کے استعمال کے حوالے سے کچھ تجاویز درج ذیل ہیں :

- آپ اس گائیڈ کو آپ اپنی مرضی کے مطابق کسی بھی ترتیب میں استعمال کر سکتے ہیں۔اگرچہ کتابچے کی ترتیب ایسی ہے کہ اسے شروع سے آخر کی طرف پڑھنا چاہیے، مگر ہم جانتے ہیں کہ ایڈووکیسی ایک الجھا ہوا کام ہے جو کبھی اس ترتیب سے نہیں ہوتا جو آپ نے سوچا ہوتا ہے۔اس میں آپ کو نشیب و فراز کا سامنا کرنا پڑے گا،اور یہ کوئی مسئلہ نہیں ہے !ہمارا مشورہ ہے کہ آپ پورے کتابچے کو پڑھنے کے لیے کچھ وقت نکالیں، لیکن آپ کو مناسب لگے تو بے شک اپنی مرضی سے درمیان سے پڑھتے جائیں۔ہم نے اس نشان کی مدد سے مختلف حصوں کے مابین تعلق کو نشان زد کر دیا ہے۔

- آپ کو وائسز آف یوتھ (Voices of Youth) کی ویب سائٹ کے ریفرنس میں بھی یہ نشان نظر آئے گا۔اس ویب سائٹ پر آپ کیلئے ایڈووکیسی کے مختلف موضوعات پر مزید وسائل دستیاب ہیں، جن کا آپ مزید گہرائی سے مطالعہ کر سکتے ہیں۔یہاں آپ کو چار دَرجوں میں مواد ملے گا :
  - اپنی ایڈووکیسی کو مستحکم کرنا (Strengthening your advocacy)
  - اپنی ابلاغ کی صلاحیتوں میں بہتری لانا (Being a better communicator)
  - ایک تبدیلی کے علمبردار کی حیثیت سے ذاتی دیکھ بھال (Selfcare as an advocate)
  - مشترکہ ایڈووکیسی (Advocating together)

- یوتھ گائیڈ کے مختلف حصوں کو مستقبل میں ایڈووکیسی کے کام کی منصوبہ بندی کرنے میں آپ کی مدد کرنے کے لیے ترتیب دیا گیا ہے۔اس کے ساتھ آپ کیلئے ایک منصوبہ بندی کی دستاویز بھی ہے جس میں آپ لکھ سکتے ہیں۔اس میں آپ کے لیے کلیدی سوالات پر غور کرنے اور اپنے فیصلوں کو دستاویزی شکل دینے کے لیے جگہ موجود ہے۔آپ اپنے ورک پلان کو مکمل کرنے کے لیے یاد دہانیاں دیکھیں گے (صفحے کے دائیں طرف اس نشان کے ذریعہ اشارہ کیا گیا ہے۔)

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

1

بنیادی اصلاحات کی تشریح:
نوجوانوں کی شرکت،
ایڈووکیسی اور پالیسی

نوجوانوں کی شرکت

نوجوانوں کی شرکت ایک وسیع اصطلاح ہے، جس کے تحت شرکت کرنے کے بہت سے طریقے موجود ہیں۔ نوجوانوں کی ایڈووکیسی کی تمام شکلوں کو ان کی شرکت کے طور پر دیکھا جاسکتا ہے، لیکن نوجوانوں کی شرکت کی تمام شکلوں کو ایڈووکیسی نہیں سمجھا جاسکتا۔ سمجھ نہیں آئی نا؟ چلیں ہم سمجھاتے ہیں!

تعریف

نوجوانوں کی شرکت سے مراد نوجوانوں کی اُن عوامل، اداروں اور فیصلوں میں شمولیت ہے جو ان کی زندگیوں پر اثرانداز ہوتے ہیں۔ چونکہ عالمی آبادی کی اکثریت بچّوں اور نوجوانوں پر مشتمل ہیں، لہذا ہم سمجھتے ہیں کہ ان گروہوں کو سماجی، سیاسی اور معاشی زندگی سے متعلق تمام معاملات میں حصہ لیناچاہیے۔

نوجوانوں کی شرکت فعال یا غیر فعال ہو سکتی ہے۔

- **نوجوانوں کی فعال شرکت** کا مطلب ہے کہ آپ حصہ لیتے ہیں یا حصہ لینے کے لیے تیار ہیں۔
- **نوجوانوں کی غیر فعال شرکت** کا مطلب ہے کہ آپ جو کچھ ہوتا ہے، اسے ہونے دینے کیلئے تیار ہیں اور صورتحال کو تبدیل یا کنٹرول کرنے کیلئے کچھ نہیں کرتے۔

مثال کے طور پر آپ جب کسی تقریب میں کسی کی تقریر سنتے ہیں تو گویا آپ اس تقریب میں غیر فعال طور پر شریک ہیں، کیونکہ جس مسئلے پر بات ہو رہی ہیں آپ اس میں شامل ہونے یا اپنی زندگی میں کوئی تبدیلی لانے کا ارادہ نہیں رکھتے۔ اس کے برعکس، آپ کسی موضوع پر تحقیق کرکے، عملی اقدامات کی راہیں تلاش کرکے، اور دوسروں کے طرزِ عمل کو تبدیل کرنے کیلئے شعوراجاگر کر سکتے ہیں۔

نوجوانوں کی جانب سے دونوں اقسام کی شرکت کا ایک وقت اور جگہ متعین ہوتی ہے۔ بعض اوقات یہ ضروری ہوتا ہے کہ آپ کسی مسئلے میں غیر فعال طور پر شریک ہوں۔ جبکہ دیگر اوقات میں ایک ٹھوس موقف کے ساتھ فعال طور پر شرکت کرنا لازمی ہوتا ہے۔ آپ کو چاہیے کہ آپ ان دونوں اقسام میں فرق کو سمجھیں اور دیکھیں کہ وہ کیسے آپ کی ایڈووکیسی میں منفرد حالات کے تناظر میں آپ کیلئے موزوں ہیں، کیسے آپ دوسروں کو شامل کرنا چاہتے ہیں اور پالیسی ساز اس حوالے سے آپ کے ساتھ کیسے رابطے کی پیش کش کرتے ہیں۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی وائسز آف یوتھ ویب سائٹ پر نوجوانوں کی ایڈووکیسی کی اہم شرائط کے بارے میں مزید جاننے میں آپ کی مدد کیلئے مواد موجود ہے؟ یہ مواد آپ کو 'اپنی ایڈووکیسی کو مستحکم کرنا' کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ دیکھ لیجیے۔

ایڈووکیسی

تعریف

ایڈووکسی کا مطلب ہے کسی ایسے تصور یا مقصد کی حمایت، سفارش یا اس سے متعلق اقدامات کو فروغ دینا جسے آپ اہم سمجھتے ہیں۔ ہر شخص، بشمول بچے اور نوجوان، ان فیصلوں میں اپنی رائے دینے کا حق رکھتے ہیں جو ان پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ جب آپ کسی مسئلے کے لیے آواز اٹھاتے ہیں، تو آپ ان ذمہ داروں کو جوابدہ ٹھہراتے ہیں تاکہ آپ کے حقوق کا تحفظ اور ان کا احترام یقینی بنایا جائے۔ یہ کسی کا احسان اٹھانے جیسا نہیں ہے۔ ایڈووکیسی کا مطلب اپنی آواز اٹھانا بھی ہے، کیوں کہ اکثر وہ تصورات یا عملی طریقے جنھیں آپ بدلنا چاہتے ہیں، معاشرے کے سب سے کمزور افراد کو متاثر کرتے ہیں۔ ایڈووکیسی نوجوانوں کی اجتماعی آواز کو حقوق کے دفاع اور مختلف منصوبوں یا مقاصد کی حمایت کے لیے استعمال کرتی ہے۔ آپ کی ایڈووکیسی سے پالیسیوں، پروگراموں، اقدامات، رویوں، اداروں اور سرمایہ کاریوں میں تبدیلیاں آسکتی ہیں۔

نوجوانوں کی ایڈووکیسی کا مطلب کسی کا احسان اٹھانا نہیں ہے۔

لوگ اکثر ایڈووکیسی کو کسی ڈرامائی واقعے یا جوشیلے مقصد سے جوڑتے ہیں اور ایڈووکیسی کو بڑے پیمانے پر دیکھتے ہیں، جیسے کہ جنوبی افریقہ میں یونیورسٹی تک رسائی کے لیے #FeesMustFall تحریک، عالمی موسمیاتی تبدیلی کے خلاف #FridaysForFuture ہڑتال، اور پولیس تشدد اور نسل پرستی کے خلاف #BlackLivesMatter۔ کسی حد تک یہ بات درست ہے۔ ایڈووکیسی ایک بڑی مہم میں ڈھل سکتی ہے اور اس میں اجتماعی عمل شامل ہوتا ہے۔ لیکن یہ کہانی کا صرف ایک حصہ ہے۔

ایڈووکسی ایک چھوٹے عمل کی شکل میں بھی ہو سکتی ہے، جیسے اپنے دوست کو کسی کو تنگ کرنے سے باز رہنے کا کہنا اور اپنے دوستوں کو بھی ایسا کرنے کی ترغیب دینا۔ یہ ایک ذاتی کاوش بھی ہو سکتی ہے، جیسے صحت کے بارے میں تحقیق کرنا اور کسی سماجی رہنما کو صحت مند طرز زندگی کے فروغ کے لیے معلومات فراہم کرنا۔ یہ خیالات کے ابلاغ کے متعلق بھی ہو سکتی ہے، جیسے بلاگ لکھنا یا اپنے تجربات سے دوسروں کو آگاہ کرنا۔ ایڈووکیسی قوانین یا ضوابط کو بدلنے پر بھی مرکوز ہو سکتی ہے اور اس مقصد کے لیے قانونی مظاہرے یا ریلیاں منعقد کیے جا سکتے ہیں۔

دنیا متاثر کن نوجوانوں سے بھری پڑی ہے، جو اپنی اپنی سطح پر اپنے معاشروں کو تبدیل کرنے کے لیے اپنا حصہ ڈال رہے ہیں۔ اب جب آپ ایڈووکیسی اور اس کی مختلف شکلوں کے بارے میں مزید جان چکے ہیں، کیا آپ سمجھتے ہیں کہ آپ بھی ایک نوجوان ایڈووکیٹ ہیں؟ یا کیا آپ ایسے بن سکتے ہیں؟

پالیسی

زیادہ تر اداروں یا تنظیموں کے پاس ایسی پالیسیاں ہوتی ہیں جو انہیں فیصلے کرنے کے لیے رہنما اصول فراہم کرتی ہیں۔ اعلیٰ ترین سطح پر عالمی پالیسیاں ہوتی ہیں جو کہ ممالک کے مابین مخصوص شعبوں، جیسے تجارت یا ماحولیات میں شراکت داری کے معاہدوں میں رہنمائی کرتی ہیں۔ قومی پالیسیاں کسی بھی ملک کے اہداف اور انہیں حاصل کرنے کے منصوبے بیان کرتی ہیں۔ تجارتی اداروں کی پالیسیاں وضاحت کرتی ہیں کہ ملازمین کو کام کے ماحول میں کیسا برتاؤ کرنا چاہیے، جبکہ اسکول کی پالیسیاں طلبہ اور عملے کے مناسب طرزِ عمل کا تعین کرتی ہیں۔

تعریف

پالیسی اصولوں، تصورات یا منصوبوں کا ایک مجموعہ ہے جو کسی مخصوص ہدف کے حصول کے لیے فیصلوں کی رہنمائی کرتی ہے۔ پالیسیاں اس لیے اہم ہیں کیونکہ یہ ہمارے برتاؤ اور ہماری روزمرہ زندگی پر اثرانداز ہوتی ہیں۔ اگر آپ اپنی ایڈووکیسی کے ذریعے ان بنیادی اصولوں پر اثرانداز ہو سکتے ہیں جو فیصلوں کی رہنمائی کرتے ہیں تو آپ کے پاس پائیدار تبدیلی لانے کا بہتر موقع ہو گا۔ یہی وجہ ہے کہ ایڈووکیسی کا تعلق ہمیشہ پالیسی سے جڑا رہتا ہے۔ ہم اس گائیڈ کے اگلے حصے میں پالیسی کے متعلق تفصیل سے گفتگو کریں گے۔

اگر آپ اب بھی ان تصورات کے بارے میں تھوڑا الجھے ہوئے ہیں، تو پریشانی کی کوئی بات نہیں ہے۔ جیسے ہی آپ اپنی ایڈووکیسی کا سفر شروع کریں گے، آپ دیکھیں گے کہ کس طرح سب کچھ آپس میں ربط میں ہے۔ کوئی کام شروع کرنے کے لیے کوئی بہترین وقت نہیں ہوتا۔ کوئی ایک نقطہ آغاز تلاش کریں اور ہمارے ساتھ شامل ہو جائیں!

2

آغاز آپ سے

کسی بھی ایڈووکیسی کے عمل کو آپ کو اپنے آپ سے شروع کرنا ہوگا۔ تھوڑا سا سوچیں کہ آپ کیا کرنا چاہتے ہیں اور کس مقصد کیلئے کرنا چاہتے ہیں۔ یہ بھی غور کریں کہ آپ کے پاس کیا نئے نکات ہیں اور ان سے کون سی اور کہاں تبدیلی آسکتی ہے۔ یاد رکھیں کہ ایڈووکیسی سے ہمیشہ فوری تبدیلیاں رونما نہیں ہوتیں اور کبھی کبھی آپ کو اپنی کوششیں طویل عرصے تک جاری رکھنی پڑتی ہیں۔

آپ کو اس بات کی بھی سمجھ ہونی چاہیے کہ کون سے امور یا شعبے ہیں جن میں بہتری کی ضرورت ہے۔ ایڈووکیسی سیکھنے اور سمجھنے کے ایک نہ ختم ہونے والے عمل کا نام ہے۔ ان شعبوں پر غور و فکر کرنے سے آپ کو دوسرے لوگوں کے بارے میں بھی علم ہوگا جن کے ساتھ مل کر آپ کام کر سکتے ہیں۔ ایڈووکیسی کے عمل میں بنیادی کردار ادا کرنے والے افراد میں محققین، مقررین، لکھاری یا عملدرآمد کرنے والے شامل ہوتے ہیں۔

محقق

تحقیق کا تعلق جاننے اور سمجھنے سے ہے کہ چیزیں کسی خاص طریقے سے کیوں ہوتی ہیں، وہ اس طرح کیسے ہوئیں، اور وہ کس طرح تبدیل ہو سکتی ہیں۔

مقرر

لوگوں سے بات کرنا اپنے خیالات دوسروں تک پہنچانے کا ایک موثر طریقہ ہے۔ اچھے مقررین اپنے سامعین سے جڑتے ہیں اور لوگوں کو مختلف طریقوں سے عملی اقدامات کرنے کی ترغیب دے سکتے ہیں۔

لکھاری

اچھی تحریر خیالات، تصورات، اور حقائق کے مابین ربط پیدا کرتی ہے اور بات کو اس طریقے سے بیان کرتی ہے جس سے لوگ اس سے تعلق محسوس کر سکیں۔

عملدرآمد کرنے والے

ایک عملدرآمد کرنے والا چیزوں کو پایہ تکمیل تک پہنچانے، سرگرمیوں میں شامل ہونے اور عملی کام کرنے میں دلچسپی رکھتا ہے۔ وہ ایڈووکیسی کے عمل میں اہم کردار کا حامل ہوتا ہے، اور سرگرمیوں کو منظم طریقے سے آگے بڑھانے میں مدد کرتا ہے۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی وائسز آف یوتھ ویب سائٹ میں ایسے وسائل موجود ہیں جو آپ کو ایڈووکیسی کے عمل میں شامل مختلف کرداروں کے بارے میں مزید جاننے میں مدد دے سکتے ہیں؟ آپ اسے 'ایڈووکیسی کو مستحکم بنانا' کے سیکشن میں دیکھ سکتے ہیں! ویب سائٹ دیکھ لیجیے

ایڈووکیسی کے عمل میں حقائق تلاش کرنا، منصوبہ بندی کرنا، پالیسی سازی میں شریک ہونا، رفتار پکڑنااور انفرادی طرز زندگی کے انتخابات شامل ہیں۔ کچھ لحاظ سے یہ سارے عناصر یک سمتی ہوتے ہیں – مثلاً آپ معلومات اکٹھا کرتے ہیں اور منصوبہ تیار کرنے سے پہلے چیزوں سے واقف ہوتے ہیں۔ جبکہ کچھ لحاظ سے یہ دائرہ وار ہوتے ہیں – جتنا زیادہ آپ پالیسی میں حصہ لیں گے، اتنا ہی زیادہ آپ سرگرمیوں یا تحقیق کے لیے مسائل کی نشاندہی کر سکتے ہیں، تاکہ اپنے منصوبے میں شامل کر سکیں۔

ایڈووکیسی میں ہر کوئی حصہ لے سکتا ہے۔ ہر فرد اپنے ساتھ مہارتوں اور صلاحیتوں کا ایک منفرد مجموعہ لاتا ہے جو اس عمل میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ مل جل کر کام کرنا بہت اہم ہے۔ آپ ایسے لوگوں کا ایک گروپ بنا سکتے ہیں جو اجتماعی طور پر وہ تمام مہارتیں اور صلاحیتیں فراہم کریں جو آپ کے ایڈووکیسی کے مقاصد کو مؤثر طریقے سے حاصل کرنے کے لیے ضروری ہیں۔

ایک نوجوان ایڈووکیٹ کی حیثیت سے آپ سماجی، قومی، علاقائی، براعظمی یا بین الاقوامی سطح پر ایسے مسائل پر ایڈووکیسی کر سکتے ہیں جنہیں آپ بدلنا اور بہتر ی لانا چاہتے ہیں۔

میری کہانی

دیدو، بلغاریہ (Dido, Bulgaria)

ایک سابق کمیونسٹ ملک میں ایک نابینا شہری کی حیثیت سے رہنا ایک مشکل تجربہ ہے۔ 45 سالوں تک ہمیں صرف مغربی یا مشرقی بلغاریہ میں دو اسکولوں میں جانے کی اجازت تھی، اور ہمیں شہروں کے مضافاتی علاقوں میں رہنا پڑتا تھا۔ میرے والدین کو عام اسکولوں سے لڑائیاں کرنی پڑیں تاکہ میں وہاں تعلیم حاصل کر سکوں۔ میرے اساتذہ مجھے پڑھانے کے لیے تیار نہیں تھے۔

اداکار بننے کے میرے عزم نے مجھے دوسرے نابینا لوگوں سے ملنے کا موقع دیا جو فعال زندگی گزار رہے تھے۔ ہم میں سے ایک گروپ نے 2016 میں 'ویژیونر فاؤنڈیشن' کی بنیاد رکھی اور نابینا لوگوں کی خدمت کرنا شروع کی۔ ہم نے ملازمت کے انٹرویو کی تیاری سے لے کر کہانی سنانے، موسیقی کی پروڈکشن اور ماسٹرنگ، اور نابینا افراد کے لیے فوٹو گرافی تک مختلف منصوبے متعارف کرائے۔

جب میں نے بلقان اور یورپ سے این جی اوز کے ساتھ کام کرنا شروع کیا تو مجھے احساس ہوا کہ بصارت سے محروم نوجوان خود کو ہر جگہ تنہا اور محروم محسوس کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر ایک نابینا فوٹو گرافر کے طور پر میری کئی نابینا افراد سے ملاقات ہوئی ہے جو فوٹو گرافی کرنے سے ہچکچاتے ہیں۔ میں نے اقوام متحدہ اور یونیسف کے ساتھ کام کرنے کا فیصلہ کیا۔

دوسرے نوجوان رہنماؤں کے ساتھ کام کرنے والے ایڈووکیٹ کی حیثیت سے مجھے محسوس ہوتا ہے کہ ہمیں انفرادی اور ادارہ جاتی سطح پر حکام کے ساتھ بات چیت شروع کرنی چاہیے۔ ہمیں ایسے نوجوان رہنماؤں کی ضرورت ہے جو نہ صرف ہماری ضروریات کو سمجھیں بلکہ ہماری بات سنیں۔ ہم معذور افراد کو اپنی ضروریات کے بارے میں واضح ہونا چاہیے اور پتہ ہونا چاہیے کہ دوسرے کس طرح ہماری مدد کر سکتے ہیں۔ اس کے علاوہ، رسائی اور اس کیلئے درکار بجٹ پر فوری غور و غوص کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

3

حقائق کی کھوج

مسئلے کا انتخاب

لوگ مختلف مسائل اور مقاصد میں مختلف وجوہات کی بناپر دلچسپی لیتے ہیں، اور یہ اچھی بات ہے۔ ہمارا معاشرے کو بہت سی مشکلات کا سامنا رہتا ہے، اور ضرورت اس بات کی ہے کہ ہر کوئی اپنے منفرد انداز میں ان مسائل کے حل میں حصہ ڈالے۔ آپ کا منتخب کردہ مسئلہ ہو سکتا ہے بین الاقوامی یا اعلیٰ سطحی ایڈووکیسی سے متعلق ہو یا آپ کے معاشرے میں کسی بنیادی مسئلے کے حل سے تعلق رکھتا ہو۔ یہ دونوں کسی صورت ایک دوسرے سے بہتر یا زیادہ اہم نہیں ہے، لیکن ان کے لیے مختلف طریقے درکار ہوتے ہیں۔

چاہے آپ کا دلچسپی کا شعبہ کچھ بھی ہو، سب سے اہم بات یہ ہے کہ آپ اپنے مقصد کے بارے میں پرجوش ہوں اور اس میں حصہ لینے کا عزم رکھتے ہوں۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں تاکہ آپ کو ایڈووکیسی منصوبہ تیار کرنے میں مدد مل سکے!
YAG ورک پلان کو دیکھیں۔

جب اپنے مسئلے کے بارے میں سوچیں تو اپنی موجودہ صورتحال کے ساتھ ساتھ مستقبل کے بارے میں بھی سوچیں۔ جلد ہی عالمی آبادی کا اکثر حصہ دہائیوں میں سب سے کم عمر افراد پر مشتمل ہوگا۔ 2030 تک، دو ارب نوجوان روزگار اور تعلیم کے مواقع تلاش کر رہے ہوں گے۔ اس کا تعلیم، روزگار اور صحت کی دیکھ بھال پر کیا اثر پڑے گا؟ لوگوں کی ضروریات کو 10، 15 یا 30 سالوں میں پورا کرنے کے لیے آج کون سے فیصلے کرنے کی ضرورت ہے؟

تعلیم

روزگار

صحت کی دیکھ بھال

یونیسف کا وائسز آف یوتھ وسیلہ (Voices of Youth Resources)

کیا آپ کو معلوم ہے کہ یونیسف کی 'وائسز آف یوتھ' ویب سائٹ پر ایسا مواد موجود ہے جو آپ کی ایڈووکیسی کے سفر کی شروعات میں آپ کو متاثر کر سکتا ہے اور مددگار ثابت ہو سکتا ہے؟ یہ مواد آپ کو **'اپنی ایڈووکیسی کو مستحکم بنانا'** کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ دیکھ لیجیے۔

معلومات جمع کرنا

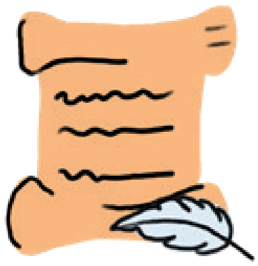
ایڈووکیسی کے عمل کا پہلا قدم یہ ہے کہ اپنے مسئلے یا موضوع کے بارے میں گہری سمجھ حاصل کی جائے۔ اس سے آپ اپنے تحقیقی ہنر کو استعمال کر سکتے ہیں۔ جتنا زیادہ آپ اپنے موضوع اور اس کے گرد موجود مسائل کو سمجھیں گے، اتنا ہی بہتر آپ عمل کرنے کے لیے تیار ہوں گے۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

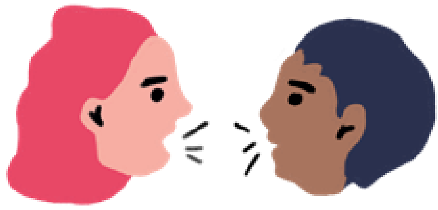
اپنے خیالات کو لکھیں تاکہ اپنے ایڈووکیسی منصوبے کی تیاری میں آپ کو مدد مل سکے۔
YAG ورک پلان دیکھیے۔

معلومات جمع کرنے کے لیے اہم موضوعات:

تاریخ اور پس منظر



سماجی سیاق و سباق



سیاسی سیاق و سباق

تاریخ اور پس منظر

یہ ممکن نہیں ہے کہ آپ کا مسئلہ اچانک پیدا ہوا ہو، اس لیے آپ کو اس تاریخ کو سمجھنے کی ضرورت ہے جس کی وجہ سے موجودہ صورتحال پیدا ہوئی اور اپنے مسئلے کو اپنے معاشرے کے تاریخی سیاق و سباق میں دیکھنا ہوگا۔

- یہ مسئلہ کیا ہے؟
- یہ مسئلہ کب شروع ہوا؟
- وہ کون سے واقعات ہیں جنہوں نے اس مسئلے کو پیدا کیا یا اس پر اثر ڈالا؟
- اس مسئلے میں کون شامل تھا؟
- اس مسئلے کے سماجی اثرات کیا ہیں؟

کسی مسئلے کی تاریخ پر غور کرنا آپ کو لوگوں کے احساسات کو سمجھنے میں مدد دیتا ہے۔ زیادہ تر مسائل لوگوں کو ذاتی سطح پر متاثر کرتے ہیں، اور لوگوں کے اس مسئلے کے بارے میں مختلف آراء اور احساسات ہو سکتے ہیں۔ مسئلے کی تاریخ اور پس منظر کو سمجھنا، خاص طور پر یہ کہ یہ مسئلہ آپ کی کمیونٹی یا علاقے سے کیسے تعلق رکھتا ہے، آپ کو مسئلے کے سماجی سیاق و سباق اور ان مختلف نقطہ ہائے نظر کو سمجھنے میں مدد دے گا جو لوگوں کے ذہنوں میں سالوں میں بنے ہیں۔

سماجی سیاق وسباق

اپنے مسئلے کے سماجی سیاق وسباق کو سمجھنا انتہائی ضروری ہے۔ آپ کے مقصد کی کامیابی کے لیے ضروری ہو گا کہ مختلف سطحوں پر لوگوں کی حمایت حاصل ہو۔ آپ کو یہ سمجھنے کی ضرورت ہے کہ لوگ آپ کے موضوع کے بارے میں کس طرح کے مختلف خیالات اور نقطہ ہائے نظر رکھتے ہیں تاکہ آپ ان کے ساتھ مل کر کام کر سکیں اور ایسے تعلقات قائم کر سکیں جو مسئلے کا حل تلاش کرنے میں مدد فراہم کریں۔

اہم سوالات:

- **معاشرے کے کون سے لوگ مثبت یا منفی طور پر اس مسئلے میں شامل ہیں؟**
  کمیونٹی کے افراد، نوجوان، سرکاری نمائندے، اسکول بورڈز اور مقامی قیادت کے کردار پر غور کریں۔
- **لوگوں کے آپس میں تعلقات کیسے ہیں؟ کیا معاشرے میں اچھے تعلقات ہیں یا مختلف گروہوں کے درمیان کشیدگی پائی جاتی ہے؟**
- **کون سے سماجی اور ثقافتی عوامل اس موضوع پر اثرانداز ہو سکتے ہیں؟**
  مثال کے طور پر مذہب، ثقافت، نسل، قومیت، اور صنف اس ضمن میں کیا کردار ادا کرتے ہیں۔
- **اس مسئلے کے بارے میں اب تک کیا اقدامات کیے گئے ہیں؟**
- **کیا نوجوان ایڈووکیٹ اس مسئلے پر کام کرتے ہوئے ذاتی خطرات کا سامنا کریں گے؟ آپ اپنی حفاظت کے لیے کون سے حفاظتی اقدامات کر سکتے ہیں؟**

آخری سوال پر خاص توجہ دیں۔ چاہے آپ کے لیے یہ مسئلہ کتنا ہی اہم کیوں نہ ہو، اس پر ایڈووکیسی کرتے ہوئے اپنے آپ کو یا کسی اور شخص کو خطرے میں نہیں ڈالنا چاہیے۔ اپنی حفاظت کے لیے خطرات پر قابو پانا ضروری ہے۔ اپنے ملک میں طاقت کی حرکیات اور ثقافتی و سیاسی سیاق وسباق کو سمجھیں۔ آپ کو اپنے تحفظ کا حق حاصل ہے اور آپ کو علم ہونا چاہیے کہ ضرورت کے وقت مدد کے لیے کن لوگوں اور جگہوں سے رجوع کرنا ہے۔ ذہنی صحت کے فروغ اور تحفظ پر مزید معلومات کے لیے "ایڈووکیسی اور ذہنی سکون" کے سیکشن کو دیکھیں۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز:
کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کے وائسز آف یوتھ ریسورسز ویب سائٹ پر معلومات جمع کرتے وقت اپنی حفاظت کو یقینی بنانے کے حوالے سے مددگار وسائل موجود ہیں؟ آپ کو یہ مواد "بطور ایڈووکیٹ اپنی دیکھ بھال کرنا" کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ کو ضرور دیکھیں۔

یاد رکھیں: تبدیلی لانا ایڈووکیسی کا بنیادی حصہ ہے۔ اس مقصد کے لیے آپ کو لوگوں کی حمایت حاصل کرنے اور تعلقات بنانے کی ضرورت ہو گی۔ اپنے مسئلے کے گرد دیگر پرجوش نوجوانوں کے ساتھ اتحاد قائم کرنا اور ان کے ساتھ کام کرنا ایڈووکیسی میں انتہائی اہم اور مؤثر ہتھیار ہیں۔ اس پر مزید جاننے کیلئے نیٹ ورکنگ اور اتحاد کی تعمیر کے سیکشن کو دیکھیں۔

دوسرا، اپنے سیاق وسباق کو مزید گہرائی سے سمجھنے کے لیے اپنے مسئلے سے متعلق موجودہ پالیسیوں یا قواعد کو پڑھیں اور سمجھیں۔ مثال کے طور پر اچھی پالیسیاں موجود ہو سکتی ہیں لیکن ان پر عمل درآمد کمزور ہو سکتا ہے۔ ہم اس بارے میں مزید تفصیلات پالیسیوں کے متعلق آگے آنے والے سیکشن میں فراہم کریں گے۔

سیاسی سیاق وسباق

ہر صورتحال، چاہے وہ اسکول کا منصوبہ ہو یا کمیونٹی کی کوئی مہم، اس کا ایک سیاسی سیاق وسباق ہوتا ہے۔ اس کا مطلب ان عوامل اور ڈھانچوں سے ہے جو کسی موضوع کی رہنمائی اور تشکیل کرتے ہیں، نیز وہ لوگ جو انہیں قابو کرتے ہیں۔ سب سے پہلے درج ذیل سوالات کے ذریعے اپنے سیاق وسباق کی عمومی تفہیم پیدا کریں:

- **قواعد وضوابط بنانے والے کون ہیں اور فیصلے کیسے کیے جاتے ہیں؟**
- **لوگ فیصلہ سازوں کے ساتھ کس طرح رابطہ کر سکتے ہیں؟**
  مثال کے طور پر کیا آپ کسی عوامی اجلاس، کمیونٹی اجتماعات یا دیگر متعلقہ تقریبات میں شرکت کر سکتے ہیں؟ کیا آپ کو خطوط لکھنے یا باقاعدہ درخواست یا عرضی تیار کرنے کی ضرورت پڑتی ہے؟
- **کمیونٹی کے اندر لوگوں کی آراء کا اظہار کیسے کیا جاتا ہے؟ کیا کوئی مقامی ڈھانچے موجود ہیں جو کمیونٹی کی نمائندگی کرتے ہیں؟**

دوسرا، اپنے سیاق وسباق کو مزید گہرائی سے سمجھنے کے لیے اپنے مسئلے سے متعلق موجودہ پالیسیوں یا قواعد کو پڑھیں اور سمجھیں۔ مثال کے طور پر اچھی پالیسیاں موجود ہو سکتی ہیں لیکن ان پر عمل درآمد کمزور ہو سکتا ہے۔ ہم اس بارے میں مزید تفصیلات پالیسیوں کے متعلق آگے آنے والے سیکشن میں فراہم کریں گے۔

اب آپ کو معلوم ہو گیا ہے کہ آپ کو کس طرح کی معلومات کی ضرورت ہے، لہٰذا آپ انہیں اکٹھا کرنا شروع کر سکتے ہیں۔ معلومات حاصل کرنے کے دو اہم طریقے ہیں: موجودہ مواد میں سے تحقیق کرنا (Desktop research)، اور ذاتی ملاقاتیں اور تبادلہ خیال

ڈیسک ٹاپ ریسرچ

ڈیسک ٹاپ ریسرچ کا مطلب ہے کسی موضوع کے بارے میں شائع شدہ معلومات جمع کرنا۔ آپ آن لائن ریسرچ کر سکتے ہیں یا لائبریری جا کر کتابیں جمع کر سکتے ہیں اور اخبارات، جرائد، دستاویزات یا رپورٹوں کا مطالعہ کر سکتے ہیں۔ مختلف ذرائع سے معلومات حاصل کرنا آپ کے نقطہ نظر کو وسعت دینے اور آپ کی سمجھ کو بہتر بنانے میں مدد کرے گا۔

دستاویزات کا مطالعہ کرتے وقت نوٹس لیں اور مختلف خیالات کو یاد رکھنے کا نظام بنائیں۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ کے پاس اپنے دستاویزات کو محفوظ رکھنے اور منظم کرنے کا ایک نظام موجود ہوتا کہ مستقبل میں ان کا حوالہ دیا جا سکے۔ تحقیق اور سیکھنے کا عمل جاری رہتا ہے، اور اپنی تحقیق اور سرگرمیوں کا ریکارڈ رکھنا آپ کو اپنے خیالات کو منظم کرنے میں مدد دے گا اور آپ کے خیالات کو تقویت دینے کے لیے حقائق کی فہرست فراہم کرے گا۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کے وائسز آف یوتھ ریسورسز ویب سائٹ پر یہ معلوم کرنے کے لیے وسائل موجود ہیں کہ معلومات کا ذریعہ قابل اعتماد ہے یا نہیں؟ آپ کو یہ مواد **"ایڈووکیسی کو مستحکم بنانا"** کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ کو ضرور دیکھیں۔

انٹرنیٹ تحقیق کرنے کا ایک بہترین ذریعہ ہے، لیکن یہ یقینی بنانا ضروری ہے کہ معلومات قابل اعتماد ہوں۔ ان ویب سائٹس پر خاص توجہ دیں جن کا آپ دورہ کرتے ہیں اور اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ سرکاری ویب سائٹس، قابل اعتماد نیوز ایجنسیز یا معتبر تعلیمی جرائد استعمال کریں۔ آپ کی سمجھ کی گہرائی آپ کی معلومات کی مضبوطی سے آتی ہے، لہٰذا یقینی بنائیں کہ آپ قابل اعتماد اور درست ذرائع استعمال کریں۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں تاکہ اپنے ایڈووکیسی منصوبے کی تیاری میں آپ کو مدد مل سکے۔
YAG ورک پلان دیکھیے

معلومات، خاص طور انٹرنیٹ پر موجود مواد کی صحت کا اندازہ لگانا مشکل ہوتا ہے۔ لہٰذا، معلومات کی درستی کا تعین کرنے کے لیے خود سے یہ سوالات ضرور پوچھیں:

- **کون:** معلومات کس نے شائع کیں؟ انہوں نے یہ کیوں شائع کیں – کیا ان کا کوئی مفاد ہے؟ کیا مصنف کو اس موضوع پر براہ راست تجربہ ہے؟ کیا انہیں بڑی تنظیموں، حکومتوں اور تعلیمی اداروں میں ماہر کے طور پر تسلیم کیا جاتا ہے؟
- **کیا:** اس تحریر کا بنیادی خیال کیا ہے، اور کیا دعوؤں کے ثبوت فراہم کیے گئے ہیں؟ ایسے مواد کو دیکھیں جس میں تصدیقی معلومات اور قابل تصدیق ذرائع کے لنکس شامل ہوں۔
- **کہاں:** یہ معلومات آپ نے کہاں سے حاصل کیں؟ معلومات کے ماخذ کا معائنہ کریں اور یہ یقینی بنائیں کہ یہ قابل اعتماد ہے۔ اگر آپ کسی ویب سائٹ کا استعمال کر رہے ہیں، تو ایسی سرکاری ویب سائٹس کو دیکھیں جن کے ڈومینز .gov، .ac یا .edu ہیں۔
- **کب:** یہ معلومات کب لکھی گئی تھیں؟ یقینی بنائیں کہ آپ کی معلومات متعلقہ ہیں یا اگر یہ پرانی ہیں تو کچھ تاریخی سیاق و سباق فراہم کرتی ہوں۔
- **کیوں:** اس تحریر کو شائع کرنے کی وجہ کیا تھی؟ مواد کے پیچھے موجود ایجنڈا یا مقصد کو تلاش کرنے کی کوشش کریں اور یہ جائزہ لیں کہ کہیں یہ تعصب پر مبنی معلوم نہ ہو۔

ذاتی رابطوں کا فروغ

ذاتی رابطے معلومات جمع کرنے کا ایک اور ذریعہ فراہم کرتے ہیں۔ یہ اتنا ہی آسان ہے جتنا مختلف اسٹیک ہولڈرز سے بات کرنا تاکہ ان کے خیالات اور نقطہ نظر جمع کیے جا سکیں۔ اس سے آپ کو سمجھنے میں مدد ملے گی کہ لوگ آپ کے مسئلے سے کس طرح متاثر ہوتے ہیں اور اس کے بارے میں کیا محسوس کرتے ہیں۔

تعریف

ایک اسٹیک ہولڈر کوئی بھی شخص، گروہ، تنظیم، سرکاری محکمہ، کمپنی، یا ادارہ ہو سکتا ہے جس کی کسی خاص مسئلے یا مقصد میں دلچسپی ہو۔ کچھ لوگ اس مسئلے سے زیادہ قریبی تعلق رکھتے ہیں، اس لیے یہ ایک اچھا خیال ہے کہ ان تمام گروہوں اور لوگوں کا نقشہ یا خاکہ بنایا جائے جو آپ کے کام سے جڑے ہوئے معلوم ہوتے ہیں۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں تاکہ اپنے ایڈووکیسی منصوبے کی تیاری میں آپ کو مدد مل سکے۔
YAG ورک پلان دیکھیے

مختلف قسم کے لوگوں سے بات کرنا ضروری ہے، جن میں سے بہت سے آپ نے اپنے سماجی سیاق وسباق کی تحقیق میں پہلے ہی شناخت کر لیے ہوں گے۔ کچھ مثالیں درج ذیل ہیں:

- ہم عمر اور دیگر نوجوان لوگ
- سرکاری افسران
- ماہرین اور شعبہ تعلیم کی شخصیات
- کمیونٹی پر مبنی تنظیمیں (CBOs)، غیر سرکاری تنظیمیں (NGOs)، یا بین الاقوامی غیر سرکاری تنظیمیں (INGOs)
- مذہبی گروہ
- نجی شعبے کی تنظیمیں
- ساتھ کام کرنے والے ساتھی
- والدین، سرپرست، اور خاندان کے افراد

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی وائسز آف یوتھ ویب سائٹ پر مختلف کمیونٹی گروپس کے ساتھ رابطے بڑھانے کے طریقوں پر کچھ وسائل موجود ہیں؟ آپ کو یہ مواد **"مشترکہ ایڈووکیسی کرنا"** کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ کو ضرور دیکھیں۔

لوگوں کے بارے میں جان کر اور مسئلے کے ساتھ ان کے عمومی تعلق کو سمجھ کر ان سے رابطہ قائم کرنے کی تیاری کریں۔ آپ ان سے پوچھنے کے لیے سوالات کی ایک فہرست بھی بنا سکتے ہیں، جیسے:

- **وہ اس مسئلے کے بارے میں کیا سوچتے ہیں اور یہ ان پر کیسے اثر انداز ہوتا ہے؟**
- وہ اس مسئلے میں کس طرح شامل ہیں، اور ان کا کیا تجربہ رہا ہے؟
- وہ ممکنہ مواقع اور حل کے طور پر کیا دیکھتے ہیں؟
- کیا وہ ایڈووکیسی سرگرمیوں میں حصہ لینے کے لیے تیار ہیں؟

جب آپ لوگوں کے ساتھ رابطہ کرتے ہیں، تو تصدیق کریں کہ جو معلومات آپ نے ڈیسک ٹاپ ریسرچ کے ذریعے حاصل کی ہیں وہ ان کی بتائی گئی معلومات سے میل کھاتی ہیں یا نہیں۔ اگرچہ کبھی کبھار یہ مشکل ہو سکتا ہے، لیکن حقائق اور رائے کے درمیان فرق کرنے کی کوشش کریں۔ یہ سمجھنا ضروری ہے کہ اصل واقعات اور ان واقعات کے بارے میں لوگوں کی رائے میں کیا فرق ہے۔

کیس اسٹڈی

اُمید حقیقت میں بدلی

لسوتھو کی ایک نوجوان رجسٹرڈ نرس ماملیلو کیلئے یہ سمجھ نہیں پا رہی تھیں کہ ایچ آئی وی کے مریض اپنی طبّی علاج کے منصوبے پر عمل کیوں نہیں کر رہے ہیں۔ ماملیلو کو تمام سائنسی حقائق معلوم تھے اور انہوں نے مختلف علاج کے پروگراموں پر تحقیق کی تھی، لیکن پھر بھی سمجھ نہیں آ رہی تھی کہ ان کے مریض باقاعدگی سے اپنی دوا کیوں نہیں لے رہے ہیں۔

آخر کار، ماملیلو نے ایک مختلف قسم کی تحقیق شروع کرنے کا فیصلہ کیا۔ انہوں نے کمیونٹی کے افراد سے ان کی زندگیوں کے بارے میں بات کرنا شروع کی اور ان کی کہانیاں سُنیں۔ ماملیلو نے یہ سیکھا کہ مریضوں کو مزید آگاہی یا دوائیوں کے بارے میں معلومات کی ضرورت نہیں تھی: وہ مختصر قطاریں اور مزید طبّی عملہ چاہتے تھے جو انہیں مناسب دیکھ بھال فراہم کر سکیں۔ عملے کی کمی کی وجہ سے، بہت سے ایچ آئی وی کے مریضوں کو دوا نہیں مل رہی تھی۔

ماملیلو نے اس صورتحال سے نمٹنے کے تخلیقی طریقوں کے بارے میں سوچا اور ایک طبّی ایپ کا آئیڈیا پیش کیا جسے لوگ اپنے موبائل فونز پر استعمال کر سکیں۔ اُن کے پاس محدود وسائل اور تکنیکی مہارت تھی، لیکن وہ اس آئیڈیا کو حقیقت میں بدلنے کے طریقے تلاش کرتی رہیں۔ آخر کار، ماملیلو کو وہ ضروری تکنیکی مدد مل گئی، اور انہوں نے MobiHope ایپ تیار کی۔ انہوں نے صحت کی ٹیکنالوجی کو نافذ کرنے کیلئے ورلڈ ہیلتھ آرگنائزیشن (WHO) کے ساتھ شراکت کی، اور مختلف تنظیموں کے ساتھ ساتھ اپنی حکومت کی بھی توجہ حاصل کی۔ انہوں نے ایپ کو تیار کرنے کے لیے اسپانسرشپ حاصل کی، جو اب پورے ملک میں باضابطہ طور پر لانچ ہونے کے لیے تیار ہے، اور ان لوگوں کے لیے صحت کی خدمات کو مزید قابلِ رسائی بنا رہی ہے جنہیں اس کی ضرورت ہے۔

4

پالیسیوں کو سمجھنا اور ان میں حصہ لینا

اس گائیڈ کے آغاز میں ہم نے ذکر کیا تھا کہ ایک پائیدار مستقبل حاصل کرنے میں نوجوانوں پر مرکوز پالیسیوں کا اہم کردار ہے۔ نوجوان تبدیلی کے علمبرداروں کو ان پالیسیوں میں اپنا کردار ادا کرنے کے لیے مہارتوں سے لیس ہونا ضروری ہے۔ ہو سکتا ہے کہ پالیسیوں میں حصہ لینا آپ کو مشکل لگے ؛ تاہم ، آپ کو علم ہونا چاہیے کہ کون سی متعلقہ پالیسیاں موجود ہیں اور آپ کے مسئلے پر اثر انداز ہوتی ہیں ، اس سے آپ کے مقصد کے حصول میں مدد ملے گی اور آپ کی ایڈووکیسی میں بہتری آئے گی۔

آپ کو یاد دلائیں کہ پالیسی ایک منصوبوں یا طریقوں کا مجموعہ ہے جس کا مقصد فیصلے کرنا یا کسی لائحہ عمل پر عمل درآمد کرنا ہے۔ آپ کے مسئلے یا مقصد پر مقامی ، قومی ، علاقائی ، یا عالمی سطح پر کئی پالیسیاں پہلے سے موجود ہو سکتی ہیں۔ ان پالیسیوں کو تلاش کرنا اور پڑھنا ایک چیلنج ہو سکتا ہے ، لیکن اگر آپ یہ کر سکیں تو آپ کے اقدامات زیادہ مؤثر ہوں گے۔ یاد رکھیں ، ہر ایڈووکیسی پروجیکٹ کسی پالیسی سے منسلک نہیں ہوتا۔ آپ کا عمل کسی خاص مسئلے پر رویوں کو تبدیل کرنے پر مرکوز ہو سکتا ہے ، اور ہو سکتا ہے کہ پالیسی آپ کے اقدامات کا سب سے مؤثر مقصد نہ ہو ، لیکن بڑے پیمانے پر تبدیلی کے لیے پالیسی ہمیشہ کچھ نہ کچھ کردار ادا کرے گی۔

درست پالیسی کی شناخت کرنا

سب سے پہلے ، آپ کو یہ معلوم کرنے کی ضرورت ہے کہ آپ کو کس پالیسی یا پالیسیوں کی تلاش ہے اور ان دستاویزات تک کیسے رسائی حاصل کرنی ہے۔ درج ذیل نکات کا تعین کرنے کی کوشش کریں :

- کون سی پالیسی آپ کے مسئلے یا مقصد سے مطابقت رکھتی ہے ؟
- کیا یہ پالیسی عوامی تبصرے کے لیے دستیاب ہے ، یا یہ صرف پس منظر کی معلومات کے طور پر استعمال کے لیے دستیاب ہے ؟
- مقامی یا قومی سطح پر آپ کے ایڈووکیسی مسئلے کے لیے کون سا محکمہ یا وزارت ذمہ دار ہے ؟
- کون سی علاقائی یا بین الاقوامی تنظیمیں کے پاس متعلقہ پالیسیاں ہو سکتی ہیں ؟
- کیا آپ کو درکار دستاویزات انٹرنیٹ پر ، آپ کے اسکولوں ، کمیونٹیوں ، مقامی سرکاری دفاتر ، یا ضلعی دفاتر میں دستیاب ہیں ؟

پالیسیاں عوامی دستاویزات ہیں جنہیں آسانی سے دستیاب ہونا چاہیے ، لیکن آپ کیلئے انہیں تلاش کرنا مشکل ہو سکتا ہے۔ آپ تحقیق کے ذریعے یہ معلوم کر سکتے ہیں کہ انہیں کہاں ڈھونڈا جا سکتا ہے۔ کچھ لوگوں کے لیے ایڈووکیسی کرنا اور پالیسیوں تک عوامی رسائی کو یقینی بنانا ، بذات خود ایک ایڈووکیسی کا مقصد ہے۔ مثال کے طور پر اگر آپ صحت پر قومی پالیسی تک رسائی حاصل کرنا چاہتے ہیں لیکن آپ کے ملک نے اس دستاویز کی آن لائن دستیابی ممکن نہیں بنائی ہے تو آپ اپنی حکومت سے مطالبہ کر سکتے ہیں کہ وہ تمام پالیسی دستاویزات کو عوامی رسائی کے لیے آن لائن اپ لوڈ کرے۔

پالیسی کو پڑھنا اور سمجھنا

سچ کہیں تو پالیسی دستاویزات کو پڑھنا غیر دلچسپ یا مشکل لگ سکتا ہے اور کبھی کبھار دونوں ہی محسوس ہو سکتے ہیں۔

یہ دستاویزات ایسی تکنیکی یا پیچیدہ زبان پر مشتمل ہو سکتی ہیں جو تجربہ کار ترین ایڈووکیٹ کے لیے بھی پڑھنا مشکل ہو۔ نتیجتاً، بہت سے نوجوان لوگ ان دستاویزات کو نہیں پڑھتے، جس کا مطلب یہ ہے کہ نوجوانوں کی رائے اکثر ان پالیسیوں میں شامل نہیں ہوتی جو ان کی زندگیوں پر اثر انداز ہوتی ہیں۔

پالیسی کو پڑھنے، سمجھنے، اور اس پر تبصرہ کرنے کی صلاحیت کو فروغ دینا ضروری ہے۔ اگر ابتدا میں آپ کو پالیسی پڑھنا اور سمجھنا مشکل لگے تو مایوس نہ ہوں۔ آپ مشق کے ساتھ اس میں بہتر ہو جائیں گے۔

پالیسی دستاویز کو دھیان سے پڑھنا شروع کریں تاکہ یہ معلوم ہو سکے کہ آیا پالیسی آپ کے مسئلے سے مطابقت رکھتی ہے یا نہیں۔

ذیل میں کچھ مفید طریقے دیے گئے ہیں جن سے آپ فائدہ اٹھا سکتے ہیں:

01 فہرست سے پڑھنا شروع کریں تاکہ آپ کو اندازہ ہو کہ دستاویز میں کیا چیزیں شامل ہیں۔

02 تھوڑی تحقیق کریں تاکہ پالیسی دستاویز کے بارے میں ضروری معلومات جمع کی جا سکیں —یہ کب لکھی گئی؟ کیوں لکھی گئی؟ اس کی تخلیق کے عمل میں کون شامل تھا؟

03 تعارف اور خلاصہ پڑھیں۔ یہ آپ کو دستاویز کے مقصد کا ایک اچھا جائزہ فراہم کرے گا۔

04 جب آپ کوئی نیا یا مشکل لفظ پڑھیں، تو اپنی سمجھ کو بہتر بنانے کے لیے لغت یا ویب سرچ کا استعمال کریں۔ آپ حیران ہوں گے کہ کلیدی تصورات اور اصطلاحات کو سمجھنے کے بعد دستاویز کتنی آسان ہو جاتی ہے۔

05 دستاویز کے الیکٹرانک ورژن میں مخصوص کلیدی الفاظ تلاش کریں تاکہ آپ جان سکیں کہ لفظ "نوجوان" کا کتنی بار ذکر ہوا ہے، موضوعاتی مسائل (مثلاً تعلیم، صحت، صنفی بنیادوں پر تشدد) کا کتنی بار ذکر کیا گیا ہے، اور ان کا ذکر کس سیاق و سباق میں کیا گیا ہے۔

06 اس میں استعمال کی گئی زبان پر توجہ دیں، خاص طور پر ایکشن آیٹمز میں۔ دیکھیں کہ کیا زبان واضح عزم کا اظہار کرتی ہے یا مبہم ہے؟ مثال کے طور پر، "ہم 2020 تک غربت کا خاتمہ کریں گے" اور "ہم 2030 تک غربت کے خاتمے کی حوصلہ افزائی کرتے ہیں" کے فرق پر غور کریں۔ آپ رہنماؤں کو ان کے وعدے اور عزم کیلئے جواب دہ ٹھہرا سکتے ہیں، لیکن صرف تجویز یا ترغیب دینے پر نہیں۔

07 فہرست سے پڑھنا پالیسی دستاویز میں استعمال ہونے والی معلومات کے ذرائع کا تجزیہ کریں۔ شروع کریں تاکہ آپ کو اندازہ ہو کہ دستاویز میں کیا چیزیں شامل ہیں۔

08 پالیسی دستاویز کے کلیدی الفاظ آن لائن تلاش کریں تاکہ معلوم ہو سکے کہ کسی معتبر اخبار، خلاصوں، یا اس موضوع پر اضافی ذرائع کی معلومات مل سکتی ہیں یا نہیں۔

09 دوسروں کی مدد لیں۔ دوسرے نوجوانوں یا اپنے نیٹ ورک کے لوگوں سے رابطہ کریں تاکہ پالیسی پر تبادلہ خیال کیا جا سکے۔

آپ کو مواد کو مکمل طور پر سمجھنے کے لیے دستاویز کو کئی بار پڑھنے یا مدد لینے کی ضرورت ہو سکتی ہے۔ اگر آپ کو دستاویز میں کوئی خامیاں نظر آئیں یا اگر پالیسی کمیونٹی کی ضروریات کو مؤثر طریقے سے بیان نہیں کرتی، تو ان نکات کو نوٹ کر لیں جہاں آپ کو ممکنہ بہتری نظر آتی ہے۔ مثال کے طور پر کسی پالیسی میں ممکنہ طور پر ترامیم کی ضرورت ہوگی اگر اس میں نوجوانوں کا اسٹیک ہولڈرز کے طور پر ذکر نہ کیا گیا ہو یا اگر یہ پسماندہ گروہوں کے خلاف امتیاز برتتی ہو۔

جب آپ ایک پالیسی کو سمجھ لیں، تو یہ آپ کو کسی خاص مسئلے کے بارے میں مزید تحقیق کی ترغیب دے سکتی ہے۔ پالیسی میں اچھے اعداد و شمار شامل ہونے چاہئیں موضوع کے پس منظر کے بارے میں معلومات فراہم کرنی چاہئیں، اور شامل اسٹیک ہولڈرز کی تفصیلات ہونی چاہئیں۔ نوٹس لیں اور مزید تحقیق کریں۔

پالیسی پر تبصرہ کرنا

پالیسی پر تبصرہ کرنا مشکل کام ہو سکتا ہے۔ لیکن ایک نوجوان کی حیثیت سے آپ کی ایک آواز ہے اور آپ کو اپنی زندگی کو متاثر کرنے والی کسی بھی پالیسی کے حوالے سے کام میں حصہ لینے کی اجازت ہونی چاہیے۔

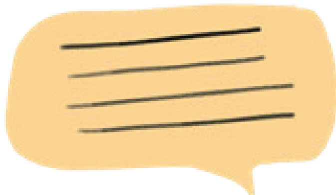
پہلے یہ معلوم کریں کہ یہ پالیسی کیسے بنائی گئی تھی اور قواعد اس میں تبدیلی کرنے کے بارے میں کیا کہتے ہیں۔ کیا نوجوانوں کے لیے اس پالیسی پر تبصرہ کرنے کا کوئی راستہ موجود ہے؟ اگر کوئی تبصرہ کا عمل یا عوامی رائے دہی کی حوصلہ افزائی نہیں کی گئی تو ہمت نہ ہاریں۔ آپ دوسرے نوجوانوں اور تنظیموں کے ساتھ شراکت کر سکتے ہیں تاکہ ایک کھلے مشاورتی عمل کا مطالبہ کریں، جس میں نوجوانوں اور دیگر کمیونٹی ممبران کی آراء شامل ہوں۔ آپ اہم پالیسی کے بچوں یا نوجوانوں کے لیے دوستانہ ورژن کا بھی مطالبہ کر سکتے ہیں۔

ہو سکتا ہے آپ کو سب کچھ بہت صاف اور واضح لگے، لیکن تبصرہ کرنے سے پہلے پوری دستاویز کو پڑھیں۔ اگر آپ ایسا نہ کریں، تو ہو سکتا ہے آپ کسی ایک سیکشن کے نکات پر تبصرہ کرنے میں وقت ضائع کر دیں جن کی اگلے ابواب میں وضاحت کی جا چکی ہو۔ اس کے علاوہ، دیگر پالیسیوں اور قوانین کو پڑھنے کی کوشش کریں جن کے موجودہ دستاویز میں حوالے دیے گئے ہیں۔ دیگر متعلقہ پالیسیوں کے بارے میں جاننے سے آپ کو ممکنہ تداخل یا وسائل کی دہری کھپت کے بارے میں آگاہی ملے گی۔ آخر میں، بہت سی پالیسیاں آپ کے ملک کے بین الاقوامی معاہدوں سے جڑی ہوتی ہیں۔ اگر آپ کو ان عالمی معاہدوں کے بارے میں علم ہو، تو آپ کو اپنی مقامی پالیسیوں کو سمجھنے میں آسانی ہوگی۔

اس وقت، شاید آپ سوچ رہے ہونگے کہ 'مجھ سے یہ سب کچھ کرنے کی توقع کیوں کی جا رہی ہے؟' گہری سانس لیں اور ایک وقت میں ایک قدم اٹھائیں۔ دنیا کو راتوں رات تبدیل نہیں کیا جا سکتا۔

جب آپ پالیسی دستاویز پر تبصرہ کرنے کے لیے تیار ہوں، تو اس کے چند طریقے یہ ہیں:

عمومی تبصرے

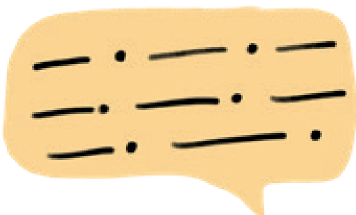


چاہے آپ چند جملے لکھیں یا ایک صفحہ، کوشش کریں کہ دستاویز پر اپنے مجموعی خیالات فراہم کریں۔ آپ ذاتی تبصرے دے سکتے ہیں، لیکن آپ کو اپنی تحقیق کا حوالہ دینا چاہیے تاکہ ایک وسیع نقطہ نظر شامل ہو سکے۔ عمومی تبصرے نئے خیالات اور حل بھی پیش کر سکتے ہیں جو پہلے سے پالیسی میں شامل نہ ہوں۔

مخصوص تبصرے

اگر آپ عمومی تبصروں سے بڑھ کر حصہ ڈالنا چاہیں، تو آپ پالیسی دستاویز کے ان مخصوص حصوں پر توجہ دے سکتے ہیں جو آپ اور آپ کے مقصد سے متعلق ہیں۔ خامیوں اور کمزوریوں کی نشاندہی کریں اور متعلقہ حصوں کو بہتر کرنے کے طریقے تجویز کریں۔

زبان میں تبدیلیاں



ایک موثر پالیسی کو فیصلہ کن اور ترقی پسند زبان کا استعمال کرنا چاہیے۔ یہ عملی اقدامات کی ترغیب دے اور ٹائم لائنز فراہم کرے۔ زبان کو سادہ، شمولیتی اور غیر امتیازی ہونا چاہیے۔ پالیسی کی زبان میں ترمیم دستاویز کو بہتر اور مزید مؤثر بنا سکتی ہے۔

عام طور پر آپ جتنا زیادہ مدعے پر رہ کر بات کریں گے، آپ کے تبصرے اتنے ہی مفید ہوں گے۔ اگر آپ اپنے تبصرے زبانی طور پر پیش کریں گے، تو گفتگو کے نکات کے ساتھ تیاری کر کے آئیں۔ دستاویز پڑھتے وقت اپنے خیالات، اور پالیسی کے بارے میں مخصوص تبصرے لکھ لیں۔ جب آپ ایسی جگہوں پر جائیں جہاں آپ اپنی رائے کا اظہار کر سکتے ہیں، تو آپ کو ان چیزوں کی ضرورت پڑے گی

آپ جانتے ہیں کہ یہ سمجھنا ضروری ہے کہ آپ کا مسئلہ مخصوص پالیسیوں سے کیسے تعلق رکھتا ہے اور ان پالیسیوں میں کیسے حصہ ڈالنا ہے تاکہ دیرپا، منظم تبدیلی لائی جا سکے۔ یاد رکھیں کہ پالیسیاں اداروں سے مخصوص ہوتی ہیں - مثلاً تنظیمیں، اسکول، یا حکومتیں - اور رویوں اور فیصلوں کی رہنمائی کرتی ہیں۔ آپ اپنی پالیسی میں حصہ لینے کی مہارت کو اسکول کے ماحول، کام کی جگہ، کمیونٹی سیٹنگ، یا وسیع قومی یا عالمی سطح پر لاگو کر سکتے ہیں۔

> اگر پالیسی تبصرے کے مرحلے سے آگے جا چکی ہے اور پہلے ہی حتمی شکل دی جا چکی ہے، تو اس کے نفاذ پر توجہ دیں۔ آپ پالیسی کے متعلق گرد کیے گئے وعدوں کا گہرائی سے جائزہ لے سکتے ہیں۔ ان طریقہ ہائے کار پر تبصرہ کرنے کی کوشش کریں جو پالیسی کے اہداف کو حاصل کرنے کے لیے وضع کیے گئے ہیں۔

#کیس اسٹڈی

قومی قانون کی تبدیلی

زمبابوے کی سترہ سالہ لوونس مدزورُو شادی شدہ تھیں اور اپنے دوسرے بچے کی اُمید سے تھیں۔ وکیل بننے کا ان کا بچپن کا خواب ٹوٹ چکا تھا، اور وہ ایک ایسی زندگی گزار رہی تھیں جس کا انتخاب انہوں نے خود نہیں کیا تھا۔ جب ان کی والدہ کا انتقال ہوا، تو لوونس نے محسوس کیا کہ ان کی چھوٹی بہن کو بھی ان کی طرح کی قسمت کا سامنا کرنا پڑے گا۔ انہوں نے اسی وقت فیصلہ کیا کہ بچوں کی شادی کو ختم کرنے کے لیے اقدامات کریں گی۔

''میں اس بات سے ناخوش تھی کہ میں ایک کم عمر دلہن تھی اور میرے پاس اسکول واپس جانے کی کوئی امید نہیں تھی۔ یہ دیکھ کر دکھ ہوتا تھا کہ میری عمر کے لوگ ہر روز اسکول جا رہے تھے جبکہ میں صحن کی صفائی کر رہی ہوتی تھی۔''

لوونس کی بھابھی نے انہیں ایک تنظیم سے متعارف کرایا جو کم عمری کی شادیوں کے خاتمے کیلئے کام کر رہی تھی۔ وہاں ان کی ملاقات بہت سی ہم خیال نوجوان خواتین سے ہوئی اور انہوں نے مل کر بچوں کی شادی کے خلاف مہمات میں حصہ لیا۔ لوونس اور ایک اور نوجوان خاتون نے شادی کی قانونی عمر پر قومی پالیسی کو تبدیل کرنے کے لیے ایک جدوجہد کا آغاز کیا۔ کئی قومی پالیسیوں اور بین الاقوامی معاہدوں کا مطالعہ کرنے کے بعد انہوں نے ایک مضبوط دلیل تیار کی جو زمبابوے کی آئینی عدالت تک پہنچ گئی۔ عدالت نے ان کے حق میں فیصلہ دیا، اور اب ملکی قانون پابند کرتا ہے کہ شادی کے لیے کم از کم عمر 18 سال ہو گی، جس سے کم عمری کی باقاعدہ شادیوں کا خاتمہ ہو گیا ہے۔

5

رابطوں اور اتحاد کو فروغ دینا

اجتماعی تبدیلی لانا ایڈووکیسی کی روح ہے۔ انفرادی تبدیلی کے اپنے فوائد ہیں، لیکن اجتماعی تبدیلی ایڈووکیسی کو صرف چند لوگوں کی بجائے سب کے لیے مؤثر بناتی ہے۔ اجتماعی تبدیلی صرف مشترکہ اقدامات کے ذریعے ممکن ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ دوسروں کے ساتھ تعاون کیا جائے اور ان کی حمایت حاصل کی جائے، جو عام طور پر نیٹ ورکس بنانے اور اتحاد کو فروغ دینے سے ہی ممکن ہے۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں

اپنے خیالات لکھ لیں تا کہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی پروجیکٹ کی تیاری میں مدد مل سکے YAG ! ورک پلان کو ضرور دیکھیں۔

رابطے قائم کرنا (نیٹ ورکنگ)

نیٹ ورکس اور اتحاد کیسے بنائے جائیں؟

تعریف

آپ کا نیٹ ورک ان لوگوں پر مشتمل ہوتا ہے جنہیں آپ جانتے ہیں، یعنی دوست، خاندان، ساتھی، ہم عمر، اور وہ لوگ جنہیں وہ جانتے ہیں (آپ کا توسیعی نیٹ ورک)۔ نیٹ ورکنگ ایک مشکل کام محسوس ہوتا ہے، لیکن اس کا سادہ سا مطلب یہ ہے کہ افراد اور تنظیموں کے ساتھ رابطے قائم کیے جائیں اور انہیں برقرار رکھا جائے۔

نیٹ ورکس مختلف پلیٹ فارمز اور ماحول میں پھیلے ہیں اور باہمی تعاون کرتے ہیں۔ کچھ نیٹ ورکس آن لائن پلیٹ فارمز پر کامیابی سے چلتے ہیں، کیونکہ یہ آپ کے ملک یا دنیا کے مختلف حصوں میں رہنے والے افراد کے گروہ ہوتے ہیں۔ دیگر صورتوں میں، نیٹ ورکس ان لوگوں کے گروہوں پر مشتمل ہوتے ہیں جو کسی پروجیکٹ پر ذاتی حیثیت میں موجود ہوتے ہیں اور تعاون کرتے ہیں۔

نیٹ ورکنگ کے کئی مقاصد ہو سکتے ہیں۔ یہ آپ کو ایسے مواقع تک رسائی میں مدد دے سکتی ہے جو آپ شاید اکیلے تلاش نہ کر پائیں؛ یہ آپ کو ایسے لوگوں سے متعارف کروا سکتی ہے جو مشورہ دے سکتے ہیں یا مختلف نقطہ نظر فراہم کر سکتے ہیں؛ اور یہ آپ کو مختلف مہارت رکھنے والے لوگوں سے جوڑ سکتی ہے۔ اپنے جیسے دوسرے پرعزم لوگوں کے ساتھ نیٹ ورکنگ آپ کو اپنے مقصد کو بہتر طور پر سمجھنے اور یہ جاننے میں مدد دے سکتی ہے کہ یہ مسئلہ دوسروں کو کیسے متاثر کرتا ہے۔ اپنے اس سفر میں آپ بہت سے ایسے لوگوں سے ملیں گے جن کا آپ کے ساتھ نقطہ نظر مشترک ہوگا، لیکن آپ یہ بھی جان جائیں گے کہ کسی بھی مسئلے کا کوئی 'ایک ہی حل' نہیں ہوتا۔ جو طریقہ آپ کے لیے کارآمد ثابت ہو، ممکن ہے دوسرے کے کام نہ آئے۔ نیٹ ورکنگ آپ کی ایڈووکیسی کو مزید جامع بنانے اور آپ کے نقطہ نظر کو وسعت دینے میں مدد دے گی۔

آپ کو نیٹ ورک بنانے کیلئے مختلف تقریبات میں شرکت کرنا ہوگی، سوشل میڈیا یا دیگر آن لائن پلیٹ فارمز کے ذریعے لوگوں سے ملنا ہوگا، یا اپنی روزمرہ کی زندگی میں لوگوں کے ساتھ روابط کو فروغ دینا ہوگا۔ تاہم، نیٹ ورکنگ کے مواقع سے فائدہ اٹھانے کیلئے ایک روبوٹ جیسی توجہ اور عزم کے ساتھ زیادہ سے زیادہ تقریبات میں حصہ لینا اور زیادہ سے زیادہ وزیٹنگ کارڈ جمع کرنا کوئی مفید طریقہ نہیں ہے۔ ایک ہم خیال گروہ تلاش کرنا اور اسے پروان چڑھانا آپ کا مقصد ہونا چاہیے۔

نیٹ ورکنگ شروع کرنے کے چند طریقے درج ذیل ہیں:

- نیٹ ورکنگ شر 'نیٹ ورک میپ' بنانے کی کوشش کریں خود کو مرکز میں رکھیں اور اپنے ارد گرد دائرے بنائیں تا کہ ان تمام گروہوں کو تصور کر سکیں جن سے آپ اپنی زندگی میں جڑے ہوئے ہیں۔ (مثال کے طور پر، اپنے گاؤں یا شہر میں، اپنے اسکول میں، کسی کھیلوں کے گروہ کے ساتھ، مذہبی گروہوں کے ساتھ، یا سوشل میڈیا پر)۔ یہ آپ کو ان مختلف جگہوں اور مواقع کے بارے میں سوچنے میں مدد دے سکتا ہے جہاں آپ لوگوں سے رابطے میں ہوتے ہیں۔
- ان نیٹ ورکس میں موجود لوگوں کے بارے میں جو آپ جانتے ہیں، اس پر غور کریں آپ سوشل میڈیا پر ان لوگوں کو تلاش کر سکتے ہیں جو آپ کے ساتھ مشترکہ اقدار رکھتے ہیں اور جن سے آپ رابطہ قائم کر سکتے ہیں، یا ایسی تقریبات (مقامی یا آن لائن) تلاش کریں جہاں آپ لوگوں سے مل سکیں۔ یا آپ اپنے موجودہ نیٹ ورک میں ایسے لوگوں کی شناخت کر سکتے ہیں جو آپ کو دوسروں سے جوڑ سکتے ہیں۔
- پہلے سے موجود نوجوان کمیونٹیز یا تنظیمیں تلاش کریں جن میں آپ شامل ہو سکتے ہیں یا تعاون کر سکتے ہیں غور کریں کہ آپ کون سے عزائم یا مہارتیں فراہم کر سکتے ہیں یا ان کے نیٹ ورکس میں فعال طور پر شامل ہونے کے لیے کون سا کام کر سکتے ہیں۔
- یاد رکھیں کہ نیٹ ورکنگ کسی بھی وقت ہو سکتی ہے! یہ کسی کھیلوں کی تقریب، مذہبی اجتماع، خاندانی دعوت، یا کہیں بھی ہو سکتی ہے۔
- سوچیں کہ ایک بار آپ رابطے قائم ہونے پر آپ انہیں کیسے برقرار رکھیں گے۔

ہم جانتے ہیں کہ نیٹ ورکنگ دباؤ اور بے چینی کا باعث محسوس ہو سکتی ہے، اور بہت سے لوگ نیٹ ورکنگ کے دباؤ کے بارے میں سوچتے وقت نروس ہو جاتے ہیں۔ اپنے آپ پر بے جا دباؤ نہ ڈالیں۔ نیٹ ورکنگ واقعی دوسروں سے جڑنے اور تعلقات بنانے کا عمل ہے، اور اس میں وقت لگتا ہے۔ آپ فوری نتائج کی توقع نہیں کر سکتے، لیکن جو محنت آپ کریں گے وہ فائدہ دے گی۔ اچھی نیٹ ورکنگ میں دوسروں کے بارے میں سیکھنا اور ایسے لوگوں سے ملنا شامل ہوتا ہے جو آپ کے بارے میں جاننا چاہتے ہیں۔ بالآخر، آپ ایک ایسا نیٹ ورک بنانا چاہتے ہیں جس پر آپ مدد کے لیے انحصار کر سکیں۔ اور جو آپ سے مدد مانگنے میں بھی آسانی محسوس کریں۔

نیٹ ورکنگ کی تیاری کرتے وقت پر سکون سانس لینے کی مشقوں کے لیے ذہنی صحت کے سیکشن کو بھی دیکھیں۔

#کیس اسٹڈی

ایڈووکیسی پروفائل: شوناطر، لبنان (Shou Nater, Lebanon)

شوناطر' یوتھ سٹیزنز آف ٹوڈے' کے پروجیکٹ فریم ورک کے تحت ایک ایڈووکیسی مہم ہے، جسے ماسار ایسوسی ایشن اور یونیسف لبنان کے ساتھ شراکت داری میں نافذ کیا گیا، اور اس کی قیادت CLAC قاع یوتھ انیشی ایٹو نے کی۔ عربی میں 'شوناطر' کا مطلب ہے: 'آپ کس چیز کا انتظار کر رہے ہیں؟' یہ نوجوانوں کی قیادت میں چلنے والی مہم نوجوانوں کو زندگی کے ہنر سکھانے اور ان میں رضاکاریت اور سماجی خدمت کی اہمیت اجاگر کرنے پر مرکوز ہے۔ اس منصوبے میں ٹیم ورک، وقت کے انتظام، اور رضاکاریت کے بارے میں آن لائن سیشنز شامل ہیں۔ اس منصوبے کی کامیابی ہمارے حاصل کیے ہوئے ان وسیع تر ثمرات سے ظاہر ہوتی ہے اور ان پرجوش اور ہنرمند نوجوانوں سے جو شوناطر نے تیار کیے اور اب CLAC قاع کے ساتھ رضاکارانہ خدمات انجام دے رہے ہیں۔ ہمیں خاص طور پر تبیتھا پر فخر ہے۔ یہ اس کی کہانی ہے:

تبیتھا کو اس کی زندگی کے بیشتر حصے کے دوران ہراسانی کا سامنا رہا۔ اس کے ہم عمر افراد نے اس کے نام، اس کے خاندان کے نام، اس کے وزن، اس کی عینک، اور دیگر چیزوں کا مذاق اڑایا۔ اس پریشان کن صورتحال نے اسے اتنا متاثر کیا کہ اس نے گھر سے نکلنا ہی چھوڑ دیا۔ وہ نئے لوگوں سے ملنے سے خوفزدہ تھی جو اس کے متعلق رائے قائم کرتے یا ہراساں کر سکتے تھے، اس لیے وہ تقریباً سب سے علیحدہ ہو گئی۔

تبیتھا نے سوشل میڈیا کے ذریعے شوناطر کے بارے میں سنا۔ اس نے پروجیکٹ کی پوسٹس پر اپنا ردعمل ظاہر کیا اور اس تصور اور اس کے اثرات سے متاثر ہوئی۔ ہم نے سوشل میڈیا پر اس کے تبصرے دیکھنے کے بعد اس سے رابطہ کیا اور اسے رضاکار کے طور پر ہمارے نوجوانوں کے ساتھ کام میں شامل ہونے کی درخواست کی۔ اس نے پہلے ہچکچاہٹ کا مظاہرہ کیا۔ اسے تشویش تھی کہ شاید دوسرے نوجوان اسے چھیڑیں گے یا نظرانداز کریں گے۔ ہم نے اسے ایک بار ہمیں آزمانے کی ترغیب دی۔ اپنے نئے سفر کے پہلے قدم کے طور پر اس نے بیروت دھماکے کے بعد یونیسف کی امدادی کارروائیوں میں حصہ لیا۔ وہ متاثرہ لوگوں کی مدد کرنے اور اس کمیونٹی کا ایک فعال رکن بننے پر خوش تھی جہاں اس کی آواز سنی گئی۔

اس تجربے نے اسے اعتماد دیا، اور اس نے اپنی کمیونٹی میں اپنے کردار کی اہمیت کو محسوس کیا۔ اب تبیتھا کئی این جی اوز میں شامل ہے، مزید تجربہ حاصل کر رہی ہے، اور اپنی شخصیت اور مہارتوں کو ترقی دے رہی ہے۔ وہ اپنی کمیونٹی میں ایک رول ماڈل بن چکی ہے، اور اس کا مشن اب اپنے ساتھیوں کو متاثر کرنا اور معاشرے میں مثبت اثر ڈالنا ہے۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی وائسز آف یوتھ ویب سائٹ پر دوسروں کے ساتھ اپنے تعلق کو مضبوط بنانے کے طریقوں پر کچھ وسائل موجود ہیں؟ آپ کو یہ مواد 'مشترکہ طور پر ایڈووکیسی کرنا' کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ کو ضرور دیکھیں۔

اتحاد کا فروغ

نیٹ ورکنگ نئے روابط فراہم کرتی ہے، لیکن اصل فائدہ سچے دل سے تعلقات اور اتحادی (allies) بنانے میں ہے۔ حمایتی اتحادیوں کا ایک گروپ بنانا عموماً نیٹ ورکنگ کے مقابلے میں زیادہ موثر حکمت عملی ہے۔ آپ کے اتحادی وہ قریبی اور قابلِ اعتماد لوگ ہیں جو آپ کو مدد، معاونت، مشورہ، معلومات، تحفظ، اور حتیٰ کہ دوستی بھی فراہم کرتے ہیں۔ وہ آپ کی مہارتوں کو پورا کرتے ہیں اور آپ کی کمزوریوں کو اپنی منفرد صلاحیتوں اور نقطہ نظر سے پورا کرتے ہیں۔ وہ آپ کو مختلف زاویوں سے مسائل کو دیکھنے میں مدد دیتے ہیں۔ آپ کے اتحادی ایسے وقت میں آپ کی مدد کے لیے موجود ہوتے ہیں جب آپ کو کسی آئیڈیا یا پر کام کرنے کی ضرورت ہوتی ہے، جذباتی مدد چاہیے ہوتی ہے، یا آپ کے خیالات سننے کیلئے کوئی سامع چاہیے ہوتا ہے۔

یاد رہے کہ یہاں ہم "اتحادیوں" کا عمومی مطلب لیتے ہیں۔ یعنی ایسے لوگوں کا گروہ جو آپ کی حمایت کرتے ہیں۔ آج کل آپ "اتحاد (allyship)" کی اصطلاح کو اکثر سماجی انصاف، تنوع، اور مساوات سے متعلق گفتگو میں سن سکتے ہیں۔ اس تناظر میں، اتحادی کا لفظ اس شخص کے لیے استعمال ہوتا ہے جو (جنس، طبقے، نسل، جنسی شناخت، وغیرہ کی بنیاد پر) اپنے استحقاق کو پہچاننے کا عہد کرتا ہے اور پسماندہ گروہوں کے ساتھ مل جل کر کام کرتا ہے۔

اتحاد کو فروغ دینے کیلئے مضبوط عزم اور عمل کی ضرورت ہوتی ہے۔ آپ کو نوجوانوں، ہم عمروں، یا عمر رسیدہ لوگوں میں اتحادی مل سکتے ہیں۔ اگر آپ مختلف شعبوں کی ٹیموں میں کام کرتے ہیں (جیسا کہ اکثر لوگ کرتے ہیں)، تو دیگر شعبوں میں شامل افراد کا احترام اور شراکت داری حاصل کرنا آپ کو ٹیم کا ایک زیادہ مؤثر رکن بنا دے گا۔

> بین النسلی مکالمہ مختلف عمروں کے لوگوں کو اپنے تجربات اور خیالات کا اشتراک کرنے کا موقع دیتا ہے کہ کمیونٹی کو کیسے بہتر بنایا جائے اور اس کے چیلنجز کو کیسے حل کیا جائے۔ بزرگ افراد کے زندگی بھر کے تجربات اور بچوں و نوجوانوں کی آرا اور خیالات کو یکجا کرنے میں بہت فائدہ ہے۔ بین النسلی مکالمہ صرف اس وقت فائدہ مند ہو سکتا ہے جب نوجوان اور بڑی عمر کے افراد باہمی احترام کا مظاہرہ کریں۔ اس لیے یہ ضروری ہے کہ تمام عمروں کے لوگوں سے احترام اور شائستگی کے ساتھ بات چیت کریں، اور ان کے نقطہ نظر اور سیاق و سباق کو مد نظر رکھیں۔

چاہے آپ کسی کے اتحادی بننا چاہتے ہیں یا اپنے مقصد کے لیے حمایت حاصل کرنا چاہتے ہیں، ایک اچھے اتحادی کی خصوصیات درج ذیل ہیں:

- کسی مسئلے سے متاثرہ لوگوں کی بات سنتا ہے اور ان پر یقین کرتا ہے۔
- اپنے تعصبات کو پہچانتا ہے اور انہیں ختم کرنے کے لیے کام کرتا ہے۔
- مدد فراہم کرتا ہے لیکن یہ فرض نہیں کرتا کہ وہ بہتر جانتا ہے۔
- اپنے خیالات پیش کرتا ہے لیکن دوسروں پر اپنی بات مسلط نہیں کرتا۔
- کسی مسئلے یا دوسروں کے تجربات کے بارے میں آگاہی حاصل کرتا ہے۔
- دوسروں کیلئے جگہ بنانے اور ان کی شمولیت کیلئے کام کرتا ہے۔

نوجوانوں کا ایک مضبوط اتحادی نوجوانوں کا احترام کرتا ہے، انہیں برابر کا ساتھی سمجھتا ہے، اور وہ مدد فراہم کرتا ہے جو نوجوانوں کو اپنی آواز بلند کرنے اور معاشرے میں مؤثر طریقے سے حصہ لینے کے لیے ضروری ہو۔

اہم مقاصد کے لیے ممکنہ اتحادیوں کیسے ڈھونڈیں؟ یہ نکات آپ کو اتحادی بنانے میں مدد دیں گے :

- ایسے لوگوں کی شناخت کریں جن کے ساتھ آپ کے تعلقات اچھے ہوں یا جن کے ساتھ آپ آرام دہ محسوس کرتے ہوں۔
- مختلف قسم کے اتحادی بنانے کی کوشش کریں اگرچہ زیادہ تجربہ کار اتحادی رکاوٹوں کو دور کر سکتے ہیں اور قیمتی مشورے فراہم کر سکتے ہیں، آپ کو ایسے جونیئر اتحادیوں کی بھی ضرورت ہے جو آپ کی بطور رہنما اور سرپرست مدد کر سکیں۔
- دوسروں کی مدد کیلئے ہمیشہ تیار رہیں، اور لوگوں کے مدد مانگنے سے پہلے ان کی مدد کیلئے پہنچیں۔
- جب کوئی اتحادی آپ سے مدد کی درخواست کرے تو دل سے مدد کریں تاہم، ان کی درخواست کو پورا کرنے کے لیے خود پر دباؤ نہ ڈالیں۔ جتنی مدد آپ کر سکتے ہیں وہ دیانتداری سے انہیں بتادیں۔

دیانتداری کا مظاہرہ کریں۔ ایماندار اور قابل اعتماد رہیں اور اپنے وعدے پورے کریں۔ آپ کے نیٹ ورک میں موجود دیگر تعلقات کی طرح، آپ کے اتحادی تعلقات دوطرفہ ہوتے ہیں۔ اتحادی حاصل کیے جاتے ہیں۔ آپ پہلے خود کسی کے اتحادی بن کر اپنا اتحادی حاصل کرتے ہیں۔

- بات کریں: ان اوقات میں بھی رابطہ قائم رکھیں جب آپ کو کسی مدد کی ضرورت نہ ہو۔
- مدد مانگتے وقت رواداری سے کام لیں: کسی اتحادی کو مشکل یا حساس صورتحال میں نہ ڈالیں۔
- سوچیں کہ آپ کن لوگوں کو اپنا اتحادی سمجھتے ہیں: کیا آپ نے یہ تعلقات ارادی طور پر بنائے ہیں؟

6

کانفرنسوں میں شرکت کرنا اور فیصلہ سازوں سے ملنا

اہم تقریبات میں شرکت کرنا اور فعال طور پر حصہ لینا آپ کی ایڈووکیسی کے لیے فائدہ مند ہوگا اور آپ کو ممکنہ حامیوں اور کلیدی اسٹیک ہولڈرز کے ساتھ تعلقات قائم کرنے میں مدد دے گا۔ یہ تقریبات مختلف قسم کی ہوسکتی ہیں، آپ کسی منظم اجلاس، تربیت یا ورکشاپ، کانفرنس، یا کسی اور خاص تقریب میں شرکت کرسکتے ہیں۔

بہت سی تقریبات میں شرکت کرنا دلچسپ ہوسکتا ہے، لیکن آپ کو اپنے طرزِ عمل پر تنقیدی طور پر غور کرنا چاہیے۔ ہر تقریب کی اہمیت پر غور کریں اور شریک ہونے سے پہلے سوچیں کہ آپ کی شرکت آپ کے مقصد کو کس طرح فائدہ پہنچا سکتی ہے۔ یہ بھی ضروری ہے کہ آپ کسی جگہ جائیں تو آپ کو معلوم ہو کہ آپ اس میٹنگ سے کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں۔

'کانفرنس ہاپر' بننے سے محتاط رہیں اور اپنے مقصد سے ہٹنے سے بچیں۔ ایک ایڈووکیٹ کی حیثیت سے آپ کا وقت اور توانائی آپ کے سب سے قیمتی وسائل میں سے ہیں۔ آپ یہ نہیں چاہیں گے کہ آپ ایک کانفرنس یا ورکشاپ کے بعد دوسری یا تیسری میں شریک ہوتے رہ جائیں۔ آپ کو ہمیشہ اپنی شرکت کے ثمرات پر غور کرنا چاہیے۔ اس ایونٹ میں شرکت آپ کی ذہنی اور جسمانی صحت کے لیے کیا معنی رکھتی ہے؟ اس تقریب میں شرکت کے لیے آپ کون سے وسائل استعمال کریں گے جو کہیں اور استعمال ہوسکتے ہیں؟ اس سفر کے لیے آپ کا کاربن فٹ پرنٹ کیا ہوگا؟

آپ اپنی کمیونٹی میں اور آن لائن ایسی میٹنگز اور کانفرنسز تلاش کرسکتے ہیں جو آپ کے ایڈووکیسی کے کام کے لیے موزوں ہوں۔ اپنا نیٹ ورک بنانے کے بعد لوگوں سے پوچھیں کہ کس طرح بہترین طریقے سے شریک ہوا جاسکتا ہے اور آپ کی دلچسپی کی تقریبات کے دعوت نامے کیسے حاصل کیے جاسکتے ہیں۔

بہت سے نوجوانوں کو ایسا لگتا ہے کہ تقریبات میں شرکت کے مواقع ان کے لیے بند ہیں۔ انہیں شاید مالی مشکلات کی وجہ سے ایسا لگتا ہے یا وہ سمجھتے ہیں کہ ان جگہوں پر ان کی موجودگی سے میزبان خوش نہیں ہونگے۔ وہ یہ بھی فرض کرسکتے ہیں کہ ان کے پاس میٹنگز، ورکشاپس، یا کانفرنسز میں شرکت کے لیے ضروری قابلیت یا مہارت نہیں ہے۔ اگرچہ آپ ابھی اپنی تعلیم یا کیریئر شروع کر رہے ہیں مگر یاد رکھیں کہ آپ کے تجربات اور خیالات اہم ہیں۔

اگرچہ آپ کسی تنظیم کے سربراہ نہیں یا آپ کے پاس پی ایچ ڈی کی ڈگری نہیں، لیکن بطور نوجوان آپ کے ذاتی تجربات اہم ہیں اور آپ کی آواز اور خیالات سنے جانے چاہئیں۔ خود پر اعتماد رکھنا اس جنگ کا ایک بڑا حصہ ہے۔ سامنے آئیں۔ سنیں۔ اگر آپ کو لگے کہ موقع صحیح ہے تو اپنی بات کہہ دیں۔۔ لوگوں کے ساتھ رابطہ کریں۔ یہ سب آسان نہیں ہے، لیکن آپ کو یہ کوشش کرنے اور خود کو سامنے لانے کے بعد بہت بہتر محسوس ہوگا۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی 'وائسز آف یوتھ' ویب سائٹ پر بالغوں اور نوجوانوں کے لیے بامعنی شمولیت کے طریقوں پر کچھ وسائل موجود ہیں؟ آپ کو یہ مواد 'مشترکہ طور پر ایڈووکیسی کرنا' کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ کو ضرور دیکھیں۔

میل جول کے مواقع تلاش کرنا

سماجی میل جول کا ہر موقع مختلف ہوتا ہے۔ تقریبات اپنے مقصد اور ماحول کے لحاظ سے مختلف ہوتی ہیں، لہذا آپ کی تیاری اور تقریبات میں شرکت کے دوران کیے گئے اقدامات بھی مختلف ہوں گے۔ تقریبات آمنے سامنے یا آن لائن ہو سکتے ہیں اور 30 منٹ کی بات چیت سے لے کر پورے دن کی سرگرمیوں پر محیط ہو سکتے ہیں۔ یہاں کچھ مثالیں دی گئی ہیں:

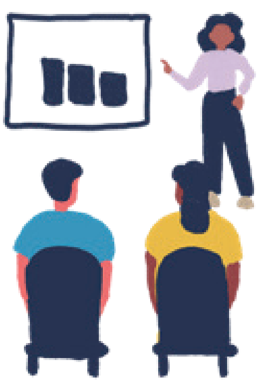
میٹنگ

- یہ دو افراد یا لوگوں کے ایک گروہ کے درمیان بات چیت ہو سکتی ہے۔
- میٹنگز کسی مسئلے پر بات کرنے یا رسمی یا غیر رسمی ماحول میں فیصلہ کرنے کے لیے منعقد کی جا سکتی ہیں۔

کانفرنس

- کانفرنسز بڑے اور مخصوص مقاصد والے اجلاس ہوتے ہیں، جہاں شرکاء کسی خاص مسئلے یا موضوعات پر پریزینٹیشن دینے، بحث اور گفتگو کرنے کے لیے جمع ہوتے ہیں۔
- مختلف کانفرنسز کے مختلف نتائج ہو سکتے ہیں، جیسے کہ معلومات کا اشتراک، مشترکہ دستاویز یا اعلامیہ تیار کرنا، یا بطور گروپ کسی قسم کے معاہدے کرنا۔

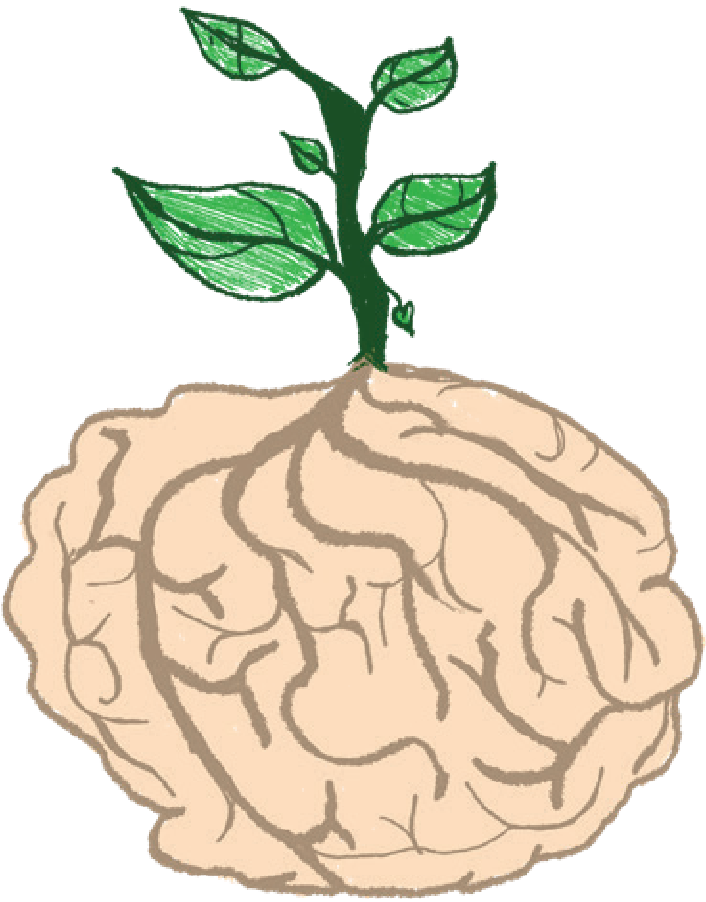
تربیت/ورکشاپ



- تربیت کا مقصد شرکاء کو کسی خاص موضوع سے متعلق نئی مہارتوں اور معلومات سے آراستہ کرنا ہوتا ہے۔
- یہ حجم اور مدت کے حساب سے مختلف ہو سکتی ہیں، اور ساتھ ہی افراد کے باہمی تعامل کی سطح بھی مختلف ہو سکتی ہے۔

آیئے دیکھتے ہیں کہ آپ کسی اجلاس میں کیسے شامل ہو سکتے ہیں۔کچھ تجاویز نیچے دی گئی ہیں:

- **فہرست میں شامل ہو جائیں:** مقامی یا قومی اجلاس کیلئے دعوت حاصل کرنا اتنا آسان ہو سکتا ہے جتنا کہ صحیح میلنگ لسٹ یا نیٹ ورک میں شامل ہونا۔ان تنظیموں اور سرکاری ایجنسیوں کی شناخت کریں جو آپ کے مسئلے پر کام کر رہی ہیں۔ان سے پوچھیں کہ آیا وہ اسٹیک ہولڈر میٹنگز منعقد کرتے ہیں اور کیا آپ کو عام میلنگ لسٹ یا آئندہ اجلاسوں کے رابطہ فہرست میں شامل کیا جا سکتا ہے۔
- **سوشل میڈیا کا استعمال کریں:** بہت سے فیصلہ ساز سوشل میڈیا پلیٹ فارمز استعمال کرتے ہیں۔اگر آپ سوشل میڈیا پر ہیں، تو یقینی بنائیں کہ آپ سرکاری عہدیداروں، سرکاری محکموں، تنظیموں، میڈیا، کاروبار، یا آپ کے مسئلے سے متعلق دیگر اسٹیک ہولڈرز کو فالو کریں اور دیکھیں کہ آیا وہ اجلاس، ورکشاپس، یا کانفرنسز کے بارے میں معلومات شیئر کرتے ہیں۔
- **اپنے نیٹ ورک کو اپنی شرکت کے ارادے کے بارے میں بتائیں:** آپ کو یہ جان کر حیرت ہو گی کہ کتنی ممکنہ دعوتیں لوگ صرف اس لیے گنوا دیتے ہیں کیونکہ وہ دوسروں کو اپنی شرکت کی خواہش کے بارے میں نہیں بتاتے۔اگر لوگوں کو یہ نہ معلوم ہو کہ آپ شریک ہونا چاہتے ہیں، تو وہ آپ کو کم ہی مدعو کریں گے۔ان لوگوں سے رابطہ کریں جنہوں نے آپ کی دلچسپی کے کسی تقریب میں حصہ لیا ہے یا کوئی تقریب منعقد کیا ہے۔
- **خود تقریب رکھیں:** اگر آپ کسی خاص گروپ کے ساتھ کسی مسئلے پر بات کرنا چاہتے ہیں، تو متعلقہ تقریب خود ہی منعقد کرنے کے متعلق سوچیں۔یہ کیسے کیا جا سکتا ہے، اس بارے میں رہنمائی کے لیے بلڈ نگ مومنٹم کے سیکشن پر ایک نظر ڈالیں۔



تقریب میں شرکت کی تیاری

ایک بار جب آپ کو کسی ایونٹ میں شرکت کا موقع مل جائے، تو آپ کو حصہ لینے کیلئے تیاری کرنے کی ضرورت ہو گی۔ اچھی تیاری آپ کو اپنے تجربے سے لطف اندوز ہونے اور اپنی ایڈووکیسی کو بہتر بنانے میں مدد کرے گی۔

ایونٹ اور اس میں زیر بحث مسائل کے بارے میں کچھ متعلقہ معلومات حاصل کرنا مفید ہو گا۔ یاد رکھیں کہ ہر ایونٹ مختلف ہوتا ہے، لہذا آپ کو اپنی تیاری کو ایونٹ کے مطابق ڈھالنا ہو گا۔ 'حقائق کی کھوج' کے سیکشن کا مطالعہ آپ کی مدد کر سکتا ہے۔ آپ کے غور کرنے کے لیے یہاں کچھ عمومی نکات درج ہیں:

ایونٹ کے بارے میں معلومات اکٹھی کریں

- ایونٹ کا اہتمام کون کر رہا ہے؟
- یہ ایونٹ کہاں ہو رہا ہے؟
- ایونٹ کا مقصد اور تاریخ کیا ہے؟
- ایونٹ میں کون شرکت کرے گا؟
- ایونٹ کے لیے کون سی سرگرمیوں کی منصوبہ بندی کی گئی ہے؟

ایونٹ کے موضوع پر تحقیق کریں

- ایونٹ کے دوران کون سے مسائل پر بات کی جائے گی؟
- کیا کوئی خاص دستاویزات ہیں جن سے آپ کو واقف ہونا چاہیے؟
- کیا آپ کو شرکت سے پہلے کوئی متعلقہ معلومات درکار ہیں؟

اپنے کردار کے لیے تیاری کریں جو آپ ایونٹ میں ادا کریں گے

- کیا یہ مشاہدہ کرنے اور سیکھنے کا موقع ہے، یا آپ کچھ کہنے کا بھی ارادہ رکھتے ہیں؟
- کیا آپ کوئی تبدیلی تجویز کریں گے یا کسی فیصلے پر اثرانداز ہونے کی کوشش کریں گے؟
- کیا آپ کسی بڑے گروہ کی نمائندگی کر رہے ہیں یا صرف اپنی؟
- آپ اس کے لیے کیسے تیاری کر سکتے ہیں؟

ایونٹ میں شرکت کے لیے درکار وسائل یا مدد کا بندوبست کریں

- کیا آپ کو ایونٹ میں شرکت یا مقام تک سفر کرنے کے لیے ادائیگی کرنے کی ضرورت ہے؟
- کیا کوئی اسکالرشپ کے مواقع موجود ہیں؟
- کیا آپ کو کسی سرپرست کی ضرورت ہے جو آپ کے ساتھ شریک ہو؟

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات لکھ لیں تاکہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی پروجیکٹ کی تیاری میں مدد مل سکے YAG ! ورک پلان کو ضرور دیکھیں۔

#کیس اسٹڈی

عالمی بلندیوں کی جانب پرواز

ڈیٹبو گولیبیا کا ایڈووکیسی کا سفر بچپن میں شروع ہوا جب وہ جنوبی افریقہ کے دیہی علاقے لیمپوپو میں اپنے خاندان سے باقاعدگی سے ملنے جاتی تھیں۔ ''میں نے دیکھا کہ دریا اور ڈیم جو پہلے پانی سے بھرے ہوتے تھے اب خشک ہو چکے ہیں۔ گرمی بہت زیادہ تھی، پہلے سے بھی شدید، اور جب بارش ہوتی، تو شدید سیلاب میرے کچھ خاندان والوں کے گھروں کو تباہ کر دیتا۔ میں نے ماحولیاتی تبدیلی کے اثرات کو اپنی آنکھوں سے دیکھا۔ یہ میرے لیے ذاتی مسئلہ تھا اور آج بھی ہے۔ اس لیے مجھے عملی قدم اٹھانا پڑا۔''

ڈیٹبو گو نے یوتھ @ SAIIA کے ذریعے ماڈل اقوام متحدہ کے مباحثوں اور نوجوانوں کی شرکت کے کاموں میں حصہ لینا شروع کیا، اور بعد میں اپنے چرچ کے ذریعے ایک عالمی نوجوان مصلح بن گئیں۔ انہوں نے گرجاگھروں پر زور دیا کہ وہ ماحولیاتی تبدیلی کے بارے میں لوگوں کو تعلیم دیں اور چرچ کی پالیسیوں میں ماحولیاتی تحفظ کے اقدامات کو تسلیم کریں۔ دیگر نوجوان مصلحین کے ساتھ مل کر کی گئیں ان کی کوششوں کے نتیجے میں دنیا بھر کے گرجاگھروں نے شمسی توانائی کے استعمال اور افریقہ بھر میں سولر گلنگ منصوبوں کے فروغ کے ذریعے قابل تجدید توانائی کے استعمال کے عزم کا اظہار کیا۔

2016 میں 19 سال کی عمر میں، ڈیٹبو گو کو مراکش میں اپنی پہلی اقوام متحدہ کی ماحولیاتی تبدیلی کانفرنس (COP22) میں شرکت اور اپنے چرچ کی نمائندگی کے لیے مدعو کیا گیا۔ انہوں نے قومی پالیسی سازی اور عالمی مذاکرات کے عمل کو سمجھنے کی کوشش کی۔ انہوں نے جنوبی افریقہ کے محکمہ ماحولیات کے ساتھ اسٹیک ہولڈر میٹنگز میں شرکت کی اور وہ اکثر کمرے میں سب سے کم عمر فرد ہوتیں۔ ڈیٹبو گو سمجھنا شروع ہو گئیں کہ جنوبی افریقہ اپنی قومی پوزیشن کیسے تشکیل دیتا ہے۔ انہوں نے دیگر نوجوان جنوبی افریقیوں کے ساتھ مل کر ماحولیاتی تبدیلی پر نوجوانوں کا بیانیہ تیار کیا اور مذاکرات میں نوجوانوں کی رسمی شرکت کے لیے زور دیا۔

2017 میں، ڈیٹبو گو کو COP23 کے لیے جنوبی افریقی وفد میں ملک کی نوجوان مندوب کے طور پر شامل ہونے کی دعوت دی گئی۔

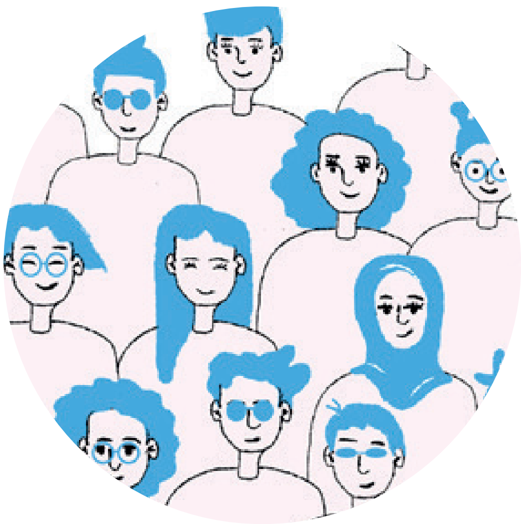
ڈیٹبو گو کا کام جاری رہا، اور جب 2018 میں جنوبی افریقہ کے ماحولیاتی تبدیلی بل کے مسودے کو جاری کیا گیا، تو وہ اس ٹیم کا حصہ تھیں جس نے مسودہ بل کا تجزیہ کیا اور اس پر نوجوانوں کا موقف پیش کیا۔ ڈیٹبو گو جانتی ہیں کہ پالیسی میں تبدیلی لانے میں وقت لگتا ہے، لیکن وہ اس جدوجہد کا حصہ بننے کے لیے پُرعزم ہیں۔

ایونٹ کے دوران شرکت

آپ کو میز پر جگہ مل گئی ہے۔اب آگے کیا کرنا ہے؟

جب آپ اجلاس میں شریک ہوں،تو اپنے تجربے سے زیادہ سے زیادہ فائدہ اٹھانے کی کوشش کریں۔نئے لوگوں سے ملیں،جہاں ممکن ہو تعاون کریں، اور جتنا زیادہ ہو سکے سیکھیں۔یہی وہ جگہ ہے جہاں آپ کی ساری تیاری کام آئے گی۔یہ تقریبات آپ کو مختلف زاویوں سے اپنے مسئلے کے بارے میں جاننے میں مدد دیں گے اور ممکنہ طور پر ان فیصلہ سازوں سے ملائیں گے جو آپ کے مسئلے سے متعلق پالیسیوں اور قانون سازی کے ذمہ دار ہیں اور جو طریقہ کار وہ اپناتے ہیں۔ ہر تقریب مختلف ہوتا ہے، لیکن یہ نکات ذہن میں رکھیں:

- تقریب میں شرکت کے لیے تیاری کرتے وقت جو نوٹس آپ نے بنائے تھے انہیں دیکھیں۔ اگر آپ کی تحقیق اس تقریب سے متعلق ہے جس میں آپ شرکت کر رہے ہیں،تو یہ آپ کی پوری شرکت کے دوران آپ کی رہنمائی کرے گی۔
- اپنے ایڈووکیسی کے سفر میں کی گئی تمام تحقیق کو ذہن میں رکھیں۔آپ پہلے سے تحقیق کردہ پالیسی دستاویزات اور حقائق کی تلاش کو اپنی باتوں اور موقف کی حمایت کے لیے استعمال کر سکتے ہیں۔
- بات چیت کو توجہ سے سنیں اور ان کے نوٹس لیں ۔لوگوں سے ملاقاتوں اور بات چیت سے معلومات جمع کرنا مستقبل میں آپ کی ایڈووکیسی میں مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔
- دیگر شرکاء کے ساتھ بات چیت کرنے اور نیٹ ورک بنانے کی کوشش کریں ۔نوجوانوں اور بالغ اتحادیوں کے ساتھ نیٹ ورک بنائیں۔مزید رہنمائی کے لیے نیٹ ورکنگ اور اتحاد کو فروغ ↲ کے سیکشن کو دیکھیں۔
- اپنے آپ پر بطور ایڈووکیٹ اور شریک کار اعتماد رکھیں ۔کسی بھی سرگرمی میں حصہ لیں، بات کریں، اور جہاں آپ کو آسانی محسوس ہو اپنی رائے کا اظہار کریں۔
- جہاں مناسب ہو، تجاویز پیش کریں اور شرکت کریں ۔ اس سے ظاہر ہو گا کہ آپ اچھی طرح سے باخبر ہیں اور مزید مباحثے اور مسئلے پر مشاورت میں قیمتی آراء شامل کر سکتے ہیں۔



ایونٹ کے اختتام پر اس بات پر غور کرنے کے لیے کچھ وقت نکالیں کہ آپ کا تجربہ کیسا رہا۔آپ نے خود کے بارے میں،اپنے مسئلے، عمل، دیگر اسٹیک ہولڈرز،اور کسی اور متعلقہ چیز کے بارے میں کیا سبق سیکھا؟یقینی بنائیں کہ اپنی ایڈووکیسی کے سفر میں کسی بھی متعلقہ معلومات کا استعمال کریں۔

7

رفتار پکڑنا

کسی بھی آئیڈیا پر کام میں رفتار بنانے کیلئے سب سے پہلے آپ کچھ جو جانتے ہیں اسے بیان کریں—کہانی سنائیں—اور اپنی تحریک کی اہمیت اور اس پر عمل کرنے کی ضرورت کے بارے میں آگاہی پیدا کریں۔ آگاہی پیدا کرنے کی سرگرمیاں کسی کلاس میں گفتگو سے لے کر قومی مہم تک ہو سکتی ہیں۔ آگاہی پیدا کرنے کا مطلب ہے کہ آپ نے ایڈووکیسی کے سفر کے دوران جو معلومات حاصل کی ہیں انہیں مختلف طریقوں سے پیش کرنا تاکہ لوگ آپ کے اہم پیغامات کو آسانی سے سمجھ سکیں۔ آپ کو لوگوں کو متاثر کرنے اور انہیں عملی اقدامات کی ترغیب دینے کی بھی ضرورت ہے۔ یہ کرنے کے لیے آپ کو اپنے سامعین کو جاننا اور سمجھنا ہو گا۔

جو آپ جانتے ہیں اس کا اظہار اور آگاہی پیدا کرنا

کسی بھی آئیڈیا پر کام میں رفتار بنانے کیلئے سب سے پہلے آپ کچھ جو جانتے ہیں اسے بیان کریں—کہانی سنائیں—اور اپنی تحریک کی اہمیت اور اس پر عمل کرنے کی ضرورت کے بارے میں آگاہی پیدا کریں۔ آگاہی پیدا کرنے کی سرگرمیاں کسی کلاس میں گفتگو سے لے کر قومی مہم تک ہو سکتی ہیں۔ آگاہی پیدا کرنے کا مطلب ہے کہ آپ نے ایڈووکیسی کے سفر کے دوران جو معلومات حاصل کی ہیں انہیں مختلف طریقوں سے پیش کرنا تاکہ لوگ آپ کے اہم پیغامات کو آسانی سے سمجھ سکیں۔ آپ کو لوگوں کو متاثر کرنے اور انہیں عملی اقدامات کی ترغیب دینے کی بھی ضرورت ہے۔ یہ کرنے کے لیے آپ کو اپنے سامعین کو جاننا اور سمجھنا ہو گا۔

اپنے آپ سے یہ سوالات پوچھیں:

- لوگوں کیلئے کیا اہم جو آپ حاصل کرنا چاہتے ہیں؟
- اس مسئلے کی اہمیت کو سمجھنے کے لیے لوگ کیا سننا چاہتے ہیں؟
- یہ پیغام انہیں کس سے سننا چاہیے؟
- آپ انہیں کس طرح شامل ہونے کی ترغیب دینا چاہتے ہیں؟
- کون سی زبان سب سے زیادہ مناسب رہے گی؟

ہماری دنیا کہانیوں پر مبنی ہے، اور آپ مؤثر اور انسانی کہانیوں کا استعمال کر کے اپنے مسئلے کو بیان کر سکتے ہیں اور دوسروں کے ساتھ تعلق قائم کر سکتے ہیں۔ اپنی کہانی کو زیادہ سے زیادہ مؤثر بنانے کے لیے وقت صرف کریں۔ تاہم، زیادہ جارحانہ یا اشتعال انگیز زبان استعمال کرنے سے گریز کریں۔ آپ کو تعمیری بحث شروع کرنے کی کوشش کرنی چاہیے۔

ایک اچھی کہانی کیسے بنتی ہے؟ کسی ایسی کہانی کے بارے میں سوچیں جس نے آپ کو متاثر کیا ہو، چاہے وہ کچھ ہو، آپ کی دادی یا نانی کی سنائی ہوئی کوئی کہانی، آپ کی دیکھی ہوئی کوئی فلم یا انٹرنیٹ کا کوئی میم۔ ان کہانیوں کا جائزہ لیں جو آپ کو متاثر کن لگیں اور جنھوں نے آپ میں جذبات اُبھارے۔

عام طور پر، ایک مؤثر ایڈووکیسی کہانی کیسی ہونی چاہیے:

- اس کا واضح ڈھانچہ ہو، جس میں آغاز، درمیانی حصہ اور اختتام ہو۔
- براہِ راست اور مختصر ہو، اس نکتے پر بات کرے جو آپ اجاگر کرنا چاہتے ہیں۔
- متعلقہ ہو اور ان مسائل پر روشنی ڈالے جو لوگوں کے لیے اہم ہوں۔
- کچھ ذاتی پہلو پیش کرے اور لوگوں کے جذبات سے جڑے، تاکہ وہ آپ اور آپ کی کہانی سے جڑ سکیں۔
- واضح کرے کہ آپ لوگوں سے کیا عمل کروانا چاہتے ہیں۔

جب آپ نے اپنے ہدف کے سامعین کی شناخت کر لی اور اپنی کہانی تیار کر لی، تو آپ لوگوں سے اپنی تحریک کے بارے میں آگاہی بڑھانے کے لیے رابطہ کر سکتے ہیں۔ آپ مختلف قسم کی حکمت عملی آزما سکتے ہیں، جیسے – خطوط لکھنا، مختصر ویڈیوز بنانا، کوئی گیت تخلیق کرنا، تقریریں کرنا یا اجتماعی گفتگو کا اہتمام کرنا۔ احتیاط سے سوچیں کہ آپ کیا ثمرات حاصل کرنا چاہتے ہیں اور اس کے لیے بہترین طریقہ کون سا ہوگا۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ کو معلوم ہے کہ یونیسف کی ویب سائٹ وائسز آف یوتھ میں کہانی سنانے میں آپ کی مدد کے لیے بہترین وسائل دستیاب ہیں؟ آپ کو یہ مواد being a better communicator کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ دیکھیں۔

ایسا مواقع بھی آسکتے ہیں جب آپ کو اپنی بات سامعین کے سامنے باآواز بلند کہنی پڑے۔ لوگ اکثر سمجھتے ہیں کہ اچھے مقررین کو مضبوط اور پرجوش شخصیت کا حامل ہونا چاہیے، لیکن ایسا ہمیشہ نہیں ہوتا۔ اچھے مقررین پراعتماد ہوتے ہیں اور وہ سمجھتے ہیں کہ خود کو ذہین، قابلِ یقین، مخلص اور قابلِ بھروسہ بنا کر کیسے پیش کیا جاسکتا ہے۔ اس بات کے مختلف لوگوں کے لیے مختلف معانی ہو سکتے ہیں، لہٰذا اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا کہ آپ بروبیں (extroverted) ہیں یا دروں بیں (introverted)، ایک اچھے مقرر بننے کے اصول دونوں کیلئے یکساں ہوتے ہیں۔

کوئی بھی مقرر کامل نہیں ہوتا، اور تجربے کے بڑھنے کے ساتھ بہتری آتی ہے۔ آپ ان لوگوں سے سیکھ سکتے ہیں جن سے آپ متاثر ہوتے ہیں، ان کی تقریروں، پریزنٹیشنز اور مذاکرات کی ویڈیوز یا ریکارڈنگ دیکھ کر خود میں بہتری لا سکتے ہیں۔ اپنے دوستوں یا کمیونٹی کے ممبران کے ساتھ اپنی ابلاغی مہارتوں کی مشق کریں، اور ان سے رائے مانگیں کہ آپ کیسے بہتر کر سکتے ہیں۔ آپ آئینے میں اپنے عمل کو دیکھنے یا خود کو ریکارڈ کرنے کی کوشش بھی کر سکتے ہیں۔ اس سے آپ کو اپنی غیر زبانی مواصلات کی عادات کا اندازہ ہوگا، جیسے کہ آپ آنکھ سے رابطہ کیسے برقرار رکھتے ہیں اور کون سے اشارے آپ فطری طور پر کرتے ہیں۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں تاکہ آپ اپنی ایڈووکیسی کا منصوبہ تیار کر سکیں
! YAG ورک پلان کو دیکھیں۔

#کیس اسٹڈی

مارجیانتا،انڈونیشیا (Margianta, Indonesia)

میرا ماننا ہے کہ ایڈ وکیسی ہمیشہ کسی ذاتی کہانی سے شروع ہوتی ہے، چاہے وہ آپ کی اپنی ہو یا آپ کے آس پاس کے لوگوں کی۔ میری فیملی کی کہانیوں نے میری سمجھ بوجھ میں وسعت پیدا کی۔

میں جب بھی تمباکو کنٹرول ایڈ وکیسی پر کام کرتی ہوں، مجھے اپنے دادا یاد آتے ہیں جو دل کا دورہ پڑنے سے انتقال کر گئے۔ میرے دادا کو نکوٹین کی لت تھی، اور انہوں نے اپنے آخری الفاظ میں بھی سگریٹ مانگا تھا۔ میں خاموشی سے اس کہانی کو یہیں ختم ہونے دے سکتی تھی ،لیکن میں نے عملی طور پر کچھ کرنے کا فیصلہ کیا۔

سال 2015 میں، میں نے اپنے دادا کی یاد میں اپنے انڈونیشی نوجوان دوستوں کے ساتھ ایف سی ٹی سی کے لیے یوتھ موومنٹ کا آغاز کیا۔ ہماری تحریک کا مقصد تمباکو کنٹرول پالیسیوں کی حمایت کرنا ہے، تاکہ ہم نوجوانوں کو سگریٹ اور تمباکو کی صنعت کا شکار بننے سے روک سکیں۔ انڈونیشیا میں تمباکو کا مسئلہ صحت کے نقصان سے کہیں بڑھ کر ہے۔ تمباکو کمپنیاں کسانوں اور مزدوروں کا استحصال کرتی ہیں اور ممکنہ تمباکو نوشوں، خاص طور پر نوجوانوں کو سگریٹ نوشی کی طرف راغب کرنے کے لیے گمراہ کن حربے استعمال کرتی ہیں۔

ان حقائق سے واقف ہونے کے بعد یوتھ موومنٹ فار ایف سی ٹی سی نے نوجوانوں کو نشانہ بنانے والی بڑی تمباکو کمپنیوں کی ان چالاک حکمت عملیوں کو بے نقاب کرنے پر توجہ دی۔ ہم لنٹرا انک فاؤنڈیشن (Lentera Anak Foundation) کے تعاون سے نوجوان قیادت میں تحقیق، تربیت، مہم اور ایڈ وکیسی کے فروغ کے ذریعے تمباکو کنٹرول کی پالیسیوں کی حمایت کرتے ہیں۔ ہم نے ایک قومی اعلامیہ حاصل جاری کیا 11,000 خطوط لکھے، 30,000 پٹیشنز تیار کیں، بے شمار مقامی تربیتیں کیں، اور 31 شہروں میں 102 آبادیوں اور ہزاروں نوجوانوں تک مدد اور آگاہی پہنچائی۔

میں نے مختلف کانفرنسوں جیسے کہ 'ون ینگ ورلڈ' اور 'ورلڈ ہیلتھ اسمبلی' میں بھی شرکت کی، جہاں عوامی عہدیداران اور ہالی ووڈ کی مشہور شخصیات نے یہی پیغام دیا کہ 'داؤد گولیتھ کو شکست دینے جا رہا ہے'۔ انڈونیشیا کے نوجوان تمباکو کی ان صنعتوں کے خلاف لڑ رہے ہیں، جو انہیں اس نشے کا عادی بنانا چاہتی ہیں۔ ہم انڈونیشیا میں بڑی تمباکو کمپنیوں کے خلاف نوجوانوں کی قیادت میں کی جانے والی جدوجہد کا چہرہ ہیں۔

ہر چیز ایک کہانی سے شروع ہوتی ہے۔ یہ میری کہانی ہے، اور یہ ابھی جاری ہے۔ آپ کی کہانی کیا ہے؟

تقریبات کا انعقاد

تقریبات معلومات کو شیئر کرنے، دوسروں کے ساتھ نیٹ ورکنگ کرنے اور اپنی ایڈووکیسی کی حمایت کے لیے آئیڈیاز تیار کرنے کا ایک اچھا ذریعہ ہیں۔ تقریبات کسی بھی قسم کی ہو سکتی ہیں، جیسے ٹاؤن ہال میٹنگ، بیک سیل، یا ایک بڑی کانفرنس، اور یہ تقریباً کہیں بھی ہو سکتی ہیں، چاہے وہ براہ راست ہوں یا آن لائن۔ تقریب کے انعقاد کے دوران چند اہم نکات ذہن میں رکھنا ضروری ہے۔

> **آوازِ نوجوان کے وسائل (Voices of Youth Resources)**
> کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی وائسز آف یوتھ ویب سائٹ پر تقریبات کی کامیاب منصوبہ بندی اور میزبانی میں مدد کے لیے بہترین وسائل دستیاب ہیں؟ آپ کو یہ مواد 'ایڈووکسی کا مستحکم بنانا' کے سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ دیکھیں۔

مقصد اور ہدف

کسی تقریب کے انعقاد کا فیصلہ کرنے سے پہلے آپ کو اپنے مقصد کا تعین کرنا ہوگا۔ آپ اس تقریب کے ذریعے کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں؟ کبھی کبھار آپ کا مقصد عمومی ہو سکتا ہے، جیسے صرف معلومات کا تبادلہ، اور دیگر اوقات میں یہ زیادہ مخصوص ہو سکتا ہے، جیسے پالیسی دستاویز کا حصہ بنانے کیلئے مواد طلب کرنا، یا کسی مقصد کے لیے رقم جمع کرنا۔ تقریب کے انعقاد کے پیچھے آپ کی وجوہات اس بات کا تعین کریں گی کہ آپ کون سی سرگرمیوں کی منصوبہ بندی کریں گے، کن لوگوں کو مدعو کیا جائے گا، اور شرکاء سے کیسے بات چیت کی جائے گی۔

شرکاء، حجم اور سرگرمیاں

تقریبات میں بڑا فرق ہو سکتا ہے۔ آپ اپنے گھر میں ایک سادہ سی تقریب رکھ سکتے ہیں یا کسی کمیونٹی ہال میں ایک بڑا اجلاس بلا سکتے ہیں۔ آپ کو ان سرگرمیوں کے بارے میں بھی سوچنے کی ضرورت ہوگی جو تقریب کے دوران کی جائیں گی۔ کیا لوگ صرف کسی مقرر کو سنیں گے، یا آپ چاہتے ہیں کہ وہ زیادہ فعال طور پر مشغول ہوں؟ اس سے پہلے کہ آپ تقریب کی تفصیلات کی منصوبہ بندی شروع کریں اس بات کی واضح سمجھ ہونی چاہیے کہ آپ کس کو مدعو کرنا چاہتے ہیں اور آپ ان سے کیا کروانا چاہتے ہیں۔

انتظامات

تمام تقریبات کے انتظامات کرنے کی ضرورت ہوتی ہیں۔ آپ کو تاریخ اور مقام کا شیڈول بنانا ہوگا، مقررین اور پریزنٹیشنز کا انتظام کرنا ہوگا، مارکیٹنگ کے مواد تیار کرنا ہوں گے، سرگرمیوں کو ترتیب دینا ہوگا، اور اس بات کا فیصلہ کرنا ہوگا کہ کن لوگوں کو مدعو کیا جائے۔ بڑی تقریبات کی منصوبہ بندی کے لیے ایک ٹیم درکار ہو سکتی ہے۔ سب سے پہلے ضروری تفصیلات کی ایک فہرست بنائیں اور پھر مخصوص لوگوں کو کام تفویض کریں۔

تقریب کی میز بانی

میز بانی ایک دلچسپ اور دباؤ والا عمل ہو سکتی ہے۔ یاد رکھیں، سب سے اہم بات یہ ہے کہ توجہ مرکوز رکھیں—آپ کو واضح ہونا چاہیے کہ آپ کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں اور خیالات اور مباحثے کو آگے بڑھانے کے لیے اپنی پوری کوشش کریں۔

ہمیشہ اپنے نوٹس کو دیکھیں جو آپ نے تقریب کی تیاری کے دوران تیار کیے تھے۔ یہ تقریب کی میز بانی کے دوران تمام منصوبہ بند سرگرمیوں کو مکمل کرنے اور مطلوبہ نتائج حاصل کرنے میں آپ کی مدد کریں گے۔

یاد رکھیں کہ ایک اچھے ایڈووکیٹ ہونے اور تقریب کے بہتر میز بان ہونے میں فرق ہے۔ یہ اپنے نیٹ ورکس کو شامل کرنے، ان سے مدد طلب کرنے، اور میز بانی کی کچھ ذمہ داریاں تفویض انہیں تفویض کرنے کا اچھا وقت ہو سکتا ہے۔

کیس اسٹڈی

سانحے کو کامیابی میں بدلنا

منشیات کے استعمال کے نتیجے میں اپنے کزن کی موت دیکھنے کے بعد کوٹ ڈی آئیوائر (Côte d'Ivoire) سے تعلق رکھنے والی لیما بمبا Lima Bamba رکھنے والی لیما بمبا کو منشیات کی لت سے جڑے درد اور مصائب کی سمجھ آئی۔ انہیں معلوم تھا کہ وہ اپنی کہانی شیئر کر کے نشے کے خطرے کے بارے میں آگاہی پیدا کر کے لوگوں کو بچا سکتی ہیں۔ لیما نے چھ سال سے اوپر کے بچوں کے ساتھ بات چیت شروع کی، انہیں منشیات کے بارے میں بتایا اور انہیں آگاہی دی کہ وہ خود کو محفوظ رکھنے کے لیے کیا کر سکتے ہیں۔ انہوں نے یونیورسٹی کے طلباء کے لیے انسداد منشیات ورکشاپس بھی منعقد کیں۔

لیما نے بعد میں 'ایمرجنسی فارٹین ایجرز' ایسوسی ایشن کی بنیاد رکھی، جو منشیات کی لت کے بارے میں آگاہی پیدا کرتی ہے اور بحالی کے عمل میں لوگوں کی نگرانی اور مدد کرتی ہے۔ ایمرجنسی فارٹین ایجرز اب مقامی این جی اوز کے ساتھ مل کر منشیات کے استعمال کے خلاف کام کرتی ہے، اور لیما کی کمیونٹی کے لوگوں کو اہم مدد فراہم کرتی ہے۔ اس ایسوسی ایشن کے ذریعے وہ ایک سے زیادہ لوگوں تک اپنی بات پہنچانے اور اپنی ایڈووکیسی کو مضبوط کرنے کے قابل ہوئی ہیں۔ ان کی کہانی سے اس بات کی اہمیت کو اجاگر ہوتی ہے کہ اسی طرح کے مقاصد کے لیے کام کرنے والی تنظیموں اتحاد قائم کر کے ایک دوسری کی قوتوں اور صلاحیتوں سے فائدہ اٹھا سکتی ہیں۔

میڈیا کے ساتھ روابط قائم کرنا

میڈیا ایڈووکیسی کا ایک طاقتور ذریعہ ہے۔ میڈیا کے ذریعے اپنا پیغام پہنچا کر آپ فیصلہ سازوں، سیاستدانوں اور عام عوام کی رائے کو اپنے حق میں کر سکتے ہیں۔ لیکن میڈیا کیا ہے اور آپ اس کے ساتھ کس طرح رابطہ قائم کر سکتے ہیں؟

ہمارا معاشرہ کبھی کبھار معلوماتی معاشرہ کہلاتا ہے۔ ہر دن، مختلف ذرائع کے ذریعے، معلومات شیئر کی جاتی ہیں تاکہ لوگوں کو آگاہ کیا جا سکے، تعلیم دی جا سکے یا تفریح فراہم کی جا سکے —اور مصنوعات وخدمات فروخت کی جا سکیں۔ میڈیا کے مختلف ذرائع میں انٹرنیٹ، سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، ریڈیو، ٹیلی ویژن، اخبارات کتابیں اور فلم شامل ہیں۔ معلومات اور پیغامات لوگوں تک متن، تصاویر، اینیمیشن، فلم اور آواز کے ذریعے پہنچتے ہیں اور یہ پیغامات صحافی، اشتہاری کمپنیاں اور عام عوام تیار کرتے ہیں۔

صحافی یا رپورٹرز وہ پیشہ ور افراد ہیں جو خبروں کو شواہد کی بنیاد پر حقائق کے ساتھ تیار اور تقسیم کرتے ہیں۔ صحافی سخت پیشہ ورانہ اخلاقیات کے پابند ہیں تاکہ اپنی رپورٹنگ کو درست اور منصفانہ رکھیں اور معلومات جمع کرنے، رپورٹ کرنے اور تشریح کرنے میں دیانت دار اور شفاف رہیں۔

اشتہاری وہ معلومات شیئر کرتے ہیں جو وصول کنندہ کو کسی مصنوعات، خدمت یا نظریہ خریدنے پر آمادہ کرے۔ ان پر بھی اخلاقیات کی پابندی لازم ہوتی ہے کہ وہ جھوٹی معلومات شیئر نہ کریں یا غیر مناسب زبان یا تصاویر استعمال نہ کریں۔

عام عوام وہ سب لوگ ہیں جو رائے رکھتے ہیں اور اسے مختلف ذرائع، بشمول سوشل نیٹ ورکس کے ذریعے ظاہر کرنے کا فیصلہ کرتے ہیں۔

ایک جمہوریت ایک ایسے میڈیا کے بغیر کام نہیں کر سکتی جو آزادانہ طور پر اور اخلاقی حدود و قیود میں اپنے فرائض انجام دے۔ میڈیا لوگوں کو بات کرنے اور اپنی آواز بلند کرنے کا موقع فراہم کرتا ہے، اور ساتھ ہی مقامی، قومی اور عالمی سطح پر ہونے والے واقعات سے آگاہ رہنے کا ذریعہ بھی ہے۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں

اپنے خیالات کو لکھیں، تاکہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی منصوبہ کی تیاری میں مدد مل سکے
!YAG ورک پلان دیکھیں۔

میڈیا کی توجہ حاصل کرنے کے طریقے

صحافیوں کو اپنے اخبارات، ٹیلی ویژن یا ریڈیو پروگرامز کیلئے روزانہ مواد کی ضرورت ہوتی ہے، اور ان کے ساتھ رابطہ قائم کرنا ایڈووکیسی کا ایک اہم حصہ ہے۔ رپورٹرز ہمیشہ اچھے مواد کی تلاش میں رہتے ہیں، اور اگر آپ انہیں ایک موثر کہانی پیش کریں تو آپ ان کی توجہ حاصل کر سکتے ہیں۔اس کے کچھ طریقے درج ذیل ہیں:

رابطے تلاش کریں۔آپ شاید کچھ صحافیوں کے نام جانتے ہوں، لیکن پہلے تحقیق کریں کہ آپ کے موضوع میں کون دلچسپی لے سکتا ہے۔ان کے سوشل میڈیا پروفائل دیکھیں، ان کے مضامین پڑھیں، انہیں فالو کریں، اور اپنے منصوبے کے بارے میں ان سے بات کرنے کیلئے موقع کا انتظار کریں۔ کبھی کبھار، رابطے کا طریقہ یہ ہوتا ہے کہ فون اٹھائیں، نیوز ڈیسک سے رابطہ کریں، انہیں بتائیں کہ آپ کے پاس ایک ممکنہ کہانی ہے اور متعلقہ فرد کے ای میل ایڈریس یا نمبر کو نوٹ کریں۔ آپ خاص طور پر تعلیم، صحت، یا سیاست کے شعبے کے صحافی کے رابطے کی تفصیلات مانگ سکتے ہیں۔ کمیونٹی ریڈیو اسٹیشنز بھی ایک اچھا آغاز ہو سکتے ہیں کیونکہ ان کے صحافی مقامی کمیونٹی کے منصوبوں میں زیادہ دلچسپی رکھتے ہیں۔

رابطہ قائم کریں۔ فرض کریں آپ کا پروجیکٹ تعلیم کے بارے میں ہے، اور وہ صحافی جس سے آپ رابطہ کرنا چاہتے ہیں، اسی موضوع پر خبریں دیتا ہے۔ان سے رابطہ کرنے کا ایک اچھا وقت اسکول کے سال کے آغاز سے چند ہفتے پہلے ہو سکتا ہے، کیونکہ اس وقت وہ ان دنوں کے لیے اچھے مواد کی تلاش میں ہوں گے۔ نیٹ ورکنگ کی طرح صحافیوں کے ساتھ اچھے تعلقات استوار کرنا اور اپنے ایڈووکیسی مسائل کو کور کرنے والے رپورٹرز کے ساتھ رابطہ برقرار رکھنا بھی ضروری ہے۔

کہانی پیش کریں۔آپ کی کہانی کا ایک سادہ اور مختصر خلاصہ (پچ) رپورٹر کی توجہ حاصل کر سکتی ہے:

- پچ کو ایک صفحے یا اس سے کم تک محدود رکھیں اور اس پانچ Ws اور ایک H یعنی کون، کیا، کب، کہاں، کیوں، اور کیسے کا جواب شامل ہونا چاہیے۔ ساتھ ہی بتائیں کہ آپ کا پروجیکٹ کون سا مسئلہ حل کرنے کی کوشش کر رہا ہے، اور یہ کہانی اس وقت کیوں اہم ہے؟

- **انٹرویو دینے والوں کی ایک فہرست**۔ صحافیوں کو انٹرویو کے لیے لوگوں کی ضرورت ہوتی ہے، لہذا، کچھ لوگوں کو صحافی کے سوالات کے جوابات دینے کیلئے تیار کریں۔ان میں آپ یا کمیونٹی کے وہ افراد جنہیں آپ کی ایڈووکیسی مدد دینے کی کوشش کر رہی ہے، شامل ہو سکتے ہیں۔
- **بصری مواد**۔ اگر یہ پرنٹ یا ٹی وی سے وابستہ صحافی ہے، تو انہیں کہانی کو بیان کرنے کے لیے بصری مواد (تصویر یا ویڈیو) کی ضرورت ہو گی۔ سوچیں کہ کیا اچھا بصری مواد فراہم ہو سکتا ہے۔ اگر آپ کا پروجیکٹ صاف ماحول سے متعلق ہے، تو، صحافی اور فوٹو گرافر یا ویڈیو گرافر آپ کی ٹیم کو ساحل یا محلے صاف کرتے ہوئے دکھا سکتے ہیں۔ صرف میٹنگوں کی ویڈیو دکھانا کافی نہیں ہوتا، لہذا زیادہ تخلیقی انداز میں سوچنے کی ضرورت ہے۔اس کے علاوہ کوشش کریں کہ تصویر یا ویڈیو میں آپ کے منصوبے کا نام وغیرہ دکھائی دے۔ یہ کسی انٹرویو دینے والے کو آپ کے منصوبے کے نام یا لوگو پر مبنی ٹی شرٹ پہنا کر بھی کیا جا سکتا ہے۔ اگر آپ کا انٹرویو کیا جا رہا ہے تو صحافی سے گزارش کر سکتے ہیں کہ اسکرین پر آپ کے نام کے ساتھ آپ کا ویب ایڈریس یا فون نمبر وغیرہ بھی دکھائیں۔
- **رابطے کی تفصیلات**۔ اپنی پچ دستاویز کے آخر میں یا شروع میں اپنی رابطے کی تفصیلات شامل کریں، اور یہ نہ بھولیں کہ اپنا فون آن رکھیں اور ای میل کو باقاعدگی سے چیک کریں تاکہ اگر صحافی آپ سے رابطہ کریں تو آپ کو معلوم ہو سکے۔ میڈیا یا صحافت کی ایک اہم خصوصیت رفتار ہے۔ کہانیاں اکثر ایسے وقت میں تیار کی جاتی ہیں جب شیڈول سخت ہوں، لہذا اگر آپ بروقت جواب دیتے ہیں تو اپنی کامیابی کے امکانات بڑھ سکتے ہیں۔

فالواپ کریں: ایک بار جب آپ نے اپنی کہانی پیش کر دی (پچ بھیج دی)، تو چند دنوں میں ای میل یا کال کے ذریعے فالواپ کریں۔ یاد رکھیں کہ بہت زیادہ دباؤنہ ڈالیں۔ صحافیوں کو ہر وقت کہانیاں بھیجی جاتی ہیں، اور ان کے پاس کئی منصوبوں میں سے انتخاب کرنے کا اختیار ہوتا ہے۔ آپ کو ان کے ساتھ خوشگوار تعلق قائم کرنا ہوگا تاکہ اس بات کے امکانات زیادہ ہو سکیں کہ وہ آپ کی ای میل کا جواب دیں یا آپ کی کال اٹھائیں۔ اگر وہ آپ کے خیال کو مسترد کرتے ہیں، تو ان سے وجہ پوچھیں، تاکہ آپ اپنے انداز میں بہتری لا سکیں۔ دوبارہ منصوبہ بندی کریں اور اپنی پچ کو بہتر بنائیں۔

آپ جب چاہیں کوئی مختصر مضمون، اظہاریہ، یا بلاگ پوسٹ لکھ سکتے ہیں اور کوشش کریں کہ اسے کسی اسکول کے نیوز لیٹر، بڑے اخبار، یا آن لائن شائع کیا جائے۔ آپ اپنا پیغام بانٹنے کے لیے پوڈکاسٹ بھی تیار کر سکتے ہیں (اگرچہ اس میں زیادہ وقت اور محنت درکار ہوتی ہے)۔ یا آپ تخلیقی انداز اختیار کر کے اپنی بات شاعری، کہانی نویسی، مزاحیہ خاکوں یا آرٹ ورک کے ذریعے بیان کر سکتے ہیں۔ اہم مقصد یہ ہے کہ آپ کا خیال دنیا تک پہنچے۔ آپ جو بھی انداز اختیار کریں، یقینی بنائیں کہ آپ کا پیغام موثر اور واضح ہو۔

ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کے ذریعے ایڈووکیسی

ڈیجیٹل پلیٹ فارمز – بشمول سوشل میڈیا – خیالات کے تبادلے، آگاہی بڑھانے، وسیع تر حمایت حاصل کرنے، اور اپنے مقصد کے حصول کے لیے رفتار پیدا کرنے کے طاقتور ذرائع فراہم کرتے ہیں۔ جیسے جیسے زیادہ لوگ موبائل فون کے ذریعے انٹرنیٹ تک رسائی حاصل کر رہے ہیں، ڈیجیٹل شمولیت ایک تیز، کم خرچ اور آسان طریقہ فراہم کر رہی ہے جس کے ذریعے آپ زیادہ لوگوں تک پہنچ سکتے ہیں۔ ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کی عالمی رسائی آپ کو دنیا بھر کے لوگوں سے بات چیت کرنے اور ان کے خیالات اور جدوجہد کے بارے میں سیکھنے کا موقع فراہم کرتی ہے، جو آپ کے خیالات سے مختلف ہو سکتے ہیں۔ اس سے تخلیقی صلاحیت کو فروغ ملتا ہے اور ساتھ ہی نوجوانوں کے مابین تعاون اور یکجہتی کے نیٹ ورکس کو مضبوط ملتی ہے۔

ڈیجیٹل پلیٹ فارمز طاقتور ہیں، لیکن انہیں بہت احتیاط کے ساتھ استعمال کیا جانا چاہیے۔ آپ کو ہمیشہ سوشل میڈیا کو شعوری طور پر استعمال کرنا چاہیے، مثلاً، بے مقصد پوسٹس پر گھنٹوں ضائع کرنے یا دوسروں کے ساتھ آن لائن جھگڑوں میں ملوث ہونے سے بچیں۔ یہ بھی یاد رکھیں کہ انٹرنیٹ پر آپ کو جو معلومات ملتی ہیں، ان کی صداقت کو ہمیشہ جانچیں۔ اس بات کو یقینی بنانے کے لیے کہ آپ جو معلومات استعمال اور شیئر کر رہے ہیں وہ قابل اعتبار ہیں، fact-finding والے سیکشن پر ایک نظر ڈال لیں۔

آپ ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کو اپنی ایڈووکیسی بڑھانے کے لیے کیسے استعمال کر سکتے ہیں؟

اپنی تحریک یا تنظیم کے سوشل اور ڈیجیٹل میڈیا اکاؤنٹ بنائیں: آپ اپنے ملک میں مشہور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر اکاؤنٹ بنا سکتے ہیں اور ان کے ذریعے دوسروں کے ساتھ معلومات اور تازہ خبریں شیئر کر سکتے ہیں۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ مضامین، میمز، تصاویر، ویڈیوز یا موسیقی سمیت جو شیئر کریں وہ آپ کے مسئلے سے مطابقت رکھتا ہو، مکالمے کو فروغ دے، اور معتبر ذرائع سے لیا گیا ہو۔

مواد کی تیاری کی حکمت عملی تیار کریں: انٹرنیٹ لوگوں کی توجہ حاصل کرنے کے لیے کافی مسابقت فراہم کرتا ہے، لہذا کچھ منفرد اور تخلیقی بنانے کی کوشش کریں۔ یقینی بنائیں کہ آپ باقاعدگی سے پوسٹ کریں، مواد کو دہرانے سے گریز کریں، اور اس بات پر زیادہ پریشان نہ ہوں کہ آپ کے کتنے فالوورز ہیں۔ وہ 100 فالوورز جو باقاعدگی سے آپ کے ساتھ رابطہ رکھتے ہیں، ان 10,000 فالوورز سے کہیں زیادہ اہم ہیں جو آپ کو نظر انداز کرتے ہیں۔

سوشل لسننگ میں حصہ لیں: آپ اپنے مسئلے کے بارے میں آن لائن ہونے والی گفتگو (مثال کے طور پر ہیش ٹیگ سرچ کر کے) کی تحقیق کر سکتے ہیں تاکہ لوگوں کی رائے اور اس مسئلے کے متعلق ان کے نظریے کو بہتر طور پر سمجھ سکیں۔

ایک ڈیجیٹل مہم ترتیب دیں: اس طریقے سے آپ اپنا پیغام زیادہ لوگوں تک پہنچا سکتے ہیں اور انہیں عملی اقدامات کرنے کی ترغیب دے سکتے ہیں۔ creating a digital campaign سیکشن میں مزید تفصیلات فراہم کی گئی ہیں۔

مل کر کام کریں: زیادہ موثر طریقے سے کام کرنے کیلئے قائم شدہ گروپس یا تنظیموں کے ساتھ تعاون کریں۔

لائیو (براہ راست) بات کریں: بہت سے مشہور پلیٹ فارمز آپ کو 'لائیو' یعنی براہ راست بات کرنے کا موقع فراہم کرتے ہیں تاکہ فوری مکالمہ ہو سکے یا کسی مسئلے کو گفتگو کی جا سکے۔ مثال کے طور پر آپ کسی ساحل یا دریا کی صفائی کے دوران ایک لائیو آن لائن پریزنٹیشن کا اہتمام کر سکتے ہیں، جو مسئلہ سے آگاہ کرے اور کچھ رضاکاروں کا انٹرویو لینے کا موقع فراہم کرے۔

ڈیجیٹل انفلوئنسرز کے ساتھ کام کریں: وہ افراد جن کی سوشل میڈیا پر بڑی فالوونگ اور موثر اثر و رسوخ ہو، انہیں انفلوئنسر کہا جاتا ہے۔ وہ آپ کی ایڈووکیسی پروجیکٹ کو مقبولیت دلانے میں مدد کر سکتے ہیں۔ ایک بار جب آپ کسی ایسے شخص کی شناخت کریں جو آپ کے مقصد کی حمایت کرتا ہو اور آپ کی اقدار کی نمائندگی کرتا ہو، تو آپ ان سے رابطہ کر سکتے ہیں کہ وہ آپ کا مواد شیئر کریں یا ایک مشترکہ پیغام تخلیق کریں۔

ڈیجیٹل پٹیشنز بنائیں : پٹیشنز رسمی درخواستیں ہوتی ہیں جن کے ذریعے تبدیلی کا مطالبہ کیا جاتا ہے اور عام طور پر تنظیموں یا حکومتی رہنماؤں کو بھیجی جاتی ہیں۔ بہت سی ویب سائٹس آپ کو آسانی سے ایک آن لائن پٹیشن بنانے اور شیئر کرنے کی سہولت دیتی ہیں، اور دوسرے لوگ آپ کے موقف کی حمایت کا اظہار کر سکتے ہیں۔ رہنما عام طور پر اس وقت توجہ دیتے ہیں جب بہت سے لوگ کسی پٹیشن پر دستخط کرتے ہیں۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ کی پٹیشن کسی مخصوص فرد یا تنظیم کو مخاطب کرے اور اس میں ایک واضح درخواست شامل ہو، جیسے کہ وزیر تعلیم سے ملک بھر کے تمام اسکولوں میں باغات متعارف کروانے کا مطالبہ کیا جا سکتا ہے۔

ڈیٹا ایکٹوازم میں شامل ہوں : ڈیٹا کسی بھی ایڈووکیسی منصوبے کے لیے طاقتور حمایت فراہم کرتا ہے اور آپ کے موضوع کو نمایاں کرنے میں مدد دیتا ہے۔ یہ ضروری ہے کہ آپ اپنے ایڈووکیسی مسئلے کے متعلق ڈیٹا اکٹھا کریں اور اسے دانشمندی سے اور بروقت استعمال کریں۔ اگر آپ اپنے اعداد و شمار کو سب کیلئے قابل رسائی بنائیں تو دوسروں کو آپ کے ایڈووکیسی پروجیکٹ کے ساتھ اپنی کوششوں کو یکجا کرنے میں بھی مدد مل سکتی ہے۔ مثال کے طور پر، آپ کم قیمت ایئر کوالٹی مانیٹرز کے ذریعے اپنے احول میں فضائی آلودگی کے بارے میں ڈیٹا اکٹھا کر سکتے ہیں اور نتائج کو سوشل میڈیا پر پوسٹ کر سکتے ہیں۔

ای-فنڈ نگ تلاش کریں : بہت سی ویب سائٹس کے ذریعے آپ کی سرگرمیوں کے لیے فنڈز (کراؤڈ فنڈ) جمع کیے جا سکتے ہیں۔ یہ یاد رکھیں کہ آپ کو فنڈز کے استعمال کرنے متعلق شفافیت یقینی بنانی ہو گی اور مدد کرنے والے لوگوں کو پیسے کے مصرف کے متعلق آگاہ رکھنا ہو گا۔

آن لائن اپنی حفاظت کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں، تاکہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی منصوبہ کی تیاری میں مدد مل سکے
YAG! ورک پلان دیکھیں۔

آن لائن اپنی حفاظت کریں

آن لائن مصروفیت کے دوران اپنی حفاظت کرنا ضروری ہے۔ اگرچہ آن لائن ایڈووکیسی اہم ہے، سوشل میڈیا کو ہمیشہ ذمہ داری سے استعمال کریں۔ آن لائن تحفظ کے طریقے درج ذیل ہیں :

- مضبوط پاس ورڈز کے ذریعے اپنے اکاؤنٹس کو محفوظ رکھیں۔ پاس ورڈز کسی کے ساتھ شیئر نہ کریں۔
- لوگوں کے ساتھ مہذب اور ہمدردانہ انداز میں بات چیت کریں، چاہے آپ ان سے متفق نہ ہوں۔
- اپنے ملک کے سوشل میڈیا قوانین کے متعلق جان لیں۔ کئی انفلوئنسرز کو ٹویٹس یا فیس بک پوسٹس پر حراست میں لیا گیا ہے۔
- ان تمام شرکاء کی رضامندی حاصل کریں جنہیں آپ اپنی مہم میں شامل کریں گے؛ وضاحت کریں کہ آپ ان کا ڈیٹا کیوں اور کہاں استعمال کریں گے۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ جو معلومات آن لائن شیئر کرتے ہیں وہ آپ یا کسی اور کو خطرے میں نہ ڈالے، خاص طور پر جب آپ پسماندہ پس منظر کے نوجوانوں اور حساس موضوعات پر کام کر رہے ہوں۔
- اپنی ذاتی معلومات اور ڈیٹا کو محفوظ رکھیں۔ جب آپ مختلف سروسز کے لیے سائن اپ کرتے ہیں تو محتاط رہیں؛ عام طور پر ڈیٹا تیسرے فریق کو فروخت کر دیا جاتا ہے۔
- اچھی طرح سوچ لیں کہ آپ کو اپنی ذاتی زندگی کے بارے میں کیا معلومات دینی چاہئیں۔ کارکنان اور ایڈووکیٹ اکثر آن لائن دوسرے لوگوں کو ہراساں کرنے والوں (جنہیں اکثر ٹرولز کہا جاتا ہے) کے اہداف بن سکتے ہیں۔

وائسز آف یوتھ وسائل (Voices of Youth Resources)

کیا آپ کو معلوم ہے کہ یونیسف کی وائسز آف یوتھ ویب سائٹ پر حفاظت اور تحفظ کے بارے میں بہترین وسائل دستیاب ہیں، اور یہ بھی کہ آپ اپنے ڈیٹا کو کیسے محفوظ رکھ سکتے ہیں؟ آپ کو selfcare as an advocate سیکشن میں ملے گا! ویب سائٹ دیکھیں۔

آن لائن ہراسانی

بدقسمتی سے، آپ کو کچھ آن لائن ہراسانی کا سامنا ہو سکتا ہے۔ اگر ایسا ہو تو، درج ذیل نکات پر عمل کریں:

- پُرسکون رہیں: غصے کو قابو میں رکھیں اور بار بار بحث مباحثے میں نہ پڑیں۔
- اپنے جذبات کا اظہار کریں: واضح کریں کہ آپ کو کون سی بات غلط لگی ہے اور آپ اسے سہہ نہیں سکتے۔ یاد رکھیں کہ آپ کا اختلاف صرف دوسرے شخص کے رویے اور تبصروں سے ہے۔
- دوسروں سے مدد طلب کریں: اپنے خدشات کو خود تک محدود نہ رکھیں۔ اگر آپ اپنے تحفظ کے بارے میں فکر مند ہیں یا کچھ ہوا ہے تو فوری طور پر کسی بھروسہ مند فرد سے بات کریں۔
- رپورٹ کریں: سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر ہراسانی یا تکلیف دہ مواد کی شکایت کرنے کا طریقہ موجود ہوتا ہے۔ اگر کوئی شخص یا شے آپ کو نقصان پہنچائے، تو اسے رپورٹ کریں۔
- رابطہ منقطع کریں: انٹرنیٹ سے وقفہ لیں، خاص طور پر اگر زیادہ وقت آن لائن رہنے سے آپ کی ذہنی صحت پر منفی اثر پڑ رہا ہو۔

#کیس اسٹڈی

ویڈیو کے ذریعے سماجی شعور بیدار کرنا

"کبھی کبھی لوگوں کے پاس کسی بڑی دستاویز کو پڑھنے کے لیے وقت یا توانائی نہیں ہوتی۔ بہت سے لوگوں کو ویڈیو دیکھنا زیادہ آسان لگتا ہے، جو اکثر زیادہ موثر بھی ہوتی ہے۔ یہ آپ کو زمینی حقائق دکھاتی ہے اور آنکھیں کھول دیتی ہے۔ میری ویڈیو نے لوگوں کو بات کرنے پر مجبور کیا، اور جب ان کی دلچسپی بڑھی، تو ان میں مزید جاننے کی خواہش پیدا ہوئی۔"

لوئیس کانگولو کانزا (Louise Kongolo Kanza) جمہوریہ کانگو (Democratic Republic of Congo) میں پیدا ہوئیں اور جنوبی افریقہ میں پلی بڑھیں، جہاں انہیں زینوفوبیا (غیر ملکیوں سے نفرت) کا سامنا کرنا پڑا۔ لوگوں نے ان سے بدسلوکی کی کیونکہ وہ ایک مختلف ملک سے تھیں۔ جب 2017 میں جنوبی افریقہ میں زینوفوبک حملے پھیل گئے، تو لوئیس اور ان کی بہن کو احساس ہوا کہ انہیں اس خوف اور دکھ کے بارے میں شعور بیدار کرنا ہوگا جو روزانہ محسوس کیا جا رہا تھا۔

انہوں نے جنوبی افریقیوں اور غیر ملکیوں کے ساتھ مل کر ایک گروپ بنایا، جس میں انہوں نے اپنی کہانیاں شیئر کرنے کے طریقے سوچے۔ ان کے پاس زیادہ وسائل نہیں تھے، لیکن کسی کے پاس ایک کیمرا تھا، اس لیے انہوں نے زینوفوبک حملوں کے اثرات پر ایک مختصر ویڈیو بنانے کا فیصلہ کیا۔ انہوں نے ایک جلائے گئے گھر میں ایک ویڈیو ریکارڈ کی اور اس کا نام #Singabantu رکھا۔ انہوں نے اپنی ذاتی سوشل میڈیا اکاؤنٹس پر یہ ویڈیو شیئر کی، اور لوگ ان کی کہانی سے بہت متاثر ہوئے۔

یہ ویڈیو بہت مقبول ہوئی اور بعد میں اسے 18 مختلف ممالک میں ٹریس افریقہ (Trace Africa) پر نشر کیا گیا۔ سال 2017 میں، #Singabantu نے اقوام متحدہ کی الائنس آف سیولائزیشنز پلورل پلس ایوارڈ (UN Alliance of Civilizations Plural Plus Award) جیتا، اور لوئیس اور ان کی ٹیم کو زینوفوبیا کے بارے میں شعور بیدار کرنے کے لیے مختلف تقریبات میں مدعو کیا گیا۔ ان تجربات کے بعد لوئیس نے سوفی اے۔ کانزا فاؤنڈیشن (Sophie A Kanza Foundation) کی قیادت شروع کی، جو ان کے کمیونٹی میں اتحاد کے فروغ کیلئے تقریبات منعقد کرتی ہے۔

ڈیجیٹل مہم بنانا

آپ کو اپنی سوشل میڈیا مہمات کو اس طرح سے ترتیب دینا چاہیے کہ وہ بڑے پیمانے پر آپ کیلئے حمایت کے جذبات پیدا کریں اور آپ کے مقصد پر ایک تحریک شروع کرنے کا باعث بنیں۔ سوشل میڈیا مہمات کی نمایاں مثالوں میں FeesMustFall# شامل ہے، جس میں جنوبی افریقہ کے طلباء نے یونیورسٹی کی فیسوں میں کمی کے لیے آواز اٹھائی اور ملک گیر حمایت حاصل کی۔ AfricaMatters# ایک اور مہم ہے جس نے افریقی نوجوانوں کو بااختیار بنانے کیلئے ایک پلیٹ فارم مہیا کیا ہے تاکہ افریقہ کے متعلق بے حسی اور مایوسی کو ختم کیا جا سکے۔

آن لائن اپنی حفاظت کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں، تاکہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی منصوبہ کی تیاری میں مدد مل سکے
YAG! ورک پلان دیکھیں۔

ڈیجیٹل مہم بنانے کے لیے چند نکات یہ ہیں:

- **اپنے اہداف طے کریں:** آپ کو واضح طور پر معلوم ہونا چاہیے کہ آپ اپنی مہم سے کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ اگر ممکن ہو تو اہداف طے کریں، جیسے ''فضائی آلودگی کے بارے میں شعور پیدا کرنا اور 10,000 افراد کو دسمبر تک کار کی آلودگی کو کم کرنے کے لیے ایک پٹیشن پر دستخط کرنے پر آمادہ کرنا۔'' کوشش کریں کہ اہداف کو زیادہ سے زیادہ واضح اور مخصوص بنائیں۔
- **اپنے سامعین کا تعین کریں:** آپ کے سامعین ان افراد یا اداروں پر مشتمل ہونگے، جنہیں آپ اپنے مقصد کو حاصل کرنے کے لیے متاثر کرنا چاہتے ہیں۔ اپنے سامعین کا زیادہ سے زیادہ واضح طور پر تعین کریں اور ان کے بارے میں مزید جانیں۔
- **اپنے کلیدی پیغامات تیار کریں:** اپنے پیغامات اس طرح سے تیار کرنا چاہیے کہ وہ دماغ، دل اور ہاتھوں سے مخاطب ہوں۔ دماغ کو مخاطب کرنے کا مطلب یہ ہے کہ الفاظ، حقائق اور اعداد و شمار کا استعمال کرتے ہوئے اپنی ایڈووکیسی کو سپورٹ کریں۔ دل کو متاثر کرنے کے لیے جذباتی اور ذاتی کہانیاں شامل کریں جو آپ کے سامعین کے لیے اہم ہوں اور وہ ان پر یقین کریں۔ آخر میں، لوگوں کو عملی اقدامات اٹھانے کی ترغیب دیں، تاکہ وہ جان سکیں کہ ان کی شمولیت سے کیا فرق پڑ سکتا ہے۔
- **اپنی حکمت عملی طے کریں:** کون سے مخصوص اقدامات آپ کو اپنے مطلوبہ سامعین تک پہنچنے میں مدد دیں گے؟ کون سا مواد انہیں متاثر کرے گا؟ وہ کون سے پلیٹ فارمز استعمال کرتے ہیں؟ کیا وہ کچھ مخصوص لوگوں کی بات سننے کو ترجیح دے سکتے ہیں؟
- **خطرات کا جائزہ لیں:** یہ سوچیں کہ لوگ آپ کے پیغامات اور مواد پر کس طرح کا ردعمل ظاہر کر سکتے ہیں۔ کیا وہ اسے غلط سمجھ سکتے ہیں یا اس سے ناراض ہو سکتے ہیں؟ اپنے حفاظتی خدشات کو حل کرنے کیلئے منصوبہ بندی کریں۔
- **اہم سرگرمیوں اور وسائل کی نشاندہی کریں:** وہ سرگرمیاں درج کریں جو آپ کی ڈیجیٹل مہم پر عملدرآمد کرنے کے لیے درکار ہوں گی۔ یہ معلوم کریں کہ اس کے لیے آپ کو کیا مالی اور انسانی وسائل کی ضرورت ہوگی۔
- **ٹائم لائن تیار کریں:** فیصلہ کریں کہ آپ کیا کرنے جا رہے ہیں اور کب کریں گے۔ کیا ایسے خاص اوقات ہیں جب لوگ آپ کے مسئلے میں زیادہ دلچسپی لیں گے؟
- **بات چیت کریں اور مباحثے کی جزئیات اور رخ پر قابو رکھیں:** جب لوگ آپ کے پیغامات اور مواد پر ردعمل ظاہر کریں تو ان کے ساتھ مزید بات چیت کریں۔ اپنے حامیوں کا شکریہ ادا کریں اور ان کی تعریف کریں۔ اگر آپ کو لگے کہ ایسا کرنا محفوظ ہے تو ان لوگوں کو جواب دیں جو آپ سے متفق نہیں ہیں اور اس بات کے شواہد پیش کریں کہ آپ کا نقطہ نظر کیوں درست ہے۔

نگرانی کریں اور جائزہ لیں: جیسا کہ پہلے ذکر کیا گیا، نگرانی کا مطلب ہے کہ آپ اپنی ایڈووکیسی کی کوششوں کے اثرات کا مشاہدہ اور پیمائش کریں۔ اگر کوئی طریقہ کار گر نہیں ہو رہا تو سمجھنے کی کوشش کریں کہ کیوں، اور اپنے اقدامات کو مؤثر بنانے کے لیے تبدیلیاں کریں۔ جب آپ اپنی مہم مکمل کر لیں، تو اس کا جائزہ لیں کہ یہ کیسی رہی، کون سی چیزیں کام آئیں اور کون سی نہیں۔ اس کے علاوہ، سیکھے گئے اسباق اور آئندہ کے لیے سفارشات کو بھی دستاویزی شکل دیں۔

وائسز آف یوتھ وسائل (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی وائسز آف یوتھ ویب سائٹ پر بلاگنگ اور ڈیجیٹل ایڈووکیسی کی مہارتیں بڑھانے کے لیے شاندار وسائل موجود ہیں؟ آپ انہیں **being a better communicator** سیکشن میں تلاش کر سکتے ہیں! ویب سائٹ پر ضرور دیکھیں۔

گروپ کمیونی کیشن کی دیگر اقسام

میڈیا اور سوشل میڈیا لوگوں کے ساتھ جڑنے کے سب سے عام طریقے ہیں، لیکن دیگر مواصلاتی پلیٹ فارمز بھی آپ کو رابطہ کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔ خاص طور پر ایس ایم ایس اور واٹس ایپ گروپس لوگوں کو اکٹھا کرنے اور انہیں رابطے میں رکھنے میں مؤثر رہے ہیں۔ آپ کے لیے یہ فائدہ مند ہے کہ آپ اپنا چیٹ گروپ شروع کریں جو دلچسپی رکھنے والے افراد کو باقاعدہ اپڈیٹس اور معلومات فراہم کرے۔

ان گروپس میں بات چیت کرتے وقت اس بات کا دھیان رکھیں کہ متن کے ذریعے بات چیت میں الفاظ کا مطلب کس طرح سمجھا جا سکتا ہے — یاد رکھیں کہ اس میں لوگ آپ کے لہجے اور جسمانی زبان کو نہیں پڑھ سکتے۔ یہ بھی ایک اچھا خیال ہے کہ اپنے گروپ کے لیے واضح اصول بنائیں تاکہ تمام ارکان کو یہ معلوم ہو کہ گروپ میں کیا مناسب ہے اور کس مدعے پر بات کی جا سکتی ہے۔

8

ایڈووکیسی پلان کی تشکیل

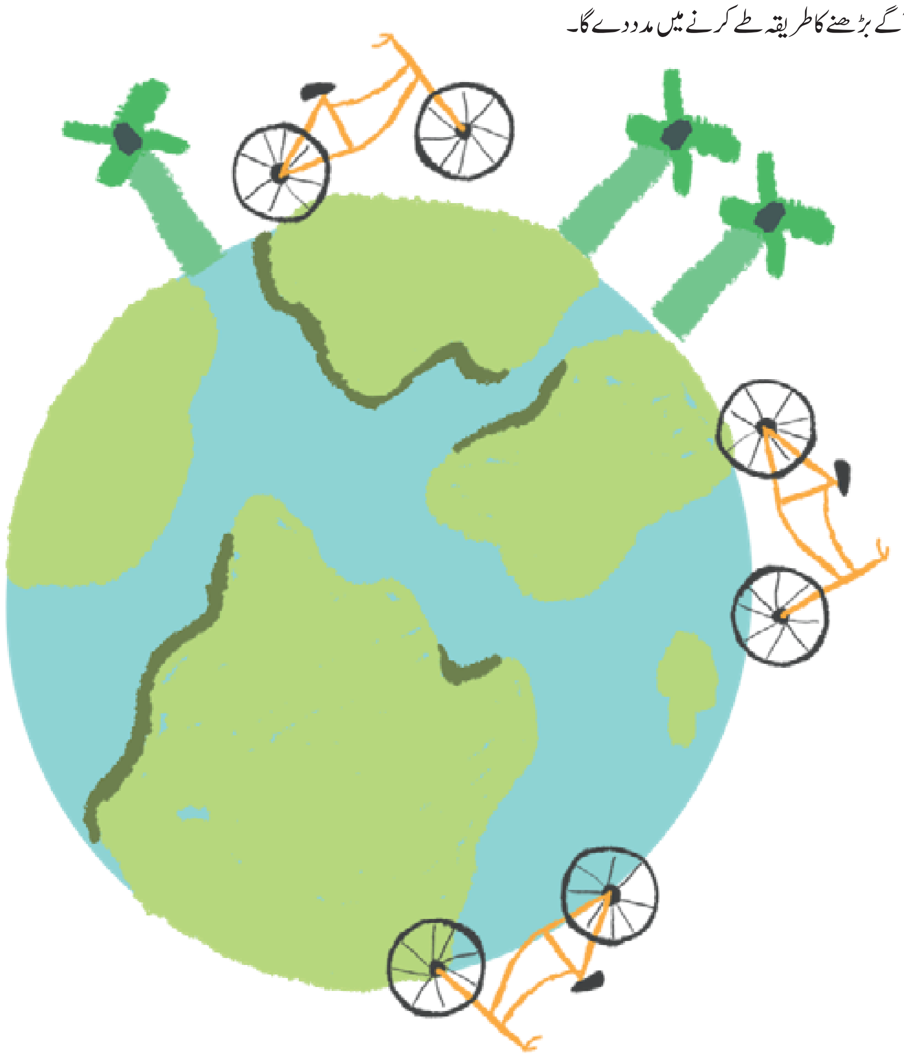
اس مرحلے تک پہنچتے پہنچتے آپ اپنی کاز یا حل طلب مسئلے کو اچھی طرح سمجھ چکے ہوں گے۔ ہمیں امید ہے کہ اب آپ ایک پر جوش آغاز کے لیے تیار ہیں۔ تاہم آغاز سے پہلے ایک ایڈووکیسی پلان تشکیل دے لینا اچھا رہے گا۔ اس پلان کو ترتیب دینے کے لیے آپ کو اب تک جمع کردہ تمام معلومات اور ساتھ ہی ساتھ کچھ اضافی تفصیلات درکار ہوں گی۔

یہ بہت ضروری ہے کہ آپ بالکل آغاز میں ہی اس بارے میں واضح ہوں کہ آپ کے کام کے نتائج اور اثرات کیا ہونے چاہئیں۔ آپ اپنے کام کے نتیجے میں کس تبدیلی کی توقع کر رہے ہیں؟ آپ کی ایڈووکیسی مہم کے اثرات سے مراد وہ طویل مدتی یا حتمی نتیجہ ہے جسے آپ حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ ایڈووکیسی کے واضح اثرات نمایاں ہونے میں کچھ وقت لگتا ہے۔ ممکن ہے کہ آپ کی ایڈووکیسی ختم ہونے کے ایک طویل عرصے کے بعد اس کا کوئی اثر نظر آئے۔ تاہم، اپنے مطلوبہ اہداف کا آغاز ہی میں واضح تعین کر لینا آپ کو آگے بڑھنے کا طریقہ طے کرنے میں مدد دے گا۔

ہو سکتا ہے آپ کو لگے کہ یہ کیا اُلٹی بات ہے کہ آخر سے شروع کریں اور پھر آغاز کی طرف پیش رفت کی جائے، لیکن جو تبدیلی آپ لانا چاہتے ہیں اسے واضح کرنا آپ کو مخصوص سرگرمیاں وضع کرنے میں مدد دے گا جو آپ کو اپنے اہداف کے قریب لے جائیں گی۔ اس سیکشن میں ہم اس پر مزید بات کریں گے۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں، تاکہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی منصوبہ کی تیاری میں مدد مل سکے
YAG! ورک پلان دیکھیں۔



معلومات کو یکجا کرنا

اب باری ہے اپنی جمع کردہ تمام معلومات کا جائزہ لے کر اسے یکجا کرنے کی اور تحریری شکل میں لانے کی۔ اپنی معلومات کو درج ذیل موضوعات کے مطابق ترتیب دے لیں اور، ہر موضوع کے نیچے دیے گئے سوالات پر غور کریں:

بنیادی مسئلہ یا خدشہ:
بنیادی مسئلے کا مختصر جائزہ۔

- بنیادی مسئلہ کیا ہے؟
- یہ ان لوگوں کو کیسے متاثر کر رہا ہے جو آپ کا ہدف ہیں؟
- یہ مسئلہ کیوں اہم ہے؟

سیاق و سباق اور پس منظر:
زیرِ غور صورتحال کی وجہ بننے والے عوامل کا جائزہ اور آپ کے ارد گرد کے سماجی و سیاسی ماحول سے متعلق اہم نکات

- اس مسئلے سے متعلق اب تک کیا اقدامات کیے گئے ہیں؟
- اہم فیصلہ ساز کون ہیں اور آپ ان سے بہتر طور پر کیسے رابطہ کر سکتے ہیں؟
- مختلف لوگوں سے بات چیت کرتے وقت کن حساس پہلوؤں پر غور کرنا چاہیے؟

ممکنہ اتحادی، نیٹ ورکس اور یوتھ پلیٹ فارمز:
وہ مختلف لوگ اور گروہ جن کے ساتھ آپ تعاون کر سکتے ہیں یا جن سے سیکھ سکتے ہیں۔

- ابتدائی مرحلے میں آپ کے ساتھ کام کرنے والے ساتھی کون ہو سکتے ہیں؟ اس باہمی شراکت کے خدوخال کیا ہوں گے؟
- آپ کو کس کی مدد یا تعاون کی ضرورت ہو گی؟ یہ مدد کن شرائط پر دستیاب ہو گی؟

ممکنہ مواقع اور حل:
اس صورتحال کو حل کرنے کے لیے ممکنہ مواقع کا جائزہ۔

- آپ کے پاس تبدیلی لانے کے لیے کون سے خیالات ہیں؟
- کیا ایسے اہم واقعات یا مواقع موجود ہیں جن سے آپ اپنی ایڈووکیسی کو جوڑ سکتے ہیں؟
- آپ فیصلہ سازی کے عمل پر کیسے اثر ڈال سکتے ہیں؟

اہم سرگرمیاں:
اپنے ہدف کو حاصل کرنے کے لیے درکار اہم سرگرمیاں اور وہ اہم افراد جنھیں ان سرگرمیوں میں شامل کیا جانا ضروری ہے۔

- آپ کے مقصد کے لیے وسیع تر حمایت حاصل کرنے کا بہترین طریقہ کیا ہے، اور لوگوں کو اس میں شامل کرنے کے لیے آپ کو کیسے بات چیت کرنی چاہیے؟
- کیا آپ کو اپنے منصوبے کے لیے مالی یا انسانی وسائل کی ضرورت ہو گی؟
- آپ اپنے منصوبے کے لیے مالی تعاون کیسے حاصل کر سکتے ہیں؟

اس مرحلے پر، تحریر کی درستگی کے بارے میں زیادہ فکر نہ کریں۔ سب سے اہم بات یہ ہے کہ اپنے خیالات کو یکجا کریں اور درج بالا اہم اجزاء کا اچھا جائزہ یقینی بنائیں۔ آپ کے پاس تمام سوالات کے جوابات نہ ہوں تو کوئی بات نہیں، لیکن انہیں ذہن میں رکھیں۔

وائسز آف یوتھ ریسورسز (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی "وائس آف یوتھ "ویب سائٹ پر آپ کے ایڈووکیسی منصوبوں کے لیے فنڈ ریزنگ اور بجٹ بنانے سے متعلق راہنمائی موجود ہے؟ آپ یہ معلومات **advocating together** سیکشن میں دیکھ سکتے ہیں۔ ویب سائٹ دیکھیں۔

کیس اسٹڈی

ڈینیئل اور کیری، کیریبین (Danielle and Kerrie, the Caribbean)

ہم کیریبین میں رہتے ہیں جہاں ہر تین میں سے ایک بچہ زیادہ وزن یا موٹاپے کا شکار ہے۔ یہ براعظم امریکہ میں موٹاپے کی سب سے بلند شرحوں میں سے ایک ہے۔

اینٹیگوا میں پروان چڑھنے والی ایک نوجوان لڑکی ڈینیئل کو اپنا وزن بھلا نہیں لگتا تھا۔ اسے اپنے لیے موزوں جسمانی سرگرمیاں تلاش کرنے میں خاصی مشکل رہتی تھی جن سے وہ واقعی لطف اندوز بھی ہو پائے۔ اسے لگتا تھا یہ اس کا قصور ہے اور وہ کھیل کود میں اچھی نہیں ہے، اس کا جسم لچکدار نہیں ہے یا وہ بہت سست ہے۔ ان خیالات کی بدولت آہستہ آہستہ اس نے جسمانی سرگرمیوں سے ایک منفی وابستگی پیدا کر لی–ایسا رویہ صرف ڈینیئل کے لیے ہی نہیں بلکہ کئی لڑکیوں کے لیے ایک حقیقت ہے جو اکثر بلوغت تک جاری رہتی ہے۔

اپنی ماسٹرز کی تحقیق کے دوران ڈینیئل پر یہ انکشاف ہوا کہ جزائر کیریبین میں بچوں کے لیے دلچسپ جسمانی سرگرمیوں کے پروگرام تیار کرنے میں ایک بڑی رکاوٹ یہ تھی کہ نوجوانوں کے پاس ان پروگراموں کو ڈیزائن کرنے اور اپنی زندگیوں کو متاثر کرنے والی پالیسیوں میں بامعنی شمولیت کے مواقع ہی موجود نہیں ہیں۔

بارباڈوس جزیرے پر، سمندر کے اس پار، کیری کو بھی اسی طرح کی جدوجہد کا سامنا کرنا پڑا۔ ایک شرمیلی اور زیادہ وزن والی اس نوجوان لڑکی کی خواہش تھی کہ وہ کیریبین کے صحت کے نظام کو بہتر بنانے میں اپنا حصہ ڈالے۔ لیکن اس میں اعتماد کی کمی تھی اور اسے معلوم نہیں تھا کہ کہاں سے شروع کرنا ہے۔

بالآخر ہم دونوں، ہیلتھی کیریبین کولیشن (HCC) کے چائلڈ ہوڈ اوبیسٹی پریوینشن پروجیکٹ اور اس کی نوجوانوں کی شاخ، ہیلتھی کیریبین یوتھ، کے لیے کام کرنے لگے اور یوں ہمیں صحت عامہ میں بہتری لانے کا موقع مل گیا۔ اب، ہیلتھی کیریبین یوتھ کی سربراہی ہمارے پاس ہے۔ ہماری ایڈووکیسی کا بنیادی مقصد یہ یقینی بنانا ہے کہ کوئی بچہ پیچھے نہ رہ جائے۔ HCC کا ہدف بچوں میں موٹاپے سے نمٹنا ہے جس کے لیے وہ کیریبین سول سوسائٹی تنظیموں اور یہاں کے نوجوانوں کو بااختیار بنا رہا ہے تاکہ وہ ایسی پالیسیوں کے نفاذ کی ایڈووکیسی کر سکیں جو مضبوط شواہد پر مبنی ہوں۔ اور یوں نوجوانوں کی صحت کو بہتر بنایا جا سکے۔

اس ایڈووکیسی کے کام کے ذریعے نہ صرف ہمیں اپنی آواز بلند کرنے کا موقع ملا بلکہ ہم مل کر دوسرے نوجوانوں کے لیے بھی مواقع پیدا کر رہی ہیں تاکہ وہ بھی اپنے مسائل پر بات کر سکیں اور نوجوانوں کے لیے زیادہ متحرک اور صحت مند ماحول کے قیام کے لیے کام کر سکیں۔

مقصد کا حصول: وہ تبدیلی جو آپ دیکھنا چاہتے ہیں!

اب جب کہ آپ نے خوب سوچ بچار کر لی ہے اور تمام معلومات یکجا کر لی ہیں تو یہ ضروری ہے کہ آپ اپنے لیے ایک واضح طویل مدتی ہدف بھی مقرر کر لیں اور یہ بھی کہ آپ اسے کیسے حاصل کر سکتے ہیں– تبھی آپ اس بات کی منصوبہ بندی کر سکیں گے کہ اب اس جانب پیش رفت کیسے کی جائے!

اس سارے عمل کو چھوٹے چھوٹے مراحل میں تقسیم کرنے کے لیے ایک عمدہ تکنیک یہ ہے کہ آپ کے پاس جس قدر معلومات ہے آپ اسے 'امپیکٹ ماڈل' میں پرو لیں۔ جیسا کہ اس کے نام سے ہی ظاہر ہے، امپیکٹ ماڈل کا مقصد آپ کی توجہ دلانا ہے کہ آپ کس طرح کی تبدیلی یا اثر دیکھنا چاہتے ہیں۔ اس بات کے تعین کے بعد پھر یہ ماڈل آپ کو پیچھے کی جانب لاتا ہے اب آپ کے مطلوبہ مقصد یا اثر کو حاصل کرنے کے لیے کون سے وسائل، سرگرمیاں، اور ذیلی اہداف کی ضرورت ہو گی۔

اپنے آپ سے درج ذیل سوالات پوچھیں:

- آپ کن بڑے مقاصد یا اہداف کو حاصل کرنے کے خواہشمند ہیں؟
- آپ کے پروگرام کے اثرات و نتائج (Outcome) یا وہ تبدیلیاں کیا ہیں جو آپ مختصر مدت میں دیکھنے کی امید رکھتے ہیں؟

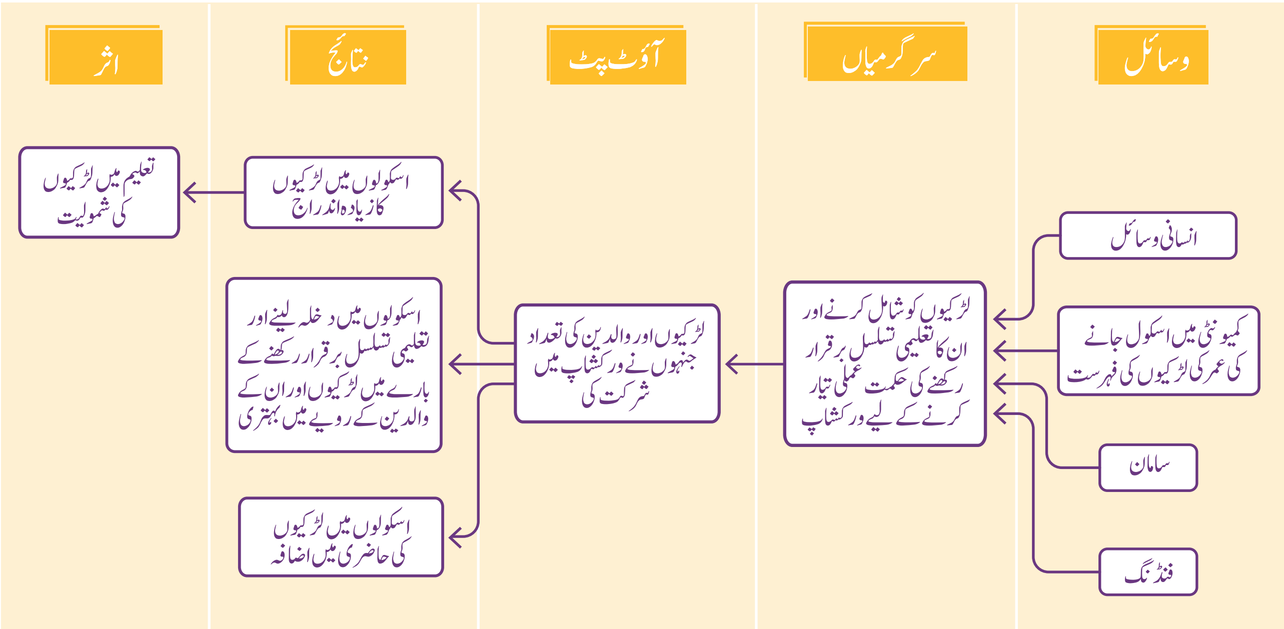
  نتائج و اثرات (Outcomes) وہ فوری یا وسط مدتی اثرات ہیں جو آپ کمیونٹی کی سطح پر دیکھ سکتے ہیں۔ آپ ان کو اپنی پیش رفت کے ذیلی اہداف کے طور پر دیکھ سکتے ہیں۔ یہ آپ کے پروگرام کے براہ راست اثرات ہیں جو آپ کی کمیونٹی میں دیکھے جا سکتے ہیں۔ مثال کے طور پر، آپ کے آؤٹ کمز یہ ہو سکتے ہیں کہ لوگوں کی ایک بڑی تعداد کسی خاص مسئلے کے بارے میں آگاہ ہو جائے یا ان کے رویوں، مہارتوں، علم، یا عادات میں کوئی خاص تبدیلی آئے۔
- آپ کے براہ راست نتائج (Output) کیا ہیں؟

  آؤٹ پٹ سے مراد وہ فوری نتائج ہیں جو آپ کی سرگرمیوں کے ذریعے حاصل ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر، آپ کے منعقد کردہ ورکشاپ یا تربیتی سیشن میں شریک ہونے والے افراد کی تعداد آپ کی سرگرمی کے اثرات یا نتائج میں شامل ہے۔
- آپ کے نتائج و اثرات (Outcome) اور بڑے مقصد یا ہدف کے حصول کے لیے کیا سرگرمیاں کرنا ہوں گی؟
- ان سرگرمیوں کو انجام دینے کے لیے کون سے وسائل (Inputs) درکار ہیں؟

  یہ وہ وسائل ہیں جو پروگرام میں لگائے جاتے ہیں— جیسے کہ فنڈنگ، تربیت، سامان، اور انسانی وسائل۔

آپ کی سرگرمیاں، آؤٹ پٹس، آؤٹ کمز، اور اقدامات ایسے مخصوص طریقوں اور حکمت عملیوں پر مبنی ہونے چاہئیں جو آپ کے طویل مدتی اہداف کے حصول میں مدد فراہم کریں۔ انہیں SMART ہونا چاہیے، جو کہ ایک مخفف ہے جس کا مطلب ہے: مخصوص (specific)، پیمائش کے قابل (measurable)، قابل حصول (achievable)، حقیقت پسندانہ (realistic)، اور بروقت (timely)۔ ایک سمارٹ انڈیکیٹر کو ان تمام

نیچے آپ امپیکٹ ماڈل کی ایک مثال دیکھ سکتے ہیں، جس میں اس ماڈل کے ہر مرحلے کی وضاحت موجود ہے۔ اس مثال میں ہمارا مرکزی ہدف یہ ہے کہ مقامی اسکولوں میں لڑکیوں کی شمولیت میں اضافہ کیا جائے۔ آیئے دیکھتے ہیں کہ اس کے لیے کیا کیا درکار ہوگا:



سب کچھ یکجا کرنا: ایڈووکیسی پلان تحریر کرنا

آپ اپنی جمع کردہ معلومات اور اپنے لیے تیار کردہ اسپیکٹ ماڈل کی مدد سے اب اپنے ایڈووکیسی پلان کا پہلا خاکہ تیار کر سکتے ہیں۔ ایک ایڈووکیسی پلان درحقیقت ایک طریقہ ہے جو آپ کو اپنے کام کو منطقی انداز میں منظم کرنے میں مدد فراہم کرتا ہے۔ اس کے مختلف حصے ہو سکتے ہیں۔ یہ سب اس بات پر منحصر ہے کہ آپ کو اپنے مقصد کے حصول کے لیے کیا درکار ہے۔

مختلف لوگ اپنے کام اور خیالات کو مختلف طریقوں سے منظم کرتے ہیں، اس لیے آپ کو بھی آزادی ہے کہ آپ اپنی تیاری اور منصوبہ بندی اپنی سہولت کے مطابق کر سکیں۔

اگر ابھی آپ اپنی ایڈووکیسی شروع ہی کر رہے ہیں تو عین ممکن کہ آپ کے ذہن میں اپنے اقدامات کا ایک واضح لائحہ عمل موجود نہ ہو۔ تاہم فکر نہ کریں۔ یہ معمول کی بات ہے اور آپ کا منصوبہ وقت کے ساتھ واضح ہوتا جائے گا۔ ایک ایڈووکیسی پلان شاذونادر ہی مقرر یا طے شدہ رہتا ہے — یہ آپ کے سیکھنے کے ساتھ ساتھ تبدیل ہوتا رہتا ہے۔ آپ کو اپنے تجربات کی روشنی میں اس پر بار بار نظرثانی کرنے کی ضرورت پڑتی رہے گی۔ شروع کرنا اور پھر نظرثانی کرنا، دوبارہ غور کرنا اور ایڈجسٹ کرنا، یہ سب معمول کی بات ہے۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں، تاکہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی منصوبہ کی تیاری میں مدد مل سکے
!YAG ورک پلان دیکھیں۔

وائسز آف یوتھ وسائل (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی 'وائس آف یوتھ' ویب سائٹ پر ایڈووکیسی اور اپنی پیش رفت کی نگرانی سے متعلق موضوعات پر راہنمائی موجود ہے؟ آپ یہ معلومات **strengthening your advocacy** سیکشن میں دیکھ سکتے ہیں! ویب سائٹ دیکھیں۔

اپنی سر گرمیوں کی نگرانی کرنا

اپنے ایڈووکیسی پلان پر سوچ بچار اور اسے حتمی شکل دینے کے ساتھ ساتھ اس امر پر توجہ دینا بھی ضروری ہے کہ آپ اپنے پلان پر عملدر آمد کی نگرانی (مانیٹرنگ) اور جائزہ (ایویلو ایشن) کیسے کریں گے۔

نگرانی سے مراد ایڈووکیسی سر گرمیوں کے دوران باقاعدگی سے معلومات جمع کرنا ہے تاکہ کی گئی سر گرمیوں کے اثرات کا جائزہ لیا جا سکے اور یہ فیصلہ کیا جا سکے کہ آیا آپ کو کسی سر گرمی کو سرانجام دیتے ہوئے کچھ مختلف کرنا چاہیے۔ نگرانی کے اس عمل میں لازم ہے کہ آپ امپیکٹ ماڈل میں بیان کردہ مطلوبہ آؤٹ کمز اور آؤٹ پٹس کا جائزہ لیتے رہیں۔ نگرانی سے ہی اس بات کا تعین کرنا ممکن ہو پاتا ہے کہ کوئی پالیسی، پروگرام، یا منصوبہ اپنی پیش رفت کے کس مرحلے میں ہے۔ دوسرے الفاظ میں، یہ صورتحال یا پروگرام کی حیثیت کا 'اسنیپ شاٹ' فراہم کرتی ہے۔

ہو سکتا ہے آپ 'جائزے' سے پہلے ہی واقفیت رکھتے ہوں۔ جائزے سے مراد ایک مرحلہ وار عمل ہے جو عام طور آپ کی ایڈووکیسی پلان کے درمیان یا اس کے اختتام پر کیا جاتا ہے تاکہ یہ معلوم کیا جا سکے کہ آیا آپ نے طے کردہ نتیجہ یا اثر حاصل کیا ہے یا نہیں۔ جائزہ وقت طلب، مہنگا اور مشکل ہو سکتا ہے۔ اس گائیڈ میں ہم جائزے کے موضوع پر تفصیلی بات نہیں کر رہے لیکن اگر آپ کو مزید جاننے میں دلچسپی ہو تو وائس آف یوتھ ویب سائٹ پر اس عمل سے متعلق دیگر مواد موجود ہے۔

آپ اپنے اقدامات پر پیش رفت کا جائزہ لینے کے لیے کون سے چند اشاریے استعمال کریں گے؟

مانیٹرنگ یا نگرانی کوئی بھی کر سکتا ہے۔ اس سے یہ پتہ چلتا ہے کہ آپ کے منصوبے میں کیا چیز اچھی جا رہی ہے اور کیا خرابی درپیش ہے تاکہ آپ اپنی ایڈووکیسی سر گرمیوں کو حسب ضرورت ایڈجسٹ کر سکیں۔ نگرانی کے ذریعے آپ یہ دیکھ سکتے ہیں کہ آپ اپنے وسائل کا استعمال کیسے کر رہے ہیں، اپنی سر گرمیوں کے معیار کا جائزہ لے سکتے ہیں، اور یہ کہ آیا آپ کی سر گرمیاں نتیجہ خیز ثابت ہو رہی ہیں یا نہیں۔ نگرانی کے دوران آپ کو اپنا رویہ لچکدار رکھنا چاہیے اور اپنی سر گرمیوں کو ایڈجسٹ کرنے اور مسائل کو حل کرنے کے لیے تیار رہنا چاہیے۔

آیئے لڑکیوں کی مقامی اسکولوں میں شمولیت بہتر بنانے والی مثال کی مدد سے نگرانی کے عمل کو سمجھتے ہیں۔ آپ کیسے جانیں گے کہ آپ اپنے ہدف کی جانب پیش رفت کر رہے ہیں؟ سب سے پہلے، آپ کو پیش رفت کے ذیلی اہداف کی شناخت کرنی ہو گی جو یہ ظاہر کریں گے کہ آیا آپ کی سر گرمیاں آؤٹ کمز کو حاصل کر پا رہی ہیں۔ مذکورہ مثال میں پیش رفت کے ذیلی اہداف کچھ یوں ہو سکتے ہیں۔ اسکول جانے والی لڑکیوں کی تعداد میں اضافہ، لڑکیوں کی تعلیمی کام میں بڑھتی ہوئی خود اعتمادی، اسکول پالیسی میں تبدیلی، یا اس موضوع کو زیر بحث لانے والے قانون سازوں کی تعداد۔ یہ سبھی ذیلی اہداف قابل

جیسا کہ اوپر ذکر کیا گیا ہے کسی بھی سرگرمی کے آغاز سے پہلے اپنی ایڈووکیسی کی نگرانی کرنے کا منصوبہ بنانا نہایت اہم ہے۔ آپ پہلے دن سے ہی اپنی سرگرمیوں کی نگرانی شروع کر سکتے ہیں۔ اس بات کا لازمی ریکارڈ رکھیں کہ سرگرمیوں کے آغاز سے پہلے کی صورتحال کیا تھی؟ جب منصوبے پر عملدرآمد شروع کر دیں اور اپنی سرگرمیاں انجام دینے لگیں، تو یہ دیکھتے رہیں کہ کیا ہو رہا ہے۔ یہ عمل آپ کو مسلسل اس بات کا جائزہ لینے میں مدد دے سکتا ہے کہ آیا آپ اپنے مطلوبہ نتائج کی جانب پیش رفت کر رہے ہیں یا نہیں۔ اور آیا آپ کا کام اور سرگرمیاں وہ تبدیلیاں لا رہی ہیں جن کی آپ توقع رکھتے ہیں (یا آپ کو اپنے طریقہ کار میں تبدیلی کرنے کی ضرورت ہے)۔

نگرانی کے عمل میں مختلف قسم کی معلومات یا ڈیٹا کو باقاعدگی سے جمع کیا جاتا ہے۔ اپنے طے کردہ ذیلی اہداف کو مدنظر رکھتے ہوئے اپنی سرگرمیوں کے لیے نگرانی کے طریقے منتخب کریں۔

جب آپ اپنے حتمی مقصد کی جانب پیش رفت کے جائزے کے لیے ذیلی اہداف کی نشاندہی کر چکیں گے تبھی آپ اپنے آؤٹ کم (مثلاً اسکول جانے والی لڑکیوں کی تعداد میں اضافہ) کی نگرانی کے طریقہ کار طے کر سکتے ہیں اور ڈیٹا اکٹھا کرنا شروع کر سکتے ہیں۔ آپ مانیٹرنگ کے عمل میں معلومات کیسے اکٹھی کرتے ہیں یہ طے کرنا آپ کی اپنی صوابدید ہونی چاہیے۔ چند مثالیں ہم یہاں پیش کر رہے ہیں، اپنی ہدف کمیونٹی کی ضروریات اور اسٹیٹس کی تصاویر یا ویڈیوز بناتے رہیں اس سے آپ کو ایک مخصوص عرصے میں وہاں آنے والی تبدیلیوں کا پتہ چل سکتا ہے؛ کمیونٹی کے مختلف ارکان کے ساتھ اہم مسائل پر بات چیت کریں؛ یا کمیونٹی میں گھومیں پھریں اور نوٹس لیتے رہیں کہ کہ آپ کے اقدام کی بدولت وہاں کیا چیزیں بدل رہی ہیں۔

چند اہم افراد جن سے مانیٹرنگ کے دوران رابطہ کیا جانا چاہیے:

آپ کی ہدف آبادی ۔ ان سے پوچھیں کہ آیا آپ کی سرگرمیاں ان کی مدد کر رہی ہیں اور کیا انہیں لگتا ہے کہ ان سرگرمیوں میں کوئی تبدیلی کی جانی چاہیے؟

عملہ، رضاکار، اور شراکت دار ۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ ان کی توقعات پوری ہو رہی ہوں اور ان سے بھی پوچھیں کہ کیا کسی چیز کو تبدیل کرنے کی ضرورت ہے؟

کوئی بھی رضاکار یا پروگرام کے شرکاء جو چھوڑ گئے ہوں ۔ ان سے پوچھیں کہ وہ کیوں چھوڑ گئے اور انہیں شامل رکھنے کے لیے کیا کیا جا سکتا تھا۔

اس بات پر غور کریں کہ آپ کو کن سوالات کے جواب چاہئیں اور کس طرح کی معلومات ان سوالات کا بہتر جواب دے سکتی ہے۔ مثلاً آپ کو اپنے منصوبے کے آغاز کے بعد سے سکول میں پڑھنے والی لڑکیوں کی تعداد کا ڈیٹا چاہیے ہو سکتا ہے۔ یہ معلومات آپ کو کون دے سکتا ہے؟ کیا آپ معلومات فراہم کرنے والے کو پہلے سے جانتے ہیں یا ان سے تعلق استوار کرنا ہو گا؟

سب سے اہم بات یہ ہے کہ آپ نگرانی کے ذریعے جمع کی گئی معلومات کو اپنی ایڈووکیسی کے کام کو بہتر بنانے کے لیے استعمال کر سکتے ہیں۔ درج ذیل سوالات پر غور کریں: کیا تھے جن کی آپ کو ضرورت تھی؟ اگر نہیں، تو اس (Input) آپ کے پاس وہ وسائل نے منصوبے پر کیا اثر ڈالا؟ آپ اپنی کوششوں کو بہتر بنانے کے لیے کیا کر سکتے ہیں؟ کیا کوئی غیر ارادی نتائج تھے، مثبت یا منفی؟

ایک اور اہم بات یہ ہے کہ مانیٹرنگ پلان میں آپ کے اپیکٹ ماڈل کے ہر درجے کے لیے ایک سے زائد انڈیکیٹرز اور پیمائشی طریقہ کار ہو سکتے ہیں۔ اسی مانیٹرنگ پلان میں یہ بھی شامل ہونا چاہیے کہ مانیٹرنگ کب کب کی جائے، معلومات کس طریقے سے اکٹھی اور کیسے مرتب کی جائیں، اور جو معلومات ملیں ان کا کیا کیا جائے۔ مثلاً کیا ان کی بنیاد پر پروگرام کے اگلے مرحلے کی جانب بڑھا جائے یا اس سے پہلے کچھ تبدیلیاں کی جائیں، وغیرہ۔

ذیل میں کچھ سوالات اور ان کے جوابات دیے گئے ہیں جن کا مقصد آپ کو مانیٹرنگ کے نکتہ نظر سے سوچنے کی مہمیز دینا ہے۔ اس مقصد کے لیے ہم نے پرائمری اور سیکنڈری سطح کی تعلیم مکمل کرنے والی لڑکیوں کی شرح میں اضافے کی مثال کا استعمال کیا ہے۔ امپیکٹ ماڈل کے ہر درجے کی ایک مثال یہاں بیان کی گئی ہے تاکہ آپ کو اندازہ ہو سکے کہ آپ اپنی مانیٹرنگ حکمت عملی کس طرح ترتیب دے سکتے ہیں۔

آپ کے مانیٹرنگ پلان کے کئی حصے ہو سکتے ہیں۔ ہمارا مشورہ ہوگا کہ آپ آغاز میں اپنے مانیٹرنگ پلان کو سادہ اور آسان رکھنے کے لیے اپنی طے کردہ سرگرمیوں، آؤٹ پٹس، اور اپنے مطلوبہ آؤٹ کمز پر توجہ مرکوز رکھیں۔

	کیا ماپنا ہے؟	کیسے ماپنا ہے؟	کیسے تصدیق کرنی ہے؟
وسائل	انسانی وسائل: آپ کی ٹیم کا وہ عملہ جنہیں والدین/سرپرستوں اور کمیونٹی کی لڑکیوں کے لیے ورکشاپس کے انعقاد کی تربیت فراہم کی گئی ہو۔	عملے میں شامل ان افراد کی تعداد گن لیں جنہوں نے ورکشاپس منعقد کرنے کے بارے میں رسمی تربیت حاصل کی۔	عملہ کو پری اور پوسٹ ٹریننگ سوالنامے دیں تاکہ ان کی ورکشاپ منعقد کرنے کی مہارت کا جائزہ لیا جا سکے۔
سرگرمیاں	ان ورکشاپس کی تعداد جن کا انعقاد اس مقصد کے لیے کیا گیا ہو کہ کمیونٹی میں والدین/سرپرستوں اور لڑکیوں کے ساتھ ربط بڑھایا جائے اور انہیں اسکول میں تعلیمی سلسلہ برقرار رکھنے کے حکمت عملیاں سکھائی جائیں۔	گزشتہ دو ہفتوں میں منعقد کی گئی ورکشاپس کی تعداد گنیں۔	اپنی پروگرام رپورٹس اور ریکارڈز استعمال کریں تاکہ منعقد کی گئی ورکشاپس کی تعداد معلوم کی جا سکے۔
آؤٹ پٹ	ان ورکشاپس میں شرکت کرنے والے والدین/سرپرستوں اور لڑکیوں کی تعداد۔	ان والدین اور لڑکیوں کی تعداد گنیں جنہوں نے آپ کی ورکشاپس میں شرکت کی۔	ہر ورکشاپ میں شرکت کرنے والوں کی تعداد کو ریکارڈ کرنے کے لیے حاضری ٹریکر استعمال کریں۔
نتائج	ان والدین اور لڑکیوں کی شرح جن کے اسکول میں داخلے اور شرکت کے حوالے سے رویے بہتر ہوئے ہیں۔	کمیونٹی میں والدین اور لڑکیوں کی کل تعداد میں سے ایسے والدین اور لڑکیوں کی تعداد کا تعین کریں جن کے رویوں میں لڑکیوں کے اسکول میں داخلے اور تعلیمی تسلسل کے حوالے سے بہتری آئی ہو۔	ورکشاپ سے پہلے اور بعد میں پروگرام سائٹ کے آس پاس کے محلے یا کمیونٹی میں شامل تمام افراد کا سروے کریں اور یہ جانچیں کہ ان کے رویوں میں کیا اور کیسے تبدیلی آئی۔
حتمی اہداف یا اثرات	پرائمری اور سیکنڈری سطح کی تعلیم مکمل کرنے والی لڑکیوں کی شرح	کمیونٹی میں لڑکیوں کی کل تعداد میں سے ان لڑکیوں کی تعداد کا تعین کریں جنہوں نے اپنی پرائمری اور سیکنڈری سطح کی تعلیم مکمل کی۔	کمیونٹی کی تمام ایسی لڑکیوں سے سروے کریں جو پرائمری اور سیکنڈری سطح کی تعلیم کے اہل ہیں۔

یہاں کچھ اضافی سوالات دیے جارہے ہیں جن کی مدد سے آپ اپنے ایڈووکیسی پلان کا جائزہ لے سکتے ہیں اور اسے مزید مؤثر اور بہتر بنا سکتے ہیں:

- اپنے ذاتی تجربات پر غور کریں۔ کیا آپ کی سوچ میں کوئی تبدیلی آئی ہے؟ کیا آپ نے کچھ ایسا سیکھا ہے جس کی وجہ سے آپ اپنی طے شدہ سرگرمیوں میں کوئی تبدیلی کرنا چاہیں گے؟
- سماجی اور سیاسی سیاق وسباق پر دوبارہ غور کریں۔ کیا کوئی عوامل ہیں جو آپ کے منصوبے پر اثرانداز ہو رہے ہوں؟
- آپ کے کام کے لیے کون سے عوامل مددگار ہیں اور کون سی رکاوٹیں ہیں؟
- دیگر ایڈووکیسی کی سرگرمیوں پر نظر ڈالیں۔ کیا کمیونٹی میں کوئی ایسے پروگرام یا منصوبے ہو رہے ہیں جو آپ کے پروگرام کے لیے مددگار ثابت ہو سکتے ہوں یا اس کی راہ میں رکاوٹ بن سکتے ہیں؟ کیا کمیونٹی میں نظر آنے والی کسی تبدیلی کی وجہ وہ پروگرام تو نہیں ہیں؟ کیا آپ نے ان پروگراموں کے قائدین سے باہمی تعاون بڑھانے کے سلسلے میں کوئی رابطہ قائم کیا ہے؟

مقداری ڈیٹا: وہ ڈیٹا جو معروضی ہوتا ہے، جس کی پیمائش کی جاسکتی ہے اور جسے نمبرز اور گراف کے ذریعے بیان کیا جاسکتا ہے؛ معیاری ڈیٹا، وہ ڈیٹا جو موضوعی اور وضاحتی ہوتا ہے اور کسی موضوع یا شے کی خصوصیات اور لوگوں کی رائے کو ظاہر کرتا ہے۔ دونوں قسم کے ڈیٹا آپ کے مقاصد کے لیے مفید ہو سکتے ہیں۔

9

ایڈووکیسی سے آگے بھی سوچیے

یہ بات یاد رکھنا بہت ضروری ہے کہ ایڈووکیسی کوئی ایک تقریب نہیں کہ ہوئی اور ختم ہوگئی بلکہ یہ جینے کا ایک ڈھنگ ہے۔ آپ کس طرح زندگی گزارتے ہیں، آپ کیا فیصلے لیتے ہیں، آپ کی شخصیت کے ان سب پہلوؤں کو آپ کے ایڈووکیسی اصولوں میں جھلکنا چاہیے۔ ایڈووکیسی کے اس سفر میں درپیش چیلنجز سے مغلوب ہونا اچنبھے کی بات نہیں ہے۔ کئی بار تو ان مشکلات کے بیچ راستہ بھی سجھائی نہیں دے گا۔ لیکن ایسے میں طرز زندگی کے انتخاب کی اہمیت کو کم تر گردانا جاتا ہے۔ آپ ہر روز بہت سے فیصلے اور انتخاب کر رہے ہوتے ہیں، آج کیا کھانا ہے، اپنے ارد گرد لوگوں، جانوروں یا ماحول سے کیسا برتاؤ کرنا ہے۔ یہ تمام انتخابات آپ کے اصولوں کی عکاسی کرتے ہیں۔

تبدیلی صرف بڑے پیمانے پر نہیں ہوتی۔ درحقیقت، سب سے اہم تبدیلیاں اکثر بہت مقامی سطح پر ہو رہی ہوتی ہیں۔ آپ کی اپنی زندگی اور آپ کی کمیونٹی میں ہو رہی ہوتی ہیں۔ آپ کے اپنے معمولات زندگی بہت اہمیت کے حامل ہیں۔ تبدیلی چھوٹے چھوٹے مرحلوں میں آتی ہے۔ اس لیے یہ ضروری ہے کہ آپ نہ صرف اپنی ایڈووکیسی کا جائزہ لیں بلکہ ایک شہری کے طور پر اپنے کردار کے بارے میں بھی سوچیں۔ تبدیلی بہت سادہ سی بھی ہو سکتی ہے، مثلاً اپنے ساتھ شاپنگ بیگ لے جانا تاکہ ایک بار استعمال ہونے والے پلاسٹک کو کم کیا جا سکے یا مقامی کسانوں سے کھانے کی اشیاء خرید کر اپنی کمیونٹی کی مدد کرنا۔ کئی بار یہ عمل زیادہ پیچیدہ بھی ہو سکتا ہے، جیسے اپنے تعصبات پر قابو پانا اور دوسرے لوگوں کا نکتہ نظر سمجھنے کے لیے خود کو آمادہ کرنا۔

جہاں ممکن ہو، لوگوں کو خود مثال بن کر دکھائیں۔ یہ تبدیلی کی ایڈووکیسی کرنے کی سب سے طاقتور اور دیرپا حکمت عملیوں میں سے ایک ہے۔ آپ کو خود ویسا کر کے دکھانا ہو گا جیسا آپ دنیا میں ہوتا دیکھنا چاہتے ہیں۔ لہٰذا اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ کا طرز عمل ہمیشہ جو آپ کی اقدار اور آپ کی ایڈووکیسی سے مطابقت رکھتا ہو۔

پیروی کرنا

چلیے فرض کرتے ہیں کہ آپ کی ایڈووکیسی کچھ رنگ لانے لگی ہے۔ اب آگے کیا ہو گا؟ یا اگر آپ ایسے مسئلے پر ایڈووکیسی کر رہے ہیں جس کا حل طویل عرصہ لے سکتا ہے تو اس حل یا تبدیلی کے ہونے تک آپ کیا کریں گے؟ اپنے کام کی پیش رفت کی پیروی کرتے رہنا اہم ہے۔ تاہم اس پیروکاری کی صورتیں مختلف ہو سکتی ہیں جن کا انحصار آپ کی ایڈووکیسی کی نوعیت پر ہو گا۔ مثلاً آپ کس طرح کے لوگوں سے مل رہے ہیں، آپ کس مقصد کے لیے ایڈووکیسی کر رہے ہیں، ان باتوں سے طے ہو گا کہ آپ اپنی ایڈووکیسی کا فالواپ کیسے کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر، اگر آپ کسی پالیسی کی تبدیلی کی ایڈووکیسی کر رہے ہیں تو آپ کو پالیسی سازی کے عمل کے دوران ہر مرحلے سے باخبر رہنا ہو گا۔ کسی پالیسی کا نفاذ ہو جانا ہی کافی نہیں۔ حقیقی تبدیلی کے لیے پالیسیوں پر عملدرآمد بھی یقینی بنانا ہوتا ہے۔ لہٰذا پالیسی نافذ ہو جانے سے آپ کا کام ختم نہیں ہو گا بلکہ اب آپ کو اس پر عملدرآمد کے لیے کاوشیں کرنا ہوں گی۔

جب آپ اپنی ایڈووکیسی مہم کے دوران فیصلہ سازوں کی جانب سے کوئی قدم اٹھائے جانے کے انتظار میں بیٹھے ہوں تو کیا کرنا چاہیے، اس بارے میں ہم یہاں کچھ خیالات آپ کے سامنے رکھ رہے ہیں جو آپ کے لیے مفید ہو سکتے ہیں۔

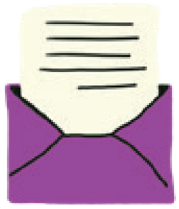
اہم اسٹیک ہولڈرز اور حامیوں سے رابطہ برقرار رکھنا

کامیاب ایڈووکیسی کے لیے ضروری ہے کہ آپ نے دوران ایڈووکیسی جن لوگوں سے رابطے قائم کیے ہیں ان کے ساتھ فالواپ کرتے رہیں۔ اسٹیک ہولڈرز عام طور پر مصروف لوگ ہوتے ہیں جن کا شیڈول بہت سخت ہوتا ہے، اس لیے آپ کو ایسے طریقے تلاش کرنے ہوں گے جو ان کی آپ کے ایڈووکیسی اہداف میں شمولیت کو آسان بنائیں۔ اس کا ایک آسان طریقہ یہ ہے کہ ان کے ساتھ رابطے میں رہیں۔

ایڈووکیسی مہم کے دوران، آپ کو بہت سے لوگ ملیں گے۔ ان کے ساتھ تعلقات قائم کریں اور دیکھیں کہ آپ کس طرح نئے آئیڈیاز پر کام کر سکتے ہیں یا دیگر منصوبوں میں شریک ہو سکتے ہیں۔ مختلف شعبوں میں روابط کا قیام آپ کی آئندہ سرگرمیوں میں بھی مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔ اس موضوع پر مزید رہنمائی کے لیے آپ نیٹ ورکنگ اور اتحاد کا فروغ سیکشن کو دیکھ سکتے ہیں۔ ذیل میں بھی کچھ مشورے دیے جا رہے ہیں جن سے آپ استفادہ کر سکتے ہیں:

جب آپ کسی تقریب میں جائیں یا ممکنہ شراکت داروں سے کہیں ملاقات ہو تو ان کی رابطہ تفصیلات، فون نمبر، ای میل یا سوشل میڈیا ہینڈل وغیرہ، لازمی حاصل کریں۔ دوسری صورت یہ ہو سکتی ہے کہ آپ ان سے ان کا بزنس کارڈ مانگ لیں۔

اپنے رابطوں کو کسی جگہ ترتیب سے نوٹ کر لیں، چاہے کاغذ پر یا کمپیوٹر اسپریڈشیٹ کی صورت (Spreadsheet) میں۔ اپنے نوٹس میں یہ بھی شامل کریں کہ آپ کہاں ان سے ملے، ان سے کیا بات چیت ہوئی اور مستقبل میں آپ دونوں کیسے تعاون کر سکتے ہیں۔



جس دن آپ کسی سے ملاقات کریں، اگلے دن ایک شکریہ کا پیغام بھیجیں اور یقینی بنائیں کہ ان کے پاس بھی آپ کی رابطہ تفصیلات پہنچ جائیں۔

اپنے ایڈووکیسی کے سفر کے دوران وقتاً فوقتاً اس فہرست کا جائزہ لیتے رہیں اور جہاں کسی شراکت داری کا امکان ہو تو متعلقہ فرد سے رابطہ کریں۔

آخر میں، اس بات کو یقینی بنائیں کہ ایسا کوئی بھی فرد جس نے آپ کی ذرا سی بھی مدد کی ہو، اسے فیڈبیک ضرور دیتے رہیں۔ اپنے تمام روابط بشمول آپ کے ساتھی یا آن لائن ہمدردوں کو اپنی پیشرفت سے آگاہ رکھنا نہایت ضروری امر ہے۔

آپ کو لگے گا جیسے یہ کاموں کی ایک لمبی فہرست ہے، خاص طور پر جب آپ کا نیٹ ورک آپ کی ایڈووکیسی کے کام کے ساتھ بڑھتا جائے گا۔ آپ سوچیں گے کہ اپنے نیٹ ورک کے سب لوگوں سے کیسے رابطے میں رہا جائے؟ آپ اپنی ترجیحات طے کر کے ان سے رابطے میں رہ سکتے ہیں۔ آپ کو عام طور پر ایک وقت میں سب لوگوں سے رابطہ کرنے کی ضرورت نہیں ہوگی۔ بلکہ آپ اپنے فالواپ کے اوقات کو ایک شیڈول میں ترتیب دیں، تاکہ آپ مختلف لوگوں کے ساتھ آسانی سے رابطے میں رہ سکیں۔

پیش قدمی کا سلسلہ جاری رکھنا

جوں جوں آپ کا ایڈووکیسی کا کام پھیلتا رہے گا توں توں آپ کا نیٹ ورک بھی وسیع ہوتا رہے گا۔ ایسے میں سب کو ساتھ ساتھ انگیج رکھنا خاصا مشکل کام لگتا ہے۔ آپ ان تمام روابط کے ساتھ فالواپ کیسے کر سکتے ہیں؟ اپنی ترجیحات مقرر کر کے۔ عام طور پر، آپ کو ایک ہی وقت میں سب کے ساتھ رابطہ کرنے کی ضرورت نہیں ہوگی۔ اس کے بجائے، آپ اپنے فالواپ کو ایک شیڈول کی صورت میں ترتیب دے سکتے ہیں تاکہ مختلف لوگوں کے ساتھ عملی انداز میں رابطے برقرار رہ سکیں۔ اگر آپ کی کسی موضوع پر ایڈووکیسی نتیجہ خیز رہتی ہے، مثلاً کسی پالیسی کا نفاذ ہو جاتا ہے یا کسی تبدیلی کو عملی جامہ پہنانے کا فیصلہ کر لیا جاتا ہے، تو آپ کو فیصلہ سازوں کے ساتھ فالواپ کرنا ہوگا تاکہ یہ یقینی بنایا جا سکے کہ وہ اپنے کہے پر عملدرآمد بھی کریں۔ ان کے کام میں اپنی دلچسپی ظاہر کرنے کے لیے انہیں کال کریں یا خط لکھیں اور اگلے مراحل کے لیے انہیں اپنی مدد کا یقین دلائیں۔ یاد رہے کہ آپ کو بار بار ایڈووکیسی پلاننگ سیکشن میں جا کر اپنے مرکزی ہدف اور ذیلی اہداف کا جائزہ لیتے رہنا ہوگا۔ بعض اوقات یہی کام نہایت اہم ہوتا ہے کہ آپ کسی پالیسی میں تبدیلی کی پیش رفت یا اس میں روڑے اٹکانے والوں کے بارے میں لوگوں کو آگاہ کرتے رہیں۔

فیصلہ سازوں کے ساتھ فالواپ میں وقت لگ سکتا ہے، اس لیے اپنی ایڈووکیسی ٹیم کی بھی ذمہ داری لگائیں کہ وہ اس عمل میں آپ کا ہاتھ بٹائیں۔ جیسے جیسے آپ کا کام بڑھتا جاتا ہے تو اپنی ٹیم میں دیگر لوگوں کو کام تفویض کرنے اور ذمہ داریاں بانٹنے کی مہارتیں بھی سیکھنا ضروری ہو جاتا ہے۔ اگر فالواپ کی ذمہ داری ٹیم کے ساتھ بانٹ لی جائے تو یہ محنت طلب کام کم رہ جاتا ہے اور باہمی تعاون سے سرانجام دی گئی خوشگوار سرگرمی زیادہ لگنے لگتا ہے۔

10

تبدیلی کے علم بردار
کے طور پر اپنی ذہنی صحت کا خیال رکھنا

ایک نوجوان ایکٹوسٹ کے طور پر کام کرنا جہاں بہت فائدہ مند ثابت ہو سکتا ہے وہیں یہ آپ کی جذباتی اور ذہنی صحت پر بھاری بھی پڑ سکتا ہے۔ ایڈووکیسی کے سفر میں جن عمومی چیلنجز کا نوجوانوں کو سامنا کرنا پڑتا ہے ان میں دباؤ، پریشانی، غصہ، ندامت، مایوسی، مغلوب ہونے کی کیفیت، موٹیویشن کا فقدان، تھکاوٹ، اور بے بسی کی کیفیات شامل ہیں۔ یہ سب معمول کے جذبات ہیں! لیکن بعض اوقات ان سے نمٹنا خاصا مشکل ہو سکتا ہے۔

ہر نوجوان کا ایسے جذبات سے نمٹنے کا تجربہ مختلف ہو سکتا ہے۔ کبھی کبھی آپ کو ایسا محسوس ہو سکتا ہے کہ آپ پر جذبات حاوی ہو رہے ہے اور انہیں سنبھالنا نا ممکن ہے۔ کبھی آپ کو لگ سکتا ہے کہ آپ ان جذبات سے نمٹ سکتے ہیں، لیکن وہ ہمیشہ آپ کے ذہن میں رہتے ہیں اور آپ کو پریشان کرتے ہیں۔ اس لیے خود کو یہ باور کرانا بہت ضروری ہے کہ آپ کے پاس داخلی اور خارجی مہارتیں، سمجھ بوجھ اور سپورٹ کی آپشن موجود ہیں جنہیں آپ مدد اور بہتر محسوس کرنے کے لیے استعمال کر سکتے ہیں۔

نوجوان کارکنوں اور ایڈووکیٹس کے طور پر لازماً آپ دوسروں کے مسائل، مشکلات اور تکلیفوں کے بارے میں حساس ہوتے ہیں۔ لوگوں کے لیے ہمدردی رکھنا آپ کی سب سے بڑی طاقت ہو سکتی ہے۔ آپ کے لیے دوسروں کی دیکھ بھال آسان ہو سکتا ہے، لیکن اپنی ضروریات کو جاننا اور اپنی دیکھ بھال کرنا مشکل محسوس ہو سکتا ہے۔ لیکن یاد رہے کہ دوسروں کی دیکھ بھال میں صرف کی گئی توانائی اور اپنی دیکھ بھال کے درمیان توازن برقرار رکھنا آپ کے کام اور آپ کی ذات کی بھلائی کے لیے بہت اہم ہے۔ اس باب میں اپنے جذبات بشمول دباؤ کی کیفیت کو سمجھنے، مدد طلب کرنے، اور مدد کے ذرائع کے بارے میں معلومات شامل ہیں۔

بہت سے نوجوان لوگوں کو یہ بیان کرنے کے لیے کہ وہ کیسا محسوس کر رہے ہیں الفاظ نہیں ملتے۔ گھبرایئے مت آپ اکیلے نہیں ہیں!

ذہنی صحت اور ایڈووکیسی کے بارے میں مزید گہرائی سے جاننے اور ذہنی صحت سے متعلق تعریفات کے لیے دیکھیں: 'A Global Youth Mental Health Adovacy Toolkit (Orygen) Staying Resilient While Trying to Save the World: A Well-Being Workbook for Youth Activists' (Amnesty International)

اپنے جذبات کا خیال رکھنا

بہتر جسمانی اور ذہنی صحت کے حصول کے لیے اپنے جذبات کی شناخت کرنا اور انہیں سنبھالنا آنا چاہیے۔ اسے جذباتی نظم و ضبط بھی کہا جاتا ہے۔ ایسا کرنے کے کچھ طریقے درج ذیل ہیں:

اپنے ساتھ باقاعدگی سے چیک ان کریں

آپ کیسا محسوس کر رہے ہیں یہ سمجھنے کی مہارت حاصل کرنا اپنے جذبات کو سنبھالنے کی طرف پہلا قدم ہے۔ ہر روز کچھ وقت اپنے آپ سے یہ پوچھنے کے لیے نکالیں کہ آج میں نے کون سے جذبات محسوس کیے؟ اس ہفتے میرے سب سے عام تین جذبات کون سے تھے؟ اس بارے میں سوچیں کہ آپ نے کیسا محسوس کیا؟ اچھا یا برا؟ اور ان عوامل کی شناخت کریں جو آپ کو برا یا اچھا محسوس کرنے پر ابھارتے ہیں۔

اپنے آپ کو یاد دلاتے رہیں کہ تمام جذبات قابل قبول ہیں

اپنے جذبات کو قبول کرنا اور انہیں نظرانداز نہ کرنا نہایت ضروری ہے۔ یاد رکھیں کہ مختلف طرح کے جذبات محسوس کرنا عین معمول اور صحت مندانہ شے ہے۔ تاہم، کبھی کبھار کچھ جذبات منفی خیالات کا سبب بنے لگتے ہیں جس سے آپ کی ان جذبات سے نمٹنے کی صلاحیت متاثر ہوتی ہے۔ اس قسم کی منفی سوچوں کو ری فریم کرنا یعنی انہیں ایک مختلف زاویے سے دیکھنا ان سے چھٹکارا حاصل کرنے میں مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔ ایسا کرنے کی کچھ مثالیں درج ذیل ہیں

منفی سوچ	منفی جذبات کو نئی ترتیب دینا
ناخوشگوار جذبات مجھے کمزور بناتے ہیں۔	اپنے مشکل جذبات کا سامنا کرنے کے لیے ہمت اور طاقت چاہیے ہوتے ہیں۔
میرے جذبات دوسرے لوگوں کے جذبات جتنے اہم نہیں ہیں۔	میرے جذبات بھی اتنے ہی درست ہیں جتنے دوسرے لوگوں کے۔
دوسرے لوگ توقع رکھتے ہیں کہ میں ہر وقت مثبت رہوں۔	یہ ایک غیر حقیقی توقع ہے؛ منفی یا مشکل جذبات بھی عین انسانی جذبات ہیں۔
میں اپنے منفی اور مشکل جذبات کا سامنا نہیں کر سکتا/سکتی۔	میں ان جذبات سے نمٹنے کے لیے مثبت راستے ڈھونڈ سکتا/سکتی ہوں۔ میرے پاس ان سے نمٹنے کے وسائل موجود ہیں۔

پریشانیوں کو مات دینے کے لیے مثبت سوچ اپنائیں

جب آپ منفی یا مشکل جذبات سے دوچار ہوں تو ضروری ہے کہ آپ ایسے مثبت اور محفوظ طریقے تلاش کریں جو آپ کو ان سے نکلنے میں مدد دیں۔ ایسے کچھ آئیڈیاز درج ذیل ہیں:

- موسیقی سننا
- اپنی پسندیدہ فلم یا ٹی وی شو دیکھنا
- صحت مند کھانے کھانا
- کسی دوست سے بات کرنا
- کسی قابل اعتماد شخص سے گلے ملنا
- کسی قابل اعتماد بڑے سے مشورہ لینا
- جسمانی ورزشیں کرنا
- آن لائن اسکرین کو کم وقت دینا

ایک اور سرگرمی یہ ہے کہ تین ایسی چیزیں لکھیں جو آپ کو لطف اور خوشی دیتی ہوں اور اپنی زندگی میں ایسے تین افراد کا ذکر کریں جو ہمیشہ آپ کو اچھا محسوس کرنے میں مدد کرتے ہیں۔ جب آپ کو لگے کہ آپ کسی مشکل سے گزر رہے ہیں تو ان سے رجوع کریں۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں

اپنے خیالات کو لکھیں، تاکہ آپ کو اپنے ایڈووکیسی منصوبہ کی تیاری میں مدد مل سکے
YAG! ورک پلان دیکھیں۔

احترام کے ساتھ اپنی ضروریات اور خواہشات کا اظہار کریں

دنیا بھر سے نوجوانوں تبدیلی کے علم برداروں اور کارکنان سے ملنے والے فیڈ بیک میں یہ بات مشترک پائی گئی ہے کہ کبھی کبھی "نہیں" کہنا یا اپنی کسی ضرورت کے لیے کچھ مانگنا مشکل کام ہوتا ہے۔ درحقیقت، مضبوطی سے بات کرنا ایک ایسی مہارت ہے جسے سیکھا جا سکتا ہے، اور کسی بھی دوسری مہارت کی طرح آپ اس کی مشق کرتے رہیں تو اس میں بہتر ہوتے جاتے ہیں۔ ایک نوجوان کارکن اور ایڈووکیٹ کے طور پر آپ میں یہ صلاحیت ہوسکتی ہے کہ آپ اپنے خیالات کو واضح انداز میں بیان کرسکیں اور مختلف مسائل پر یا دوسروں کے لیے کوئی اسٹینڈ لے سکیں۔ ذیل میں کچھ تجاویز دی جارہی ہیں کہ آپ انہی مہارتوں کو اپنی ضروریات کے بارے میں بات کرنے کے لیے کیسے استعمال کرسکتے ہیں

- اس بات پر غور کرنے کے لیے وقت نکالیں کہ آپ کیا چاہتے ہیں اور آپ کو کس چیز کی ضرورت ہے، بجائے اس کے کہ آپ فقط یہی سوچتے رہیں کہ دوسرے لوگ آپ سے کیا چاہتے ہیں۔
- اپنی گفتگو میں صیغہ متکلم استعمال کریں۔ اپنی خواہشات یا ضروریات کے بیان کے لیے بات "میں" یا "میری" سے شروع کریں:
  - "میری تشویش یہ ہے کہ..."
  - "میں سوچتا ہوں کہ..."
  - "میں محسوس کرتا ہوں کہ..."
  - "جب میں..."
  - "مجھے ضرورت ہے کہ..."
  - "میں چاہتا ہوں کہ..."
  - "مجھے امید ہے کہ..."

قطعیت سے بات کرنا ایک ایسا رویہ ہے جس میں ہم اپنے جذبات، خیالات اور عقائد کو دوسروں کے حقوق کی خلاف ورزی کیے بغیر ایک واضح اور ایماندارانہ طریقے سے بیان کرتے ہیں۔

- "نہیں" کہنا سیکھیں یہ سیکھنا کہ کب اور کیسے "نہیں" کہنا ہے، اپنے آپ کا خیال رکھنے کا ایک اہم طریقہ ہے۔ "نہیں" کہنا مشکل ہو سکتا ہے۔ یہاں کچھ خیالات اور جملے ہیں جو اس ضمن میں آپ کے لیے کارآمد ثابت ہو سکتے ہیں :
  - دوسروں کو یہ بتائیں کہ وہ اہم ہیں، لیکن آپ خود بھی اہم ہیں :
  - "میں اس بات کو قدر کی نگاہ سے دیکھتا/دیکھتی ہوں لیکن شکریہ مجھے اس کی ضرورت نہیں ہے۔"
  - "مجھے آپ کا خیال ہے لیکن میں یہ نہیں کر سکتا/سکتی۔"
  - "مجھے احساس ہے کہ یہ آپ کے لیے موزوں ہے، لیکن مجھے یہ درست نہیں لگ رہا۔"

  - متبادل تجویز ضرور دیں، لیکن یقینی بنائیں کہ اس میں آپ کا بھی بھلا ہو :
  - "آج میرے پاس وقت نہیں ہے، لیکن شاید چند ہفتوں بعد ہم یہ کر سکتے ہیں؟"
  - "مجھے یہ مناسب نہیں لگ رہا، آپ فلاں سے پوچھ لیجیے؟"
  - "میں ابھی فلاں کام نہیں کر سکتا/سکتی، لیکن اگر ہم کچھ اور کر لیں تو کیسا رہے گا؟"

دباؤ کو نمٹنا سیکھیں

روزمرہ کی زندگی میں بہت سے تجربات یا واقعات سٹریس یا دباؤ کا سبب بن سکتے ہیں۔ بڑے واقعات کا دباؤ بھی ظاہر ہے زیادہ ہوتا ہے۔ گھبرائیے مت آپ اکیلے نہیں ہیں۔ ہر شخص اپنی زندگی میں کسی نہ کسی وقت دباؤ کا سامنا کرتا ہے، اور مختلف طریقے آپ کو اس سے مثبت انداز میں نمٹنے میں مدد دے سکتی ہیں۔

جیسا کہ اوپر ذکر کیا گیا ہے، اپنے ساتھ چیک ان کرنا ایک اچھا آغاز ثابت ہو سکتا ہے۔ ذرا توقف کریں اور سوچیں کہ اس ہفتے آپ کو سٹریس دینے والی تین سب سے بڑی چیزیں کیا تھیں؟ اس ہفتے آپ کو سٹریس کم کرنے میں مدد دینے والی تین سب سے اہم چیزیں کیا تھیں؟ آپ دباؤ سے بچ نہیں سکتے، لیکن آپ اپنی زندگی میں توازن برقرار رکھنے کی کوشش کر سکتے ہیں۔

یہ پہچاننا بھی مفید ہو سکتا ہے کہ دباؤ آپ کے جسم اور دماغ کو کس طرح متاثر کرتا ہے :

- جذباتی علامات میں غمگیں یا الگ تھلگ محسوس کرنا یا اچانک شدید خوف، شدید پریشانی، یا شدید موڈ کی تبدیلیاں شامل ہو سکتی ہیں۔
- جسمانی علامات میں دل کی دھڑکن کا تیز ہونا، تیز سانس لینا، پسینہ آنا، سر درد، متلی یا الٹی، بھوک کا ختم ہونا، یا وزن میں بڑی تبدیلیاں شامل ہو سکتی ہیں۔
- رویے کی علامات میں الجھنا، یا اچانک غصے کا اظہار کرنا، خود کو نقصان پہنچانا، منشیات، الکحل یا تمباکو نوشی کی زیادتی، دوستوں یا خاندان سے دوری اختیار کرنا، نیند کے اوقات میں تبدیلی، یا شخصیت میں غیر معمولی تبدیلیاں شامل ہو سکتی ہیں۔
- ذہنی/شعوری علامات میں تیز رفتار خیالات، توجہ مرکوز کرنے میں ناکامی، یادھندلا سوچنا شامل ہو سکتا ہے۔

سکون بخش مشقیں

آہستہ مگر گہری سانسیں لینا جسم کو پرسکون کرنے کے سب سے آسان اور تیز ترین طریقوں میں سے ایک ہے۔ خاص طور پر جب آپ زیادہ دباؤ محسوس کر رہے ہوں یا شدید مشکل جذبات کا سامنا کریں تو یہ مشق بہت مفید رہتی ہے۔ یہاں ایک سانس لینے کی مشق کی ویڈیو کا لنک دیا گیا ہے جو آپ کی رہنمائی کے لیے مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔ اس ترکیب کو مشکل لمحوں کے لیے اپنے پاس رکھیں۔ عالمی ادارہ صحت (WHO) کی اس مختصر ویڈیو میں بھی ایک ایسی تکنیک پیش کرتی ہے جو مددگار ثابت ہو سکتی ہے:

- اپنی آنکھیں بند کریں اور آرام دہ انداز میں بیٹھیں۔
- اس بات پر غور کریں کہ آپ کیسا محسوس کر رہے ہیں اور کیا سوچ رہے ہیں۔
- رک جائیں اور تین آہستہ اور گہرے سانس لے کر اپنے جسم سے ربط بحال کریں۔
- اپنے مختلف حواس کو بروئے کار لاتے ہوئے اپنے ارد گرد کے ماحول کو دوبارہ پرکھیں—آپ کیا دیکھ رہے ہیں، آپ کیا سن رہے ہیں، آپ کیا سونگھ پا رہے ہیں، آپ کی زبان پر ذائقہ کون سا ہے، اور آپ کیا محسوس کر رہے ہیں؟

(اگر اس دوران آپ کو ناخوشگواری کا احساس ہونے لگے، تو ذرا وقفہ کر لیجیے یا رک جایئے اور دوبارہ سے شروع کر لیجیے۔ اس مشق کو صحیح طریقے سے کرنے اور اس سے استفادہ کرنے کے لیے اسے بار بار دہرانے کی ضرورت ہو سکتی ہے، لیکن اس کی پریکٹس کرتے رہیں۔)

دباؤ سے نمٹنے میں مدد کے لیے مزید عملی مہارتوں کے لیے، عالمی ادارہ صحت (WHO) کی اشاعت 'Doing What Matters in Times of Stress: An Illustrated Guide' دیکھیں۔
اس گائیڈ میں بیان کردہ اپنی مدد آپ کی تکنیکوں پر عمل کرنے کے لیے آپ کو دن میں چند ہی منٹ چاہیے ہوں گے۔ آپ ان تکنیکوں کو اکیلے بھی استعمال کر سکتے ہیں اور آڈیو مشقوں کے ساتھ ملا کر بھی استعمال کر سکتے ہیں۔

کیس اسٹڈی

انجلی، انڈیا

ذہنی صحت سیاسی معاملہ ہے۔ میں نے یہ بات کمیونٹی ورک کے تجربات اور ذہنی صحت کے مسائل سے صحت یاب ہونے کے تجربے سے سیکھی ہے۔ ایک ایسے ذہنی صحت کے پیشہ ور کارکن کے طور پر جسے خود بھی ذہنی صحت کے مسائل کا تجربہ رہا ہو، مجھے کافی مشکلات کا سامنا رہا ہے۔ شروع شروع میں میرا خیال تھا کہ ہماری ذہنی صحت کی ذمہ داری صرف ہماری اپنی ہی ہوتی ہے۔ تاہم، چار سالہ کمیونٹی ورک اور ایڈووکیسی کے تجربات سے گزر کر مجھے احساس ہوا کہ ایسا نہیں ہے۔ صحت کی سہولیات، سماجی تحفظ، انصاف ملازمت، اور تعلیم تک رسائی جیسے بنیادی حقوق کی فراہمی ہی ان مسائل سے صحت یابی کا راستہ ہے۔ ہماری حکومتوں کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ یہ حقوق ہمیں فراہم کریں۔

نو سال کی عمر سے چائلڈ لیبر کا شکار ایک نوجوان لڑکی کا کہنا تھا کہ "ہم سٹریس کے بارے میں سوچ بھی نہیں سکتے، ہمارے لیے تو زندہ رہنا ہی ایک جدوجہد ہے۔ میں اپنی فیملی کی مدد کرنے کے لیے پیدا ہوئی ہوں۔" میں نے سوچا کہ کوئی قانون تو ہوگا جو اس بچی کو غربت کے جال سے نکالنے اور اس کے نسل در نسل چلے آ رہے ٹراما کو حل کرنے میں مدد دے سکتا ہو۔ لیکن پھر مجھے خیال آیا کہ قوانین تو صرف اس جیسے بچوں کو اپنے خاندان سے چھین کر بچوں کی دیکھ بھال کے اداروں کے سپرد کر دینے کا کام ہی کر سکتے ہیں۔ اور دیکھ بھال کے ادارے بھی کیا وہ محض نوعمروں کا قید خانہ ہی تو ہیں۔

یوں مجھ پر یہ حقیقت آشکار ہوئی ہوا کہ ہمارے قوانین کتنے ناقص ہیں بلکہ پورا نظام ہی۔ میں جذباتی ہو کر اپنی ایڈووکیسی کے چکر میں اس بچی اور اس کے مسائل کے پسِ منظر کو یکسر نظر انداز کر کے قانون کی مدد لینے پر تل جاؤں تو الٹا اس بچی کو نقصان ہوگا۔ اس کے والدین اسے کام پر نہیں لگانا چاہتے تھے بلکہ در حقیقت وہ دیکھ بھال کرنے والے اور محبت کرنے والے لوگ تھے۔ مگر وہ بھی بے بس تھے۔ اس مخمصے نے پہلی بار مجھ پر یہ بات عیاں کی کہ اخلاقیات بھی سیاہ و سفید کے مانند درست اور غلط نہیں ہوتی اس میں بھی کتنے ہی گرے ایریاز ہیں۔ اس واقعے سے مجھے یہ سمجھنے میں مدد ملی کی کسی فرد کی ضروریات اور زندگی کے فیصلے کرنے کا اختیار کسے ہونا چاہیے۔ پھر اس خاندان کی رضامندی اور تعاون سے ایک فیلڈ آؤٹ ریچ پروگرام کے ذریعے میری تنظیم نے بچی کے دونوں والدین کو بہتر روزگار کے مواقع فراہم کیے اور انہیں اور انہیں قومی تعلیمی پروگرام کے تحت لڑکیوں کے لیے مفت تعلیمی مواقع کے بارے میں آگاہ کیا۔ یوں میں اس کی کچھ مدد کر پائی۔

میرے لیے ایڈووکیسی کا مطلب ہے کہ لوگوں کی آوازوں کو توانا بنایا جائے اور ان کے لیے پائیدار و شراکتی مواقع پیدا کیے جائیں۔ میں اس بات پر نہایت شکر گزار اور پرعزم محسوس کرتی ہوں کہ وہ کمیونٹیز جن کے ساتھ ہم کام کرتے ہیں وہ ہم پر بھروسہ کرتی ہیں۔

V

وائسز آف یوتھ وسائل (Voices of Youth Resources)

کیا آپ جانتے ہیں کہ یونیسف کی Voices of Youth ویب سائٹ پر اپنی دیکھ بھال اور اپنی ضروریات کے اظہار سے متعلق کچھ نہایت مفید راہنما مواد موجود ہے جسے آپ **Self care as an advocate** کے سیکشن میں ملاحظہ کر سکتے ہیں! ویب سائٹ دیکھیں۔

اس بات کا تعین کرنا کہ کب آپ کو مدد کی ضرورت ہے

یہ تسلیم کرنا کہ آپ کو مدد کی ضرورت ہے ایک پریشان کن خیال ہو سکتا ہے۔ لیکن ایسا کرنا ہمت اور طاقت کی علامت ہے۔

یاد رکھیں: لازمی نہیں ہے کہ آپ کسی بریکنگ پوائنٹ تک پہنچ کر ہی مدد مانگیں۔ آپ اس سے پہلے بھی مدد طلب کر سکتے ہیں۔

ذیل میں آٹھ نشانیاں دی گئی ہیں جو اس بات کی علامت ہیں کہ آپ کو اپنے جذبات کو سنبھالنے یا اپنی ذہنی صحت سے متعلق مدد کی ضرورت ہے:

- بستر سے نکلنے میں دشواری یا ہر وقت تھکن محسوس کرنا۔
- دوستوں یا ضروری کاموں سے دور رہنا اور انہیں نظرانداز کرنا۔
- معمول کی سرگرمیوں میں دلچسپی ختم ہونا۔
- توجہ مرکوز کرنے میں دشواری ہونا۔
- چڑچڑے پن کا سامنا کرنا۔
- تقریباً ہر روز اور دن کے زیادہ تر وقت اداسی چھائے رہنا۔
- اپنے آپ کو نقصان پہنچانے کے خیالات یا احساسات ہونا، یا یہ محسوس کرنا کہ زندگی کا کوئی مقصد نہیں ہے۔
- مذکورہ بالا میں سے کسی بھی علامت کو چند ہفتوں سے زائد مسلسل محسوس کرنا

مدد تلاش کرنا

ذہنی وجسمانی صحت مندی تبھی ممکن ہے جب آپ اس کے حصول کے لیے مسلسل کوشاں رہیں۔اس سلسلے میں یہ جاننا بھی نہایت ضروری ہے کہ اگر آپ کو مدد کی ضرورت پڑے تو آپ کہاں سے مطلوبہ مدد حاصل کر سکتے ہیں۔یادرکھیے کہ آپ تنہا نہیں ہیں۔ایڈووکیسی کے اس سفر میں مختلف سپورٹ سٹرکچر اور طریق ہائے کار آپ کی معاونت کے لیے میسر ہیں۔مفید معلومات اور وسائل پر مبنی ٹول کٹ مشکل وقت سے نمٹنے میں آپ کی معاون ہو سکتی ہے۔

جب آپ کو چاہیے ہو:

- تسلی: تو کسی ایسے دوست سے بات کریں جس پر آپ اعتماد کرتے ہیں۔
- رہنمائی: تو کسی ایسے بالغ سے رجوع کریں جس پر آپ اعتماد کرتے ہیں۔
- سپورٹ: تو کسی کمیونٹی لیڈر یا اپنی کمیونٹی میں کسی ایسے شخص سے بات کریں جو آپ کی مدد کر سکتا ہو۔
- نقطہ نظر: تو ایسے نوجوان لوگوں کے ساتھ بات چیت کریں جو اسی طرح کی صورتحال سے گزر رہے ہوں۔

اگرچہ مدد طلب کرنا مشکل تجربہ ہو سکتا ہے، لیکن دوسرے لوگوں سے مدد کا حصول آپ کی زندگی میں مثبت تبدیلیاں لا سکتا ہے۔اگر آپ اس بارے میں کورے ہیں اور نہیں جانتے کہ مدد کیسے مانگنی ہے یا اپنی ضرورت کو کیسے بیان کرنا ہے، تو درج ذیل مثالوں کو آزمانے کی کوشش کریں:

- **جب آپ نہیں جانتے کہ آپ کو کس چیز کی ضرورت ہے**: میں یہ محسوس کر رہا/رہی ہوں .... میں نہیں جانتا/جانتی کہ کیا پوچھوں، لیکن مجھے لگتا ہے کہ مجھے کچھ مدد کی ضرورت ہے۔کیا ہم اس (دن/وقت) اکٹھے بیٹھ کر کچھ دیر بات کر سکتے ہیں؟
- **جب آپ خود کو پھنسے ہوئے محسوس کرتے ہیں**: میں مشکل میں ہوں۔کیا ہم (تاریخ/وقت) مل سکتے ہیں؟ مجھے اس مشکل سے نمٹنے میں آپ کی مدد حاصل کر کے اچھا محسوس ہوگا۔
- **جب آپ اس بارے میں بات نہیں کرنا چاہتے**: میں بری حالت میں ہوں لیکن میں اس بارے میں بات کرنے کے لیے تیار نہیں ہوں۔میں آپ کے ساتھ گفتگو کرنا/کوئی سرگرمی کرنا چاہتا/چاہتی ہوں تاکہ میرا دھیان بٹ سکے۔
- **جب آپ کو کسی تعلق کی ضرورت ہو**: کیا آپ (تاریخ/روزانہ) مجھ سے رابطہ کر کے میرا حال چال دریافت کر سکتے ہیں؟

★ میں ٹھیک نہیں ہوں۔کیا آپ ہر صبح مجھے ٹیکسٹ کر کے ہیلو کہہ سکتے ہیں؟ یہ میرے لیے اچھا رہے گا۔

★ ارے دوست، میں کچھ دنوں سے اداس ہوں۔کیا ہم روزانہ سونے سے پہلے کچھ دیر سنیپ چیٹ کر سکتے ہیں/ایک دوسرے کو سیلفی بھیج سکتے ہیں، صرف حال چال پوچھنے کے لیے؟

★ میں اداس ہوں۔کیا ہم سیلف کیئر فرینڈز بن سکتے ہیں؟ ہم دن میں ایک بار ایک دوسرے کو ٹیکسٹ کر کے پوچھ سکتے ہیں کہ آپ نے اپنی دیکھ بھال کے لیے کیا کیا؟ کیا آپ اس بارے میں کوئی اور آئیڈیا دے سکتے ہیں؟

★ میں نے خود کو الگ تھلگ کر لیا ہے۔کیا ہم ہفتے میں چند بار ایک دوسرے کا حال چال پوچھ سکتے ہیں؟

★ کیا آپ ہماری کوئی پسندیدہ یاد شیئر کر سکتے ہیں یا کوئی ایسی بات ہی یاد دلا دیں جو اچھے وقتوں کی نشانی ہو؟

اس مواد کے لیے سان ڈیلن فنچ کا شکریہ

آپ کی ذاتی ریسورس لسٹ

آپ کو اپنی زاتی دیکھ بھال کے سامان (Selfcare toolkit) میں اضافی وسائل کی ضرورت رہے گی۔ اپنے ارد گرد کچھ گروپس اور ایسی مددگار تنظیمیں ضرور تلاش کریں، جن سے آپ مدد لے سکیں۔ (مدد کی ضرورت پڑنے سے پہلے ہی انہیں تلاش کر لیں۔)

ان وسائل کی کچھ مثالیں درج ذیل ہیں:

- ہیلپ لائنز: مقامی، صوبائی، قومی، اور بین الاقوامی ہیلپ لائنز کے فون نمبرز یا ویب ایڈریسز تلاش کریں جو ذہنی اور جسمانی صحت کے فروغ کے لیے کوشاں ہوں۔
- سپورٹ گروپس: مختلف گروپس کی رابطہ تفصیلات تلاش کریں جہاں سے سپورٹ کے لیے کوئی ساتھی مل سکے۔ یہ گروپس آن لائن بھی ہو سکتے ہیں اور آف لائن بھی۔
- ویب سائٹس: اپنے پاس ایسی تنظیموں کی فہرست رکھیں جو ذہنی صحت پر کام کرتی ہیں۔ ان کی ویب سائٹ کی معلومات لازماً اپنے پاس رکھیں۔
- سوشل میڈیا: ایسے اکاؤنٹس کو فالو کریں جو روزانہ بنیادوں پر حوصلہ افزائی والا مواد شائع کرتے ہوں۔ ساتھ ہی ساتھ ایسی تنظیموں کے اکاؤنٹس کو بھی فالو کریں جو ذہنی صحت اور بہبود کے لیے کام کرتی ہوں۔
- پیشہ ور گروپس: اپنے ہم خیال گروپس میں شامل ہوں جہاں سے آپ کو اپنی تحریک اور مہم کے لیے حمایت میسر آ سکے۔ ایسے گروپس آپ کے برے وقت میں آپ کی ڈھارس بھی بندھا سکتے ہیں۔
- ذہنی صحت کے پیشہ ور کارکنان: مشکل وقت میں ذہنی صحت کے ماہر سے مشورہ کریں۔

اپنے کام کی منصوبہ بندی کریں ◄

اپنے خیالات کو لکھیں، تاکہ آپ کو اپنے ایڈوکیسی منصوبہ کی تیاری میں مدد مل سکے
!YAG ورک پلان دیکھیں۔

11

کیا آپ کہیں اٹک سے گئے ہیں؟

ایڈووکیسی کے مختلف مراحل کے دوران آپ کو رکاوٹوں، الجھن، یا ماند جذبوں کا سامنا کرنا پڑ سکتا ہے۔ مایوس نہ ہوں۔ یہ اس عمل کا ایک عام حصہ ہے، اور اکثر ایسے ہی لمحات میں آپ بہترین سبق سیکھتے ہیں۔

مدد حاصل کریں: کسی ایسے شخص کو تلاش کرنے کی کوشش کریں جس سے آپ بات کر سکیں اور خیالات کا تبادلہ کر سکیں—ایک دوست، سرپرست، والدین، استاد، یا ساتھی۔ اپنے لیے مدد اور حوصلہ افزائی اہم چیزیں ہیں۔ اس لیے کسی کے ساتھ رابطہ قائم کرنے کی کوشش کریں۔

یاد رکھیں کہ آپ اکیلے نہیں ہیں: کبھی کبھی آپ وہ پہلے شخص ہوں گے جو دوسروں کے لیے ایک راستہ بنائیں گے، اور یہ ایک تنہا کر دینے والا تجربہ بھی ہو سکتا ہے۔ یاد رکھیں کہ دنیا بھر کے نوجوانوں نے اسی طرح کے کام انجام دیے ہیں اور اسی طرح کے چیلنجوں کا سامنا کیا ہے۔ دوسروں کی کہانیاں پڑھیں، اپنی جیسی مثالیں تلاش کریں، اور دیکھیں کہ دوسروں نے اپنے حالات کو کیسے سنبھالا۔ اپنی مقامی کمیونٹی میں یا کسی آن لائن گروپ میں مختلف پلیٹ فارمز پر نوجوانوں کے ساتھ جڑیں اور خیالات کا تبادلہ کریں۔ جب آپ یہ کریں گے، تو آپ اپنے مسائل کے تخلیقی اور جدت پر مبنی حل تلاش کر پائیں گے۔

سب کچھ خود کرنے کی کوشش نہ کریں: آپ کسی مقصد کے مرکزی محرک کے طور پر کام کر سکتے ہیں، لیکن آپ سپر ہیومن نہیں ہیں اور سب کچھ اکیلے نہیں کر سکتے۔ اپنے ذمے بہت زیادہ کام لے کر برن آؤٹ ہو جانا بہت آسان ہے۔ اس لیے اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ اپنے مقصد کے ساتھ ساتھ اپنے آپ کا بھی خیال رکھیں۔ ایسے لوگوں کی ٹیم بنانا شروع کریں جو آپ کو اپنے اہداف حاصل کرنے میں مدد دے سکیں۔ یاد رکھیں، ہر کسی کے پاس مختلف مہارتیں اور صلاحیتیں ہوتی ہیں، اور ایک ٹیم کے ساتھ کام کرنے سے آپ کام کا بوجھ تقسیم کر سکتے ہیں اور ایڈووکیسی کے عمل میں زیادہ مؤثر طریقے سے شامل ہو سکتے ہیں۔

دستیاب وسائل اور لوگوں کی طرف رجوع کریں: آپ کے ایڈووکیسی کے سفر کے دوران مدد کرنے کے لیے بہت سے وسائل موجود ہیں۔ وائسز آف یوتھ (Voices of Youth)، انٹرنیٹ آف گڈ تھنگز (Internet of Good Things)، اور دیگر پلیٹ فارمز کو دیکھیں تاکہ حوصلہ افزائی اور رہنمائی حاصل کر سکیں۔ ایسی تنظیموں کی تلاش کریں جو آپ سے متعلقہ شعبے پر کام کرتی ہیں تاکہ باہمی اشتراک اور دیگر نوجوانوں کے ساتھ تعاون کے مواقع میسر آ سکیں۔

12

چند آخری گزارشات

عزیز قارئین...

عزیز قارئین

ہمیں ایک اور اعتراف کرنے دیجیے۔ بات یہاں ختم نہیں ہو رہی۔

اگر آپ اس مقام تک پہنچ گئے ہیں، تو آپ نے محسوس کیا ہو گا کہ ایڈووکیسی ایک مسلسل عمل ہے۔ جیسے ہی آپ سوچتے ہیں
کہ آپ کا کام مکمل ہو گیا ہے، ایک نئی شروعات ہو جاتی ہے۔ اس سفر کے دوران، آپ کے کام کے نتیجے میں کچھ شاندار
تبدیلیاں دیکھنے کو ملیں گی، لیکن یاد رکھیں کہ نشوونما یا بڑھوتری ایک عمل ہے اور اس میں وقت لگتا ہے۔

جب آپ مستقبل کا سوچتے ہیں تو آپ کو بہادری کے ساتھ بڑے اقدامات کرنے ہوں گے اور یہ یاد رکھیں عین ممکن ہے کہ
آج جن پالیسیوں کی ہم بات کر رہے ہیں ان کے نتائج بر آمد ہونے تک اگلی نسل تیار ہو چکی ہو۔

مضبوط رہیں، صبر کریں، یاد رکھیں کہ آپ اکیلے نہیں ہیں، اور جان لیں کہ آپ دنیا بھر کے نوجوانوں کی ایک شاندار نسل کا
حصہ ہیں، جو تیار ہے اور قیادت کر رہی ہے۔

تخلیقی ٹیم، یوتھ ایڈووکیسی گائیڈ 2018

اعترافات 2022

سال 2020 سے، یونیسف کی نوجوانوں کی ترقی اور شمولیت (AD AP) ٹیم نے یونیسف ہیڈکوارٹرمیں ASU کے ساتھ شراکت کی تاکہ AstraZeneca کے نوجوان صحت پروگرام کی مدد سے گائیڈ کو ترتیب دیا جا سکے، تاکہ یہ دنیا بھر کے نوجوانوں کے لیے موزوں ہو۔

سال 2018 کی اصل گائیڈ کی مضبوط بنیادوں پر تعمیر کرتے ہوئے اور ایک عالمی سروے کے نتائج سے مدد لیتے ہوئے، اینٹیگوا، بارباڈوس، برازیل، بلغاریہ، کولمبیا، انڈیا، انڈونیشیا، فلسطین، سینٹ لوشیا اور وینزویلا کے نوجوان نمائندوں نے مواد کو بہتر کرنے اور اس میں اضافہ کرنے کے لیے مل کر کام کیا۔ ہم ان افراد کے کام اور تعاون کی بڑی قدر کرتے ہیں: کیری بارکر، ایلجاندرو ڈیلی، نٹالی اسماعیل، و نیشئیس گیبی، ڈیوڈ ہینری، ڈیلیان مانولوف، انجلی سنگلا، مارگیانٹاسوراحمان، اور ڈینیئل والوین۔ مزید یہ کہ ہمارے جائزہ لینے والے: کرسٹیبل نٹونڈونیونگیسا، البین ٹیہنگو، اور SAIIA ٹیم جن کی قیادت ڈیزائر کوسیولک کے ہاتھ میں تھی۔

ہم ان یونیسف ٹیموں کا شکریہ ادا کرتے ہیں جنھوں نے گائیڈ کی اپ ڈیٹ کے لیے کام کیا اور تکنیکی جائزے اور مشورے فراہم کیے۔ ان میں مریم الگوی، مارسی لیوی، کاتارزینا پاوبلچک پیٹسے ناکیل، نادیہ سامی-جیکبز، چنٹل بوئیسن، مالویکا منوج، ٹائلر ڈریٹن، جو آن لی، لیلیانا کارواجل، جو آنالائی، اور تنوی جین شامل ہیں۔ ہم کلیر او کینے اور سارہ واٹس کا بھی شکریہ ادا کرتے ہیں جنھوں نے ذہنی صحت کے سیکشن کا جائزہ لیا۔

ہم پاولو چیمپگنا اور ایلینا پینٹی کے شکر گزار ہیں جنھوں نے یوتھ ایڈووکیسی گائیڈ کو ڈیزائن کیا اور نخنگے وانجیرو کی شاندار تصاویر کے لیے بھی شکریہ۔ ہم ایمی سوزا کے محتاط جائزے اور نقل و تحریر میں ترمیم کے لیے بھی شکر گزار ہیں۔ اس ٹیم کا شکریہ!

گائیڈ کی تیاری کے دوران ہم نے کئی بہترین ذرائع پر انحصار کیا۔ ان میں عالمی ادارہ صحت کے ذہنی صحت کے وسائل؛ اقوام متحدہ کے دفتر برائے منشیات و جرائم کے وسائل؛ نوجوانوں کے منشیات سے بچاؤ کے پروگراموں کی مانیٹرنگ اور تشخیص؛ سیم ڈیلن فیچ کی ذہنی صحت پر بصیرت افروز تحریر؛ ویوین ہیئرسٹن بلیڈ کے اتحاد اور نیٹ ورکنگ پر مشورے؛ اور اور یجن کاٹول کٹ اور ایمنسٹی انٹرنیشنل کا فلاح و بہبود اور فعالیت پر ورک بک شامل ہیں۔

اعترافات 2018

یہ یوتھ ایڈووکیسی گائیڈ (2022) دراصل 2018 کی ایڈووکیسی گائیڈ پر مبنی ہے، جو یونیسف کے مشرقی اور جنوبی افریقی خطے کے دفتر کی کاوش تھی، جس کی قیادت افریقہ سروسز یونٹ (ASU) نے کی تھی۔ اصل گائیڈ ورکشاپس کی ایک سیریز، ریموٹ میٹنگوں اور افریقی نوجوانوں کی شراکت کا نتیجہ تھی، جنہوں نے اپنی ایڈووکیسی اور نوجوانوں کی شمولیت کی کہانیاں شیئر کیں۔ منتخب ورکشاپ شرکاء نے تخلیقی عمل میں بھی حصہ لیا۔

ہم یونیسف کے ساتھیوں کا شکریہ ادا کرتے ہیں جو 2018 نوجوانوں کی ایڈووکیسی گائیڈ ورکشاپس کی میزبانی کے لیے کوٹ ڈی آئیور، کینیا، موزمبیق اور یوگنڈا میں شامل تھے۔ ہم ان ورکشاپ کے شرکاء کا شکریہ بھی ادا کرتے ہیں جنہوں نے نوجوانوں کی ایڈووکیسی پر اپنے تجربات اور خیالات کو شیئر کیا۔ **کوٹ ڈی آئیور** : کرسٹیل اینوکو، سارہ بنتوٹراؤرے (شریک تخلیق کار)، چیک ڈائلو (شریک تخلیق کار)، موری ڈیوماں دے (شریک تخلیق کار)، محمد مہدی فادیگا، جین ولفریڈ کوف، محمد لامین کیٹا، نکیمہ تارا (شریک تخلیق کار)، خیران یاو، عائشہ ییلے سورو۔ **کینیا** :ازرا بھنجی، جیمز ایوار، جبو عیسیٰ، اسٹاسی کاتوا (شریک تخلیق کار)، برائن کوچ، فرانسسکا نڈندا، جوزف نگوچی، مرسی نیابوکے، والڈوراوبویا، ہیپنیس اوداوا، لنڈا اولانگو (شریک تخلیق کار)، ایزرا ییگو۔ **موزمبیق** : کیزرا ایلی، ٹموتھی ہیریس، جولیو جولیا جوسے، مارڈل جمہ، ایڈملسن لوپس ساویکا، رائمہ، فرانسسکو مانجیٹے، جینا ماریانا، انتونیو میٹ، ایمیلی میکاس، لیٹیشیا سٹو، البرٹینا زندا میلا۔ **یوگنڈا** : جسٹن ادکو، ایگٹر احابوے، بیٹی آکچ، لکی انیجیکا، سیسیلیا آپورن، ریجینا چیلننگٹ، چارلس دینگٹ، ڈورکاس ایکونے، فاطمہ حسن نیپیوک، جرام ہیگری، مارون اسابیری، باربرا کاموکیایا، ابراہم لوکون، الفریڈ لووٹن، جوناتھن مِسیکو، ایلن کمہا، فوزانائبارا، لطیفہ نانسبوگا، فلورنس ناوال، جوناتھن نسریکو، آچیہ نیلی رفائیل۔

یہ 2018 کی گائیڈ افریقی نوجوانوں کی کہانیوں پر مبنی تھی۔ نوجوانوں کی حقیقی کہانیاں حاصل کرنے کے لیے، 13 سے 25 سال کے نوجوان افریقیوں کو اپنی کمیونٹی میں تبدیلی کے لیے ایڈووکیسی کی کہانیاں شیئر کرنے کے لیے کھلا موقع دیا گیا۔
کہانیاں فراہم کرنے والوں کا شکریہ: **کینیا** :احمد عبادی علی، **کیمرون** : سلیم سانگوعلیو، **نائجیریا** :ایبیبی نکاایموکیوڈو۔

لیمابمبا (کوٹ ڈی آئیور)، ایونلیس بانڈا (زامبیا)، میمونا بیری (گنی)، تمیرین لی بیزیڈن ہاؤٹ (جنوبی افریقہ)، ایلین بینار نگو (ڈیموکریٹک ریپبلک آف کانگو)، ایودے کالتانی بوکوسا (نائیجر)، ٹائلر بوتھ (شریک تخلیق کار) (جنوبی افریقہ)، کوبینن پال مارشل بوسیان (کوٹ ڈی آئیور)، سندیل ویلنگٹن سیگانی (جنوبی افریقہ)، لنڈا گیزا (جنوبی افریقہ)، جیمز چیتیمو (تنزانیہ)، اکاکرسٹیل (کوٹ ڈی آئیور)، انوس فاطمہ کولیبیلی (کوٹ ڈی آئیور)، ایرے فرڈیننڈ دیبی (کوٹ ڈی آئیور)، ڈیمکا تسوڈلامینی (جنوبی افریقہ)، مالاکی ڈوروو (گھانا)، فرینک ارنسٹ (تنزانیہ)، کوسی سیلوان فیتھے (کوٹ ڈی آئیور)، میگڈ یلینا گوڈا (تنزانیہ)، اوومواحمد وگونڈم کول (مالی)، ڈیوڈ ہریوہے (تنزانیہ)، مارٹن ہیتیما (برونڈی)، ڈورین اتابی (تنزانیہ)، جیکسن کابو (کینیا)، ایلن کائیزا (تنزانیہ)، لوئیس کانگولوکانزا (جنوبی افریقہ/ڈیموکریٹک ریپبلک آف کانگو)، ویڈسن کازامبوی (مالاوی)، ایرینا مکندے کینابو (تنزانیہ)، ییندوپنگ کولانی (ٹوگو)، میموناکون (کوٹ ڈی آئیور)، چارلس ایمانوئل کواڈیو (کوٹ ڈی آئیور)، کواامے یویس لینڈری کواکاؤ (فرانس)، لیٹیشا لالبہادر (جنوبی افریقہ)، ڈیتبو گولیبیا (جنوبی افریقہ)، گوڈفری سیمون لووانڈا (تنزانیہ)، نوکومباسا (جنوبی افریقہ)، ہادیامگانگا (تنزانیہ)، میمیلوماکھیلے (لیسوتھو)، بونگانی منجاتے (جنوبی افریقہ)، اومولیمومتسکے (جنوبی افریقہ)، لوئیسا فیڈلیس مایومبو (تنزانیہ)، مونڈلی مھلونگو (جنوبی افریقہ)، ایمپو تیھلیفوموگانے (جنوبی افریقہ)، بونولوموریکانایے (جنوبی افریقہ)، زو لیکاموٹا (جنوبی افریقہ)، ایلاموسو (کوٹ ڈی آئیور)، پھاکامانی سخیلے مپانزا (جنوبی افریقہ)، فرائی موبیوا (شریک تخلیق کار) (جنوبی افریقہ)، لوونیس مدزورو (زمبابوے)، انوسنٹ موگروا (یوگنڈا)، ہربرٹ موکیسا (یوگنڈا)، شیفرڈ موروومبو (زمبابوے)، ویانی ندوومانا (برونڈی)، ربیکا نکیسہ (کینیا)، اونڈیٹی ایمانوئل نیتیچی (کینیا)، میمونا فاطمہ اواتارا (کوٹ ڈی آئیور)، کوکیتسوفیتلا (جنوبی افریقہ)، چیریٹی پرنس (تنزانیہ)، نونہلا نہلا بوٹشلوپولے (جنوبی افریقہ)، گوگولیتھوریشا (شریک تخلیق کار) (جنوبی افریقہ)، ایڈون شیدرک (تنزانیہ)، ہیلن سیسیا (تنزانیہ)، سیویوے سومی (شریک تخلیق کار) (جنوبی افریقہ)، اولاریپ ٹومیٹو (تنزانیہ)، فریڈریک یاو (کوٹ ڈی آئیور)، اوبن ایرک ڈونلڈ یاپو (کوٹ ڈی آئیور)، آئڈین زاؤنگو (کوٹ ڈی آئیور)۔

نوٹس

نوٹس

یونیسف

ہر بچے کے لئے