

ממה צריך להיזהר?	על מה אפשר להשפיע?	שיקולים בבחירת המטרה	מטרת הפעילות בפייסבוק בעת הסלמה
<p>מכך שנמצא את עצמנו מחוץ לגבולות השיח הציבורי.</p> <p>שניתפס כקיצוניים גם בעיני הציבור שמזדהה איתנו בשגרה.</p> <p>שנהפוך למוקד למתקפות של המתנגדים לנו.</p> <p>מיתוג כארגון כקיצוני ולא לגיטימי.</p>	<p>חיזוק קולות אלטרנטיביים בחברה.</p> <p>הרחבה של גבולות השיח.</p> <p>תמיכה בציבור המזוהה עם ערכי הארגון, וחווה חוויה של השתקה.</p> <p>מתן לגיטימציה לביטוי עמדות שחורגות מהמיינסטרים.</p>	<p>כשרוצים להשמיע את המסרים בצורה בלתי מתפשרת.</p> <p>כשלא שואפים לשנות עמדות, אלא לחזק את הציבור שמזדהה עם אותם ערכים.</p> <p>כשמוכנים וערוכים להתמודד עם גילויי תוקפנות.</p>	<p><b>הרחבת גבולות השיח</b></p> 
<p>מתסכול ותסיסה בקרב עובדי הארגון.</p> <p>מביקורת מצד התומכים הנלהבים של הארגון שמצפים להתבטאויות נחרצות יותר.</p> <p>מהשקעת זמן, מעורבות גבוהה יותר של חברי צוות, התמודדות עם חוסר הסכמה ומתחים בתוך הארגון.</p> <p>כדי להישאר רלוונטיים נדרש זמן תגובה מהיר יחסית.</p>	<p>מניעת הקצנה של עמדות.</p> <p>לצייר לתומכים תמונת מצב מורכבת יותר של המציאות.</p> <p>לתת אלטרנטיבה לעמדות שנתפסות כקונצנזוס מצד אחד וקיצוניות מצד שני.</p>	<p>כשרוצים לפנות לקהל רחב.</p> <p>כשרוצים לפעול למניעת הקצנה של עמדות.</p> <p>כשמוכנים להתפשר על חלק מהמסרים.</p> <p>כשמבינים שנדרש להשקיע זמן נוסף בניסוח שקול ומושכל של מסרים.</p> <p>כשלא מוכנים לשלם מחיר הפגיעה במיתוג הארגוני</p> <p>כשאינן מנגנונים וכוחות להתמודד עם תוקפנות ברשת.</p> <p>כשערוכים לאמץ מנגנוני עבודה המאפשרים קבלת החלטות מהירה ואפקטיבית.</p>	<p><b>מיתון הקצנת עמדות לצד חיזוק תומכים פוטנציאליים</b></p> 
<p>בעתות הסלמה יהיה קשה לעיתים לתפוס את תשומת הלב הציבורית, וניתן להשמיע עמדות רק בזמן רגיעה.</p> <p>במצב זה אנחנו עשויים להיתפס כחסרי עמוד שדרה – כיוון שנותנים פרשנות אך לא מביעים עמדות.</p> <p>עלינו להביא ידיעות, ניתוחים וחומרים אותנטיים הייחודיים לנו. נדרש לכך זמן לאיסוף נתונים ועיבודם.</p>	<p>מטרה זו משרתת את הארגון ולא דווקא מכוונת לשינוי עמדות.</p> <p>מיצוב כגוף מקצועי בעל עמדות מבוססות, ידע וניסיון.</p>	<p>כשרואים את עצמנו גוף מקצועי העוסק בנושאים שמעניינים את החברה בתקופות של הסלמה או מיד אחריה, כגון ביטחון, מדיניות ויחסים בין-לאומיים.</p>	<p><b>מיצוב הארגון שלכם כשחקן רלוונטי בזירה</b></p> 