



# Akciószervezés

Megszólítás, mozgósítás, motiváció

# Megvalósítási modell

## Fő tényezők:

- motiváció, belső készletés - „valamit tenni az ügyben”
- választott cselekvési változat - stratégia
- a stratégia következményei
  - ha kellemetlenek - ellenállást (rezisztenciát) váltanak ki
  - ha kedvezőek – nagyobb teljesítmény (jobb végeredmény)

## Befolyásoló tényezők:

- **értékrend** - a végrehajtást végzők attitűdjei (nézetei, hiedelmei) és a végrehajtást elősegítő vagy akadályozó jellemzők (szervezeti jellemzők)
- **erőforrások** - kapacitás, képesség (létszám, pénz, idő, hely, tudás)
- **időzítés** - időpont, időszak kiválasztása (összehangolás, a résztvevők igényeinek figyelembe vétele)
- **körülmények** - környezeti tényállapotok figyelembevétele (társadalmi-, jogszabályi-, szervezeti környezet)

## A siker záloga:

a „SIKERÉRT” módszer:

S = stratégia

I = időzítés

K = körülmények

E = erőforrások

R = ráhangolódás

É = érték (rendszer)

R = rezisztencia (ellenállás)

T = teljesítmény (eredmény)

A sorrendnek nincs jelentősége.

## Az alkalmazás lépései:

- **felmérés** - a „SIKERÉRT” minden egyes tényezőjére kiterjedő, gondos felmérés készítése
- **célok meghatározása** - világos, meghatározott célok kitűzése (a felmérés során szerzett tapasztalatok beépítése az elérendő cél megfogalmazásába)
- **cselekvés** - ismét a „SIKERÉRT” tényezői alapján határozzuk meg a teendőket (a teendők módszeres és rendszeres számbavételéről van szó)
- **nyomon követés** – a megvalósítás során folyamatos felmérést végzünk

# Megszólítás, mozgósítás

**Megszólítás:** (pl.: egy LIGA akció során hogyan jutunk el tagig?)

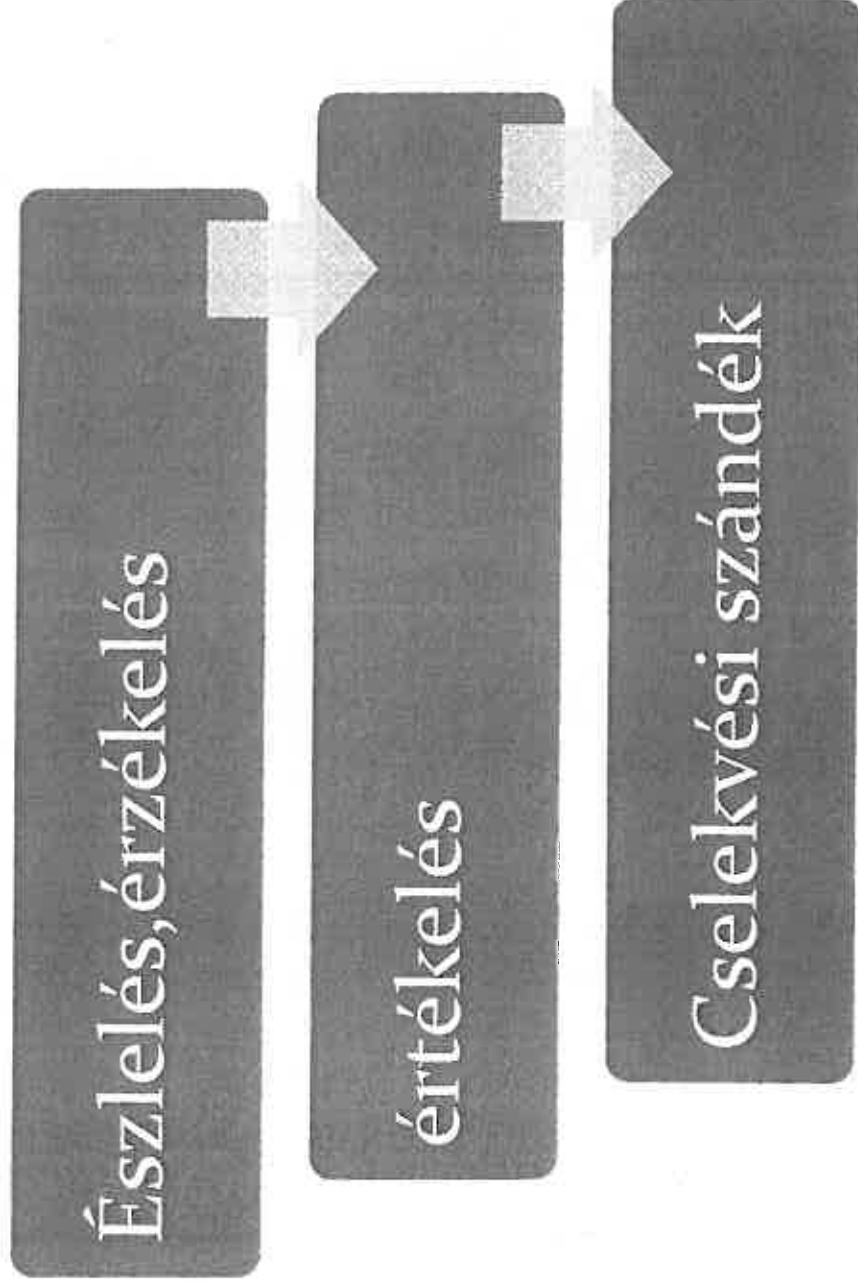
- **Kit – Kiket?** - egyéneket, csoportokat, társadalmat
- **Hogyan?** - cél meghatározás a megszólítandók szerint
- **Milyen eszközökkel?**
  - Közvetlenül – szóban (párbeszéd, gyűlés, aktivisták) vagy írásban (levél, szórólap)
  - Közvetítők útján – plakát, sajtó, TV, rádió, telefon (hívás, SMS), internet, e-mail
- **Mikor?** - időtényező – mennyi idő alatt jutunk el a címzethez, mikor a leghatékonyabb az akció? (villamosenergia-ipar eltérő sajátosságok)

## Mozgósítás:

- A cél meghatározásnak van-e mozgósító ereje?
- Megfelelő hívó szavak a mozgósítás érdekében.
- Az érzelmi ráhangolódást segítő, érzelmekre ható, hangulatot befolyásoló tevékenység. (a megfelelő hívó szavak is ezt a célt szolgálják)
- Az akcióban résztvevők létszámának és körének meghatározása. (kikre számítunk?)

## Motiváció:

Az egyén olyan belső tudati állapota, amely valamilyen viselkedési módra kényszeríti.





## Mire van hatásunk?

- ❖ közvetlenül vagy közvetve az észlelésre és az érzékelésre
- ❖ amellyel jelentősen befolyásolhatjuk az értékelést
- ❖ a megfelelő értékelés cselekvésre ösztönöz

## Motivációs eszközök:

- meggyőzés
- a saját (a motiválandó) és a csoport érdek kiemelése
- közvetett v. közvetlen előnyben részesítés
- szolidaritás érzésének felkeltése (segítő szándék kihasználása)