

# تمكين المواطنين من التأثير على السياسات العامة



## دليل المدافعين عن قضايا المجتمع المدني



نوت الطباعة برعاية هيئة الأمم المتحدة للمساواة بين الجنسين و تمكين المرأة [UN Women]

لا تعبر الآراء الواردة بالضرورة عن هيئة الأمم المتحدة للمساواة بين الجنسين و تمكين المرأة

يوزع بـ لـ مـقاـبلـ

# تمكين المواطنين من التأثير على السياسات العامة

## دليل المدافعين عن قضايا المجتمع المدني

يستطيع المواطنون النشطاء المتبصرون بحقائق الأمور عندما تجتمع جهودهم على استطلاع مشكلة ما وعلى تحديد الأهداف المشتركة أن يصلوا إلى حلول للمشكلات الشائكة التي تواجه مجتمعاتنا وأمتنا وعالمنا بأسره. وفي الوقت نفسه فإن تمكين المواطنين من تشكيل مجتمعاتهم على نحو أفضل في كافة أنحاء العالم يحتاج إلى أن تعكف المنظمات المعنية على دراسة القضايا وتوعية أعضائها ومجتمعاتها بالمواطن التي تدعو إلى القلق في السياسات العامة، كما ينبغي على هذه المنظمات تشجيع النقاش العام حول هذه المشاكل وكيفية مشاركة المواطنين في إيجاد حلول لها، وأن يتخذوا في نهاية الأمر إجراءات للوصول إلى حلول تسهم في تحقيق النفع والفائدة للجميع.

ويمثل التثقيف وحشد الدعم والتأييد المفاتيح الأساسية لأبواب الديمقراطية القائمة على المشاركة. وتتيح هذه المفاتيح للمواطنين الوصول إلى المعلومات والمهارات وفرصة التأثير على محصلة النقاش الذي يدور حول السياسات ويشكل مستقبل مجتمعاتهم. و تستطيع المنظمات المعنية، من خلال مساعدة الناس على التصدي للقضايا التي يهتمون بها، أن تقدم أدلة ملموسة على أن مشاركة المواطنين يمكن أن تحدث فارقاً حقيقياً.

يوضح هذا الدليل الخطوات التي تحقق حشد الدعم والتأييد من خلال التثقيف. وتمثل المهمة الأولى في اختيار القضايا وتحديد الأولويات. وبمجرد أن يتحقق ذلك يمكن القيام بحملة تستهدف قضية بعينها. ويتناول هذا الدليل الجوانب المختلفة مثل هذا الجهد.

## حشد الدعم والتأييد

على الرغم من أن كثيراً من المنظمات تتناول قضايا متعددة إلا أنه لا يمكن لأي منظمة أن تتصدى بشكل فعال لجميع القضايا في نفس الوقت. إذ يجب على المنظمة أن تقرر أي قضية أو قضايا تحظى بالأولوية بالنسبة لأعضائها ومؤيديها والمجتمع.

بالإضافة إلى الاستخدام الحكيم للموارد فإن النجاح يكون مرجحاً عندما يكون مجال النشاط مستهدفاً بدلاً من توزيعه على عدد من القضايا، كما أن التركيز في العمل يمكن المنظمة من توصيل رسالتها إلى المشرعين والبرلمانيين والصحافة والجمهور دون تشتيت أو تضارب مع أي قضية فرعية. ويمكن معالجة القضايا التي لاتحظى بالأولوية على أساس ما تقتضيه الحاجة. ومن بين طرق تناول مثل هذه القضايا هي المشاركة في الائتلافات. وأن كتابة رسالة دعم أو التوقيع على عريضة إجراءات يمكن القيام بها دون المساس بالجهد الموجهة للأولويات المختارة.

إن العمل في تناغم لتحقيق هدف معين أمر له أهميته بالنسبة للمنظمات الأعضاء التي تتناول قضايا لها مستويات مختلفة من أوجه النشاط (المحلية والإقليمية والوطنية، على سبيل المثال)، ومن المهم أيضاً أن يشارك الجميع في اختيار الأولويات الإجمالية. إن المشاركة العريضة على مستوى القاعدة من أعضاء المنظمة وداعميها هو الوسيلة لتحقيق النجاح.

## حصر الخيارات

عند تحديد الأولويات تحتاج أي منظمة إلى الإجابة عن بعض الأسئلة الأساسية :

- ما هو دليلك على أن هذه القضية هي محل اهتمام في الوقت الحالي؟
- من هم المعنيون بهذه القضية؟
- ما الذي يتم عمله حالياً بشأن هذه القضية ومن الذي يقوم بذلك؟
- هل هناك احتمال حقيقي بأن يتمكن المواطنين الذين يعملون في مجال القضية من إحداث تغيير إيجابي؟
- هل سيكون للعمل من أجل القضية تأثير ملموس يمكن قياسه على مجتمعك أو البلد الذي تعيش فيه أو الوطن؟ كيف يمكنك معرفة ذلك؟
- هل سيوفر العمل في هذه القضية فرصاً جيدة للمنظمة للتعاون مع غيرها من المجموعات والأفراد في مجتمعك؟
- هل ستحظى المنظمة بسلط الضوء عليها أو تحصل على النفوذ والمكانة أو الدعم المالي من جراء العمل في هذه القضية؟
- هل سيصبح مجتمعك أو وطنك مكاناً أفضل بسبب اشتغالك بهذه القضية؟

إن الهدف من حشد الدعم والتأييد هو التأثير على السياسات العامة بغرض الوصول إلى مجتمعات أفضل. يمكنك استخدام حملة لحشد الدعم والتأييد تهدف إلى تقوية منظمتك من حيث إلقاء مزيد من الضوء على أوجه نشاطها وزيادة عدد أعضائها أو تعزيز سمعتها. وهناك عديد من الفرص للعمل الفعال الذي يمكن أن يأخذ أشكالاً متعددة طبقاً لقضية المتبناة والظروف.

وهنا يكون عنصر التوقيت جزءاً هاماً من إستراتيجيتها. فليس من المجدي أن تبدأ في التصدي لقضية ما في وقت مبكر أكثر من اللازم ، بل إن الأسوأ أن تبدأ متأخراً. ومن المهم أيضاً أن تكون على دراية بكل من العملية الإجرائية والتوقيت الذي ستطرح فيه القضية التي تعنيك للنظر فيها.

## اختيار قضية وتحديد الأولويات

إن اختيار قضية ما هو الخطوة الأولى الأساسية للتأثير على السياسات العامة. وعندما تقوم منظمة ما بتحديد عملها فعليها أن تختار أولاً تلك القضايا التي تتيح فرصة كبيرة للقيام بدور فعال في تمكين المواطنين من تشكيل مجتمعات أفضل فيسائر أنحاء العالم. وليس ذلك بال مهمة اليسيرة. فعندما يقوم أعضاء المنظمات متعددة المهام والتي تتتصدى لمشاكل السياسات العامة في كافة مستويات الحكومة بتقرير كيفية اختيار أسلوب تحقيق مهمتهم فإنه يكون أمامهم نطاق واسع من الموضوعات التي يتعين عليهم أن يختاروا من بينها.

ما زلت أذن يمكن أن تفعله منظمة ما عندما يكون أمامها فرص متعددة للتأثير على السياسة العامة لا يمكنها أن تتعامل معها جميعاً في وقت واحد. يتبعها عندها تحديد الأولويات. ويمكن أن تكون للأسئلة التالية فائدتها في هذا الصدد :

- ما هي الخيارات؟
- ما هي القضية ذات الأهمية الحيوية للأعضاء وللمجتمع بحيث تتطلب الاهتمام بها الآن؟
- ما هي القضايا التي تعطى الناس شعوراً بأنه باستطاعتهم إحداث تغيير يجعل المجتمع والدولة والأمة مكاناً أفضل للعيش فيه؟
- ما هي القضايا التي يمكن الاستفادة فيها من خبرات المنظمة أو منظورها الخاص؟

خطة العمل التي تم اختيارها على هدفك والوضع السياسي في المجتمع المحيط بك. ولظاهر القوة تأثيرها إذا تم حشد عناصرها؛ مما يحتاج إلى حشد أعداد غفيرة من المؤيدين لك سواء بشكل مباشر أو غير مباشر. وعلى سبيل المثال، فإن وقوف شخص واحد يرفع لافتة خارج مبنى البلدية على الأرجح لن يتحقق أي تغيير، ولكن كتابة رسالة فعالة على اللافتة والإخطار المسبق لوسائل الإعلام يمكن أن يؤدي إلى تغطية صحفية تقود إلى تجاوب شعبي عارم في شكل رسائل ومكالمات هاتفية واتصالات شخصية مع الموجودين في السلطة.

ومن أجل لفت الانتباه إلى أهمية قضيتك أحياناً ما تحتاج إلى خطة عمل أخرى غير إرسال الرسائل والمكالمات الهاتفية التقليدية. فعلى سبيل المثال قامت إحدى المنظمات بربط شرائط من القماش الأحمر حول فروع الأشجار الميتة على طول طريق رئيسي للفت الانتباه إلى أن هناك احتياج لقانون في مجال البيئة، وقد استطاعت المنظمة بذلك جذب اهتمام الجمهور والصحافة، وكانت محاولة ناجحة. تذكر أنه يجب عليك عندما تضع خطتك ألا ترهق أعضاء منظمتك، فلن يكون الجميع على استعداد للإستلقاء أمام الشاحنات أو تقييد أنفسهم إلى سياج. وإذا كنت تخاطط لإجراءات فيها تجاوز شديد فقد يؤدي ذلك إلى عدم ظهور المتطوعين الذين كنت تعتمد عليهم، تذكر أيضاً أنك تحاول تحريك الرأي العام لهذا عليك التفكير ملياً في الصورة التي ستعكسها خطة عملك التي سوف تتخذها عن منظمتك وأعضائها. سوف تتحقق نتائج أفضل إذا كان الرأي العام مسانداً لك.

## المشاركون في الحملة (المنفذون للحملة)

عند قيامك بوضع وتنفيذ خطة العمل عليك أن تأخذ في الاعتبار المنفذين للحملة:

**الأعضاء:** هل تلقى أعضاء منظمتك ومؤيدوها المعلومات الالازمة ليتفهموا الموقف من هذه القضية؟ هل قمت بتحفيزهم ليهتموا بها بشكل فعال بحيث يتطوعوا بوقتهم وربما أموالهم من أجلاها؟ هل حددت المهام المناسبة لكل عضو مثل كتابة الرسائل لأولئك الذين لا يستطيعون التطوع بالكثير من الوقت والمهام الأكثر تعقيداً لأولئك الذين يرغبون في أن يشاركون بشكل أعمق؟ (انظر الجزء الخاص بالتنظيم الداخلي أدناه).

**الدوائر المجتمعية:** من الذي يهتم بهذه القضية؟ كيف يمكن تحفيزهم وتنظيمهم بصورة تساعد على إنجاح جهودك؟ وهم في العادة أكثر الناس تأثراً بهذه القضية. (انظر الجزء الخاص بالمجتمع العام أدناه).

وهناك ضرورة لأن نضع في الاعتبار أن دراسة القضايا ذات النطاق المجتمعي الواسع وتحليل الاحتياج المحتمل للمشاركة على مستوى المنظمات هي عملية مستمرة وليس حداً يقع مرتاً واحدة فقط، إن اختيار اثنين أو ثلاثة من القضايا بسلسل الأولويات فكرة لا يأس بها لكي يكون هناك نوع من المرونة إذا ما ظهرت قضية ملحة تستدعي الاهتمام بعد اختيارك البديهي لقضية ما.

## وضع إطار لحملة عمل مستهدفة

متى أنهيت اختيار أولوياتك يكون قد حان الوقت لوضع حملة عمل مستهدفة. ومثل هذه الحملة تحتاج إلى جهد كبير مركز على مدى فترة من الزمن، يشارك فيها أعضاء منظمتك مع السعي للحصول على دعم ومشاركة المجتمع على نطاق واسع. ولا تقتصر حملة العمل على كونها وسيلة جيدة لتحسين الأوضاع في المجتمع فقط بل أنها تعمل على تعزيز عدد أعضاء المنظمة وتبني علاقات مع منظمات المجتمع الأخرى.

وكما هو الحال عند الإقدام على أي عمل هام فمن الضروري القيام بتحديد أهداف الحملة وأن تضع خططك بعناية وبشكل محدد. ومن الأهمية بمكان أن تقوم بتوظيف الموارد الخاصة بك بشكل مركز حتى تتمكن من ممارسة الضغط الكافي لتحقيق أهدافك. ابحث عن نقاط القوة والإرتكاز، فالمطلوب هنا هو الوصول إلى الهدف (أو الأهداف) لاتخاذ الإجراء الذي تريده ولا يلزم بالضرورة أن تتفق مع منظمتكم على كل شيء.

عند وضع وتنفيذ حملة العمل الخاصة بك سوف تحتاج أن تضع في اعتبارك هذه العناصر:

- خطة العمل
- الفاعلون (المنفذون للحملة)
- الامكانيات والموارد
- ثقافة المواطن
- العمل التشريعي
- حشد الدعم الفعال
- وضع أنشطة الحملة
- مدى الظهور في دائرة الضوء

## خطة العمل

تشمل خطة العمل الفعالة حشد المؤيدين، حملات كتابة رسائل وتقديم عروض توضيحية عن نشاطك للمنظمات الأخرى، وتوزيع أوراق توضيحية، وكتابة عرائض وتنظيم مؤتمرات إعلامية، وتعتمد قائمة

**العضوية:** لا يمكن تحقيق النجاح في أي مشروع إلا بالمشاركة المباشرة والإلتزام من قبل أعضاء منظمتك ومؤيديها.

يجب أن تقوم المجموعة القيادية بالعمل كفريق واحد أثناء عملية التخطيط، سواء كان أفرادها بالكامل من داخل المنظمة أو كانت تضم أفراداً من الخارج أو من منظمات أخرى، ويجب أن يساهم جميع العنيين في التخطيط وأن يكون لديهم شعور بالارتياح إزاء الخطة الموضوعة.

ابدا العمل بالعكس من التاريخ المحدد للحدث أو الإجراء الذي سيتم اتخاذة، وضع جدول زمني مفصل لضمان أن جميع عناصر خطتك موضوعة في الإعتبار. قم باعداد قائمة التواريخ المعروفة (المواعيد النهائية، المناسبات المختلفة، الدورات التشريعية، الانتخابات... الخ) وضع خططتك حول هذه التواريخ لهم، ضع قائمة تتضمن كل مهمة وتقدير الوقت اللازم لإنجازها، قم بوضع جدول زمني للأحداث مع تحديد وإبراز المواعيد النهائية لكل حدث.

عليك أن تقرر في نفس الوقت من سيتولى مسئولية القيام بالمهام المختلفة. وأن تحدد الشخص المسؤول عن المشروع ككل والأشخاص المسؤولين عن إدارة المهام المختلفة. لاتترك المسؤوليات أو تحدد المسألة بصورة ملتبسة بل حددتها بشكل واضح وحدد مسئولية كل فرد عن تنفيذها واجعل المجموعات كبيرة بالقدر الذي يكفي لإنجاز المهام الموكلة إليهم، فمن الأفضل تحديد المسؤوليات كجزء من عملية التخطيط الأولى عندما يكون الجميع متزمنين وعندما يكون الحماس لأداء الرسالة متاجراً.

بعد استكمال خطتك فإنك تكون على استعداد لبدء أوجه نشاط البرنامج نفسه. ومع ذلك عليك أن تقوم بمراجعة الخطة الموضوعة بشكل دوري للتأكد من أنك تسير على الطريق الصحيح. التزم بالمواعيد المحددة في الجدول الزمني ما لم تجد أنها غير واقعية تماماً أو قد حدث شيء يستلزم تغييرها. وفي هذه الحالة قم بإعادة الاجتماع مع القادة الأصليين لتقديم الموقف. ومع ظهور أحداث وفرص جديدة يمكنك قياس مدى ملائمة خطتك لها لتقرر ما إذا كانت هذه الأحداث والفرص تتلائم مع خطتك أم أنها سوف تخرجك عن مسارك. وكلما تقدمت على طريق تنفيذ خطتك تأكد من تسجيل كل نجاح صغير والاحتفال به، فإن هذا سوف يشجع المشاركيين على الإلتزام بالأهداف طويلة المدى.

**الحلفاء:** هؤلاء هم الأشخاص والجماعات الذين يقفون في صفك أو الذين يمكن إقناعهم بالانضمام إليك أو مساعدتك في ما تبذل من جهد. فمن المهم بشكل خاص تحديد المجموعات التي ستتحالف معها إذا قررت تشكيل ائتلاف. قرر أين يمكنك العثور عليهم وكيف يمكن أن تكسبهم في صف القضية التي تطرحها، وحتى إذا قررت عدم التشكيل أو الانضمام إلى أي ائتلاف فإنه يمكنك الاستفادة من تحالف مع الأفراد في هذه المنظمات. (انظر الجزء الخاص بالإئتلافات أدناه).

**المعارضون:** هم هؤلاء الناس والجماعات المعارضة للقضية التي تطرحها. ومن المهم أن تحدد من هم هؤلاء وأن تقدر تكتيكاتهم وحجتهم. ستساعدك هذه المعلومات على دحض حججهم وعلى أن تكون مستعداً لمواجهة ما يتذلونه من إجراءات بصورة سريعة.

## التنظيم الداخلي

من أول القرارات التي تحتاج منظمتك إلى اتخاذها هي من سيشارك في العمل في هذه القضية. قد تحتاج لتشكيل لجنة دائمة أو لجنة مؤقتة أو استخدام أعضاء من مجلس الإدارة. قد تحتاج إلى إشراك أفراد من منظمات أخرى وقد يكون ذلك في صورة ائتلاف رسمي يضم الجماعات المهتمة بهذه القضية.

**مجلس الإدارة / القيادة:** هذا الكيان يقوم بتوجيه جميع الأنشطة ويتحمل المسئولية النهائية لتحقيق النجاح.

**رئيس اللجنة:** يجب أن يكون رئيس اللجنة موضوعياً وأن يعمل بشكل جيد مع الناس من الأعضاء وغير الأعضاء من المنظمات الأخرى، وأن ينسق بين الأنشطة والناس ويحفظ سجلات وملفات وافية وأن يقدم تقارير منتظمة إلى المجلس.

**اللجنة:** ينبغي أن تكون اللجنة التي تقوم بتوجيه حوار مجتمعي أو حملة تثقيفية متوازنة، أي أنه لا ينبغي أن يسيطر عليها أصحاب وجهة نظر واحدة. ومن ناحية أخرى فإن اللجنة التي تقوم بإدارة حملة عمل يجب أن تكون ملتزمة بشدة بتحقيق أهداف الدعاوة والخشود الإعلامي. يجب أن تكون جميع اللجان كبيرة بما يكفي لإنجاز العمل وصغرها بما يكفي لتكون فعالة وخاضعة للمساءلة.

## الائتلافات

غالباً ما يكون الانضمام مع الجماعات الأخرى في ائتلافات شيئاً منطقياً، فهو يضيف مزيداً من القوة هذا إلى جانب أنه وسيلة لتنظيم التواصل المجتمعي الذي نوّقش أعلاه. وهذا من شأنه أن يزيد عدد المشاركين وامكانية الحصول على تمويلات مالية إضافية. ويوسع العمل في الائتلافات نطاق دراسة المنظمة بشؤون المجتمع ويوفر شبكة اتصالات جيدة ومؤيدين محتملين.

إن اتخاذ القرار لتشكيل (أو الإنضمام) إلى ائتلاف من أجل العمل في قضية ما هو من اختصاص قيادة منظمتك. وإذا قررت أن تنهج أسلوب الائتلاف للعمل من أجل قضيتك تأكّد من أن المجموعات الأخرى المعنية تشاركت نفس الأهداف التي وضعتها لهذه القضية. فمن الضروري وضع القواعد الأساسية في مرحلة مبكرة من عملية التخطيط من أجل تجنب سوء الفهم والخلافات في وقت لاحق، وينبغي أن تكون المنظمات الأعضاء في الائتلاف منظمات يمكنها العمل معها بفعالية. وإذا كانت منظمتك ليس لها إنتماءات يجب على باقي المنظمات أن تتفهم ذلك وتلتزم به.

فيما يلي بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدهك في تشكيل ائتلاف :

- اجمع عدد قليل من الأعضاء من ذوي المعرفة لطرح الأفكار لعمل قائمة بأسماء من يستطيعون العمل من أجل القضية المعنية وتتضمن القائمة المحتملة مسئولين منتخبين أو العاملين معهم أو رؤساء جماعات العمل العام التي تبني وجهات نظر مختلفة حول القضية وغيرهم من لديهم مصلحة في القضية. تأكّد من إدراج أسماء بعض الأفراد من الذين لا يشغلون مناصب رسمية في القائمة وهم ذلك النوع من الناس الذي يلجأ إليهم الآخرون لمعرفة ما يجري في المجتمع. لا تقلق إذا كانت القائمة الأولية محدودة لأن عدد الأسماء المدرجة فيها سوف يتزايد مع من يقتربون الآخرون للأتصال بهم.
- ضع قائمة من الأسئلة لتساؤلها للناس بغرض تقييم مدى اهتمامهم بالقضية وتحديد أعضاء فريق الحوار المحتمل.
- تبين شعور من اتصلت بهم تجاه القضية ورأيهم حول من يجب إشراكهم من أفراد أو منظمات للعمل من أجل القضية ومن قد يكون مناسباً للعمل في لجنة تنظيمية. وبشكل عام أسأّلهم عن كيفية إنجاح المجموعة في القيام بمهام عملها؟
- اجمع الحقائق عن التنوع الديموغرافي لمجتمعك (من وكالة للتخطيط أو مدرسة في المنطقة أو الغرفة التجارية)، وتأكّد من أن اتصالاتك تصل إلى قطاع كبير من الجمهور من يحتمل أن يهتموا بقضيتك.
- إختر مجموعة الحوار التي تمثل المجتمع ككل.

إعترافاً بأن القدرة على التأثير على السياسة العامة وإشراك المواطنين في العملية السياسية يعتمد على العمل مع الآخرين فإنه من الضروري بناء شبكات عمل داخل المجتمع، وسؤال المجموعات والأفراد بما يعتبرونه قضايا ملحة. إن التواصل مع المجتمع خلال عملية اختيار قضية معينة يرسى الأساس لتعاون المجتمع في نهاية المطاف ويفتح خطوط الاتصال مع الآخرين الذين يريدون تشكيل مجتمع أفضل.

قم بحضور اجتماعات لمجموعة أو اثنين من المجموعات المجتمعية لمعرفة القضايا المدرجة على جداول أعمالها ولمعرفة ما إذا كانت هناك فرص للتعاون معها أو اتصل بقادة هذه المجموعات للحصول على هذه المعلومات. وضع لكل من تتصل بهم أنك تسعى للحصول على معلومات أوتبغى المشورة. لا تعد بأن تعمل منظمتك من أجل كل قضية. وقم بالتأكيد على أن عملية التخطيط قد بدأت لتوها. اشكر من قمت بالاتصال بهم، وقم بإخبارهم بما قررت المنظمة العمل في مجاله عقب اتخاذ القرار النهائي في ذلك.

عندما يظهر أن مجموعات العمل العامة في المجتمع قد وصلت إلى طريق مسدود في حل مشكلة ما أو عندما يكون المجتمع في حاجة إلى الاستفادة من مناقشة منظمة لقضية شائكة تستطيع منظمتك أن تلعب دوراً هاماً في الجمع بين أصحاب المصالح معاً من أجل إيجاد أرضية مشتركة للفهم. في مثل هذه الحالات قد يحتاج المجتمع لمهارات المنظمات في بناء توافق بين الآراء وإتباع نهج منصف لمعالجة مثل هذه القضايا أكثر من الاحتياج للدفاع عن جهة نظر معينة. وعند تقرير ما إذا كان الحوار المجتمعي هو أفضل وسيلة لمعالجة قضية ما عليك أن تأخذ في الاعتبار الأسئلة التالية:

- هل تستطيع المنظمة مساعدة المجتمع على حل هذه المشكلة من خلال العمل ك وسيط محايد؟
- هل سيرحب الأطراف بالمنظمة ك وسيط؟
- هل لدى المنظمة خبرة كافية في إدارة مشروع حوار مجتمعي؟
- هل تتخذ المنظمة موقفاً معيناً من هذه القضية؟ وهل يؤثر موقفها على قدرتها ومصداقيتها للعمل ك وسيط؟

## الإمكانات والموارد

من الخطوات المهمة في حملة حشد الدعم والتأييد تقييم قدراتك ثم تطوير الموارد الخاصة بك، ما الذي يتوفّر لدى منظمتك أو الائتلاف الذي تنتهي إليه من العناصر التالية؟

**دعم الجمهور:** هل يؤيد عامة الناس أهداف حملتك؟ كيف يمكنك بناء وحشد هذا الدعم سواء من خلال وسائل الإعلام أو من خلال إستراتيجية الحملة؟ ما هي الرسائل التي يجب عليك استخدامها؟ كيف ينبغي أن تصاغ أهداف الحملة التي تدعوا إليها؟

**المتطوعون:** هل يوجد لدى منظمتك لجنة دائمة لإدارة هذا النشاط أم أنه يجب تشكيل لجنة خاصة بذلك؟ كيف سوف تساعد أعضاء منظمتك للمشاركة في إعداد حملة فعالة؟ كيف يمكنك استخدام هذه الحملة لكسب أعضاء جدد أو مؤيدين، ومن قد يساعدون في القيام بالعمل؟ كيف تبقى المتطوعين على تحفظهم إذا كانت الحملة طويلة الأجل؟ هل يؤمن الأعضاء بهذه القضية وهل سوف يعملون من أجلها؟ هل يوجد متطوعون مستعدون للعمل من داخل جماعات الائتلاف أو هل يمكنك العثور على متطوعين من بين أفراد المجتمع ليقوموا بالعمل اللازم؟ ما أنواع الوظائف التي يحتاج المتطوعون إلى القيام بها؟

**الاتصالات:** هل يوجد لدى منظمتك أو الائتلاف الذي تنتهي إليه معارف بين المسؤولين في مكاتب المصالح العامة أو في أماكن أخرى قد تكون مفيدة؟ هل يجب أن تبدأ أو تنضم إلى ائتلاف من أجل تقديم قضيتك؟ هل لدى أعضاء منظمتك اتصالات عائلية -- أو اجتماعية أو في مجال الأعمال، يمكن الاستفادة منها؟

**المال:** كم يوجد لديك من مال؟ إذا كنت تعمل داخل ائتلاف مع جماعات أخرى كيف يمكن أن تساهم هذه الجماعات في التمويل؟ هل يوجد متبرعون في المجتمع يهتمون بالtribut بالمال لقضيتك؟ هل سوف تتعرض جهودك للشبهة من خلال حصولك على تبرع من هذا القبيل؟ إذا كانت الموارد المالية محدودة هل يمكنك أن تقوم بحملة لجمع التبرعات بسرعة كافية من أجل العمل في حملتك؟ قد يكون المتطوعون والجهات المانحة والاتصالات بديلاً عن المال إلى حد ما ولكن عليك أن تقوم بتقييم واقعي للوضع القائم.

التعاون هو وسيلة مؤكدة لتوسيع مواردك والتواصل مع المجتمع. إنصل بالشركاء المحتملين في مرحلة مبكرة من عملية التخطيط بحيث يمكن أن تشي里 وجهات نظرهم المشروع والوصول إلى رؤية مشتركة فيما بينكم.

**تحالف مع قطاع الأعمال:** فأصحاب العمل يعرفون أن المجتمع القوي صالح للأعمال التجارية. وعندما يكون هؤلاء شركاء في مشروع ما فإنهم يضيفون منظوراً مهماً للمشاكل العامة ويمكنهم المساعدة في إقناع الأصدقاء والزملاء بالمشروع، غالباً ما يكونون مهتمين بتعزيز ثقافة المواطن والدعوة إلى المشاركة المدنية بين أفراد القوى العاملة لديهم.

**تعاون مع وسائل الإعلام:** أدت ثورة المعلومات إلى إدخال تغييرات هائلة في صناعة الأخبار، وفي الوقت نفسه تزداد عزلة الجمهور عن الحياة المدنية. ورداً على ذلك يقوم بعض المسؤولين عن قطاعات الأخبار بالبحث عن سبل لإعادة التواصل مع المستمعين والقراء والمشاهدين فيقومون بتجربة تغطية إخبارية أكثر توجهاً نحو المواطن مع التركيز على القضايا التي يرى المواطنون أنها مهمة، كما يقومون بتيسير النقاش العام حول المشاكل التي تواجه المجتمع. يمكن لمشروع صحفي مبتكر يهتم بالشؤون المدنية أن يكون مكوناً مثيراً وفعلاً للغاية من حملة لتشريف المواطنين أو كحملة حشد الدعم والتأييد، ويمكن أن تقوم وسائل الإعلام بدور الشريك من خلال مساعدتها على تركيز انتباه الرأي العام على مشكلة ما في المجتمع وتشجيع الحوار العام حول الحلول الممكنة وتسلیط الضوء على تنوع وجهات النظر في المجتمع.

**تبعة الجيل القادم:** المدارس والمنظمات الشبابية شركاء جيدون. فيمكن أن يلفت مشروع يقدمه أحد الطلاب انتباه المجتمع إلى وجود مشكلة ما وإشراك الأسر في الأحياء والمناطق السكنية في مناقشة الحلول الممكنة لها وإعطاء الناخبين المستقبليين فرصة للتعبير عن آرائهم أمام المسؤولين المنتخبين والمجتمع.

**تواصل مع الجماعات الأخرى في المجتمع:** تستجيب الناس بشكل أفضل للأشخاص الذين يعرفونهم. لهذا فإن التعاون كفريق مع مجموعة متنوعة من المنظمات المختلفة سوف يربط مجموعتك بأشخاص من خارج شبكتها التقليدية ويساعد على ضمان أن يتواافق المشروع مع احتياجات ومصالح المجتمع ككل.

بالإضافة إلى ذلك ستحتاج إلى تحديد القضايا ذات الاهتمام المشترك، فكر في كيفية العمل في القضايا التي تتبناها منظمتك في المجتمع الذي نعيش فيه.

• قم بدعوة ممثليين من مجموعات مصالح مختلفة لأجتماع لمناقشة القضايا الملحّة التي تواجه المجتمع المحلي، اعرف ما هو النشاط الذي يقومون به (أو ما يعرفونه بشأن النشاط الذي تقوم به الجماعات الأخرى) لمعالجة هذه المشاكل، واسأل عن جوانب المشكلة التي تستدعي الاهتمام.

• قم بدعوة المسؤولين والموظفين الحكوميين ليجتمعوا مع المنظمة لتبادل الأفكار حول القضايا الحاسمة التي تواجه المجتمع والخطط الجاري تنفيذها لمعالجة تلك المشاكل وأية أفكار بشأن الدور

الذي يمكن أن تقوم به المنظمة في مساعدة المجتمع على تحقيق التغيير فيما يتعلق بهذه القضايا. قبل أن يتمكن المواطنون من السعي لحل قضية من قضايا السياسة العامة فإنهم غالباً ما

يحتاجون إلى فرصة ليصبحوا أكثر دراية بما يدور حولهم ويحدّدوا المشكلة بطريقتهم الخاصة. ويمكن لمشروع مبني على أساس تثقيف المواطنين بشأن قضية ما أن يساعد المجتمع في فهم تعقيدات هذه القضية وتشجيع الناس على المشاركة في التوصل إلى حلها. هذا بالإضافة إلى أن مشروع التثقيف الفعال يمكن أيضاً أن يضع الأساس لنجاح حملة الدعم والتأييد فيما بعد. وعند دراسة ما إذا كان اللجوء إلى مشروع تثقيف المواطن لفهم أبعاد قضية ما هو أفضل وسيلة لمعالجة

المشكلة اطرح الأسئلة التالية:

• هل يحتاج المجتمع إلى المساعدة في فهم هذه القضية وحلولها الممكنة؟

• هل سيلجأ المجتمع إلى المنظمة للحصول على هذه المعلومات؟

• هل يوجد وقت كافٍ لوضع المشروع وتنفيذ قراراً بشأن هذه القضية المطروحة؟

• هل من الأكثـر أهمية في هذا الوقت: مساعدة المواطنين على فهم القضية المطروحة أم الدعوة إلى تبني موقفنا من القضية؟

• فكر جيداً في أهداف القضية، ما الذي تريد إنجازه؟ وكيف ستعرف أنك نجحت في ذلك؟

• يجب أن تكون الأهداف سهلة الفهم ومحددة وصريحة وواضحة.

• يجب أن تكون الأهداف قابلة للقياس حتى تستطيع قياس تقدمك نحو تحقيقها. والأهم من ذلك أن تعرف متى حققت النجاح المطلوب.

• يجب أن تكون الأهداف قابلة للتحقيق. فعلى الرغم من أنه من المهم أن نحلم، وأن تطرح الأفكار بحرية من خلال العصف الذهني إلا أنه ينبغي أن تستند أهدافك على التجربة والكافـاءة.

• ينبغي أن تكون الأهداف واقعية وتأكد من أنها تعتمد على تقييم دقيق للظروف.

• يجب أن تسعى لتحقيق هذه الأهداف في التوقيت المناسب، تأكد من أن هناك وقت كافٍ لتحقيقها وقم بإنجاز الأعمال في وقتها المحدد لتحدث فارقاً.

**التكنولوجيا:** هل تستطيع منظمتك الحصول على أي معدات قد تكون لازمة لتنفيذ هذه الحملة؟ هل يمكنك أن تجد جهات مانحة لتقدم أجهزة الكمبيوتر والكاميرات أو غيرها من المعدات التي قد تحتاجها؟ والآن بعد أن أصبحت على دراية بقدراتك والتكتيكات والخطط الممكنة والمنفذين المناسبين، أنت تحتاج إلى اتخاذ قرار بشأن أفضل طريقة لمعالجة القضية التي أنت بصددها، هل سيتم ذلك من خلال تثقيف المواطنين أم إجراءات تشريعية أم من خلال كلّيـما معاً.

## تثقيف المواطن

عند التخطيط لمشروع تثقيف المواطن حول قضية معينة سوف تحتاج إلى الإجابة على أربعة أسئلة هامة :

**ما هي أهدافكم؟** هل ت يريد أن يدرك مجتمعك وجود مشكلة معينة وأن يتصدى لها؟ هل يحتاج مجتمعك إلى معلومات مؤكدة حول استفتاء قادم أو دليل الخدمات المقدمة للأطفال أو تنوع أكبر في المجالس واللجان؟ إن تحديد الهدف (أو الأهداف) للمشروع الذي أنت بصدده أمر بالغ الأهمية بالنسبة لبقية الخطط التي ستقوم بوضعها.

**كيف يمكنك قياس نتائج جهودك؟** سترشدك الطريقة التي سوف تقيس بها نجاحك إلى الاستراتيجيات التي عليك إتباعها، هل ستبحث عن برنامج جديد ملموس أو ربما زيادة المشاركة المجتمعية؟ هل ت يريد اجتذاب مشاركة جميع شرائح مجتمعك؟ هل يمكن أن تسأل عن ردود الفعل لدى قراء صحفتك ومقالات النشرات الإخبارية لمنظمتك أو من جمهور التلفزيون؟

**من هو الجمهور المستهدف؟** إن تحديد المجموعات التي ت يريد أن تصل إليها سوف يساعدك على تحديد أنشطة المشروع وتقرير كيفية صياغة رسالتـك، إذا كان تركيزك ينصب على استفتاء هل تستهدف الفئات التي لم تحظ بتمثيل يتناسب مع حجمها؟ إذا كان هدفك هو توسيع نطاق المشاركة المدنـية هل ستكون اللغة أو أوقـات وأماكن الاجتماعات والجهات الراعية اعتبارات هامة؟

**من سيكونون شركـائـك من المجتمع؟** اختيار المجموعات التي تتصل مهمتها بجوهر مشروعك سيكون اختياراً منطقيـاً، أيضاً فإن العمل مع منظمات تمثل جمهورك المستهدف يعد إستراتيجية هامة أخرى، ولكن لا تغفل أي قطاع من قطاعات المجتمع المدني أو الخاصة ورجال الأعمال أو الحكومة أو الأفراد. فالكل له مصلحة في مواجهة وحل المشاكل المشتركة.

- عندما تقابل أحد المسؤولين احرص على أن يكون معك بيان مختصر في صفحة واحدة عن منظمتك لتقديمها له.
  - قم بالإشارة إذا كان ذلك ممكناً إلى مادة معينة من التشريع وحدد بوضوح ماذا تريد منظمتك أن يتم إتخاذها بشأنها.
  - إذا كنت سوف تقوم بكتابة رسالة أو ستقوم بالأدلة بأقوالك لفرض وجهة نظرك أجعلها مختصرة في مناقشة الموضوع قدر الإمكان وقم باختيار أفضل الحجج المقنعة.
  - استمع إلى وجهة نظر الغير فقد تحصل على معلومة لها قيمتها بالنسبة للقضية من منظور آخر أو تعرف على وجهة نظر خصومك.
  - لا تعتمد على التخمين إذا كنت لا تعرف الإجابة على سؤال وجيه إليك فمن المقبول تماماً أن تطلب فرصة للبحث عن المعلومات المطلوبة وتعود مجدداً.
  - لا تكون مسيئاً أو حاداً في المواجهة، فعلى الرغم من أن مهمة المسؤولين المنتخبين هي الاستجابة للجمهور إلا أنهم غير مجبرين على فعل ما تريده أنت.
  - إذا كان من الضروري إتفق على إمكانية الاختلاف في الرأي فسوف يكون هناك قضايا أخرى يكون فيها الاتفاق ممكناً.
  - تذكر دائماً أن تكتب رسالة شكر بعد كل مقابلة.
  - اتصل بالمسؤولين بعد انتهاء الاقتراع وأشكرهم على دعمهم إذا كان هذا مناسباً.
- ومع مرور السنين تسعى منظمتك أن يكون لها تأثير على قضايا كثيرة ومختلفة. ستزداد فعالية منظمتك إذا كان لديك علاقة عمل جيدة مع المسؤولين المنتخبين في مجتمعك، ويجب عليك العمل للحفاظ على هذه العلاقة. تعرف على الشرعين والمسؤولين الآخرين بما فيهم قادة الأحزاب ويفضل أن تتعرف عليهم قبل أن تريد شيئاً منهم.
- قم بدعوتهم كمتحدثين في اجتماعات المنظمة.
  - ادعهم لحضور المناسبات الاجتماعية التي تقيمها المنظمة وقم بحضور مناسباتهم.
  - تعرف على فريق العمل مع هؤلاء المسؤولين فإنهم يستطيعون إطلاعك على بعض الأمور كما أن لهم تأثير ملحوظ في غالبية الأحيان.
  - احرص على تزويد المسؤولين بمطبوعات عن منظمتك وأرسل لهم بعض قصاصات إخبارية عما يهتمون به من قضايا.
  - قم بعمل ملف عن كل مسؤول يضم موقفه من القضايا المختلفة وسيرته الذاتية.
  - استخدم الاتصالات وأدفع أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء المنظمة للتعرف على المسؤولين الذين قد يفيدون في تعزيز موقف منظمتك.

- إن التأثير على السياسات العامة من خلال العمل المباشر يجعل العمل مثيراً ومجزياً، حيث أنه يعتمد وبؤس على الخبرات والرؤى المكتسبة على مدى شهور من المناقشات التي أدت إلى اختيار قضية ما، وعند تقرير ما إذا كان العمل في المسار التشريعي هو أفضل وسيلة لمعالجة القضية إليك بعض الأسئلة التي يجب طرحها:
- هل يعد التوقيت والواقع السياسي مناسبين لتحقيق النجاح؟
  - هل يتوقع المجتمع أو يحتاج من المنظمة أن تكون طرفاً في هذه القضية؟
  - هل سيحدث اتخاذ إجراء إزاء هذه القضية فارقاً واضحاً؟
  - هل يمكن أن تعزز حملة لحشد الدعم والتأييد يتم التركيز فيها على الجهود المستهدفة مكانة وصورة المنظمة؟
  - هل يفهم أعضاء منظمتنا موقفنا وأهداف حملتنا؟
  - ما هي أفضل السبل لاستخدام مواردنا وقوة عضوية المنظمة للقيام بخطوات فعالة؟

## الدعوة الفعالة لحشد الدعم والتأييد

- إذا قررت أن أفضل وسيلة لمعالجة القضية المطروحة تكمن في اتخاذ خطوات تشريعية وإذا كنت قد قمت بالأعمال التنظيمية المطلوبة داخل المنظمة يكون الوقت قد حان للدعوة لحشد الدعم والتأييد. ويعتبر حشد الدعم شكل محدد من أشكال العمل يشتمل علىبذل الجهود للتأثير على التشريع من خلال الاتصال الشخصي والباشر بالمبرعين أو العاملين معهم سواء كان هاتفياً أو بالمراسلة. وهذا لا يتضمن الإدلاء بأقوالك أمام لجان تشريعية أو برلمانية أو تقديم مواد مكتوبة للسجل العام، غير أنك قد تحتاج إلى القيام بهذه المهام إذا كان ذلك أمراً فعالاً.
- على الرغم من أن الإدلاء بأقوالك قد يبدو نهاية المطاف في عملية حشد الدعم والتأييد، إلا أنه غالباً ما يكون الاشتراك في صياغة اقتراح قبل أن يتم تقديمه أمام هيئة تشريعية أو برلمانية أمر أكثر فاعلية.
- يستفسر عن إمكانية صياغة ما تريده عرضه مباشرةً أو صياغته من خلال مشروع يؤيد وجهة نظرك، اعرف قضيتك بما فيها من إيجابيات وسلبيات، كن قادرًا على شرح سبب تأييد منظمتك للقضية أو رفضها على الرغم من أنه قد تكون هناك نقاط مقنعة على الجانب الآخر، كن صادقاً دائمًا ولا تخفي أي معلومات فالمبرعين لا يريدون أن تتجنب عنهم الحقائق.

المتابعة للتأكد من أنه قد تم وضع هذا التشريع موضع التنفيذ، ومن المهم جمع بيانات مدعومة بالبراهين الواضحة إذا ما دعا الأمر إلى اتخاذ إجراءات تصحيحية.

### المتابعة

هـ أسلوب منهـي يتبـعهـ المواطنـ لـراقبـةـ الحـكـوـمـةـ لـعـرـفـةـ ماـ إـذـاـ كـانـ يـتـمـ تـطـبـيقـ قـانـونـ ماـ بـشـكـلـ سـلـيمـ معـ توـثـيقـ وـتـسـجـيلـ الـحـالـاتـ الـتـيـ لاـ يـتـمـ فـيـهاـ ذـلـكـ.

### الراقبة

هي حضور اجتماعات الهـيـئـاتـ الـعـامـةـ لـرـصـدـ ماـ يـقـومـونـ بـهـ.ـ وـمـنـ المـفـيدـ لـنـظـمـتكـ أـنـ تـشـكـيلـ آـلـيـاتـ رـصـدـ لـتـرـاقـبـ ماـ تـقـومـ بـهـ الـهـيـئـاتـ الـعـامـةـ مـثـلـ مـجـلسـ الـمـديـنـةـ أـوـ مـجـلسـ إـدـارـةـ الـمـدارـسـ أـوـ لـجـانـ الـأـحـيـاءـ بـأـسـلـوبـ منهـيـ.ـ وـيمـكـنـ الإـسـتعـانـةـ لـحـضـورـ تـلـكـ الـاجـتمـاعـاتـ بـالـتـنـاوـبـ،ـ ثـمـ يـقـدـمـونـ تـقـرـيرـاـ لـلـمـنـظـمـةـ إـذـاـ مـاـ تـمـ إـتـخـاذـ إـجـرـاءـ مـاـ يـحـتـاجـ إـلـىـ الـاهـتـامـ بـهـ.

وـإـذـاـ كـانـ لـدـىـ مـنـظـمـتكـ لـجـنـةـ مـرـاقـبـةـ فـإـنـ أـعـضـائـهـ يـسـتـطـيـعـونـ اـنـ يـتـولـواـ مـهـمـةـ الـمـتـابـعـةـ اـيـضاـ،ـ وـفـيـ أـغـلـبـ الـأـحـيـانـ فـإـنـ مـجـردـ مـعـرـفـةـ أـنـ هـنـاكـ مـوـاـطـنـيـنـ مـعـنـيـيـنـ يـرـاقـبـونـ مـاـ يـحـدـثـ يـشـجـعـ الـمـسـؤـولـيـنـ فـيـ الـمـؤـسـسـاتـ الـعـامـةـ عـلـىـ الـمـضـيـ قـدـمـاـ فـيـ التـنـفـيـذـ الـفـعـالـ لـلـإـجـرـاءـاتـ.

### التقاضي

الـتـقـاضـيـ هوـ الـذـهـابـ إـلـىـ الـمـحـكـمـةـ وـهـذـاـ قـدـ يـكـونـ إـجـرـاءـ ضـرـوريـ عـنـ وـجـودـ تـشـريـعـاتـ فـعـالـةـ لـاـ يـتـمـ تـنـفـيـذـهـاـ بـشـكـلـ كـامـلـ أـوـ صـحـيـحـ أـوـ إـذـاـ كـانـ التـشـريـعـ قـدـ تـجاـوزـ الـحـدـودـ الـدـسـتـورـيـةـ.ـ تـتـطـلـبـ الـمـقـاـضـاةـ دـائـماـ وـجـودـ مـحـاـمـ،ـ وـغـالـبـاـ مـاـ يـكـونـ أـعـضـاءـ أـوـ أـصـدـقـاءـ مـنـ نـظـمـتكـ مـنـ الـمـحـاـمـيـنـ عـلـىـ اـسـتـعـادـ لـلـمـسـاعـدـةـ مـقـابـلـ رـسـومـ مـخـضـةـ أـوـ حـتـىـ دـوـنـ مـقـابـلـ.ـ وـيمـكـنـ أـنـ يـكـونـ اللـجوـءـ إـلـىـ الـمـحـكـمـةـ فـعـالـاـ لـلـغاـيـةـ فـيـ تـحـقـيقـ التـغـيـيرـ وـفـيـ لـفـتـ اـنـتـبـاهـ الـجـمـهـورـ إـلـىـ وـجـودـ مـشـكـلـةـ عـامـةـ وـفـيـ حـشـدـ الضـغـطـ مـنـ أـجـلـ التـغـيـيرـ.ـ وـفـيـ بـعـضـ الـأـحـيـانـ يـقـبـلـ مـسـؤـولـيـنـ الـحـكـوـمـةـ حـكـمـ الـقـضـاءـ بـهـدـوـءـ لـصـرـفـ الـاـنـتـبـاهـ عـنـهـمـ إـذـاـ كـانـ إـجـرـاءـ الـتـخـذـلـ غـيرـ لـائقـ سـيـاسـيـاـ.

### تسـليـطـ الضـوءـ عـلـىـ قـضـيـتكـ

وـأـيـاـ كـانـ أـهـدـافـكـ يـجـبـ أـنـ تـكـونـ جـهـودـكـ مـرـئـيـةـ وـوـاـضـحـةـ فـيـ الـجـمـعـ،ـ وـهـذـاـ يـعـنـيـ إـشـراكـ وـسـائـلـ الـإـعـلامـ.ـ اـبـدـأـ بـتـحـدـيدـ وـسـائـلـ الـإـعـلامـ الـمـتـاحـةـ بـمـاـ فـيـ ذـلـكـ الـمـطـبـوعـةـ (ـالـصـحـفـ،ـ الـمـجـالـاتـ الـأـسـبـوـعـيـةـ وـالـنـشـراتـ الـإـقـلـيمـيـةـ وـالـمـجـالـاتـ)،ـ شـبـكةـ الـإـنـتـرـنـتـ،ـ الـقـنـواتـ الـفـضـائيـةـ وـمـحـطـاتـ الـتـلـفـزيـونـ الـعـامـةـ وـالـمـحـطـاتـ

تـذـكـرـ أـنـ حـمـلـتـكـ قـائـمـةـ عـلـىـ قـضـيـةـ مـعـيـنةـ عـلـىـ الرـغـمـ مـنـ أـنـ الـهـدـفـ قـدـ يـكـونـ شـخـصـيـةـ سـيـاسـيـةـ أـوـ مـسـئـولـ حـكـوـمـيـ،ـ لـذـكـ يـجـبـ أـنـ تـوـجـهـ اـنـتـبـاهـكـ إـلـىـ الـقـضـيـةـ وـلـيـسـ الـشـخـصـ.ـ هـنـاكـ بـعـضـ الـأـصـدـقـاءـ أـوـ الـأـعـدـاءـ الدـائـمـيـنـ فـيـ مـجـالـ السـيـاسـةـ وـهـنـاكـ أـمـثـلـةـ كـثـيرـةـ مـنـ الـمـشـرـعـينـ الـذـيـنـ صـوـتـواـ باـسـتـمـارـ وـلـسـنـوـاتـ ضـدـ مـوـاـقـعـ مـنـظـمـتكـ وـلـكـ صـوـتـواـ بـعـدـ ذـلـكـ مـعـكـ لـصـالـحـ قـضـيـةـ رـئـيـسـيـةـ.

اـحـرـصـ عـلـىـ الـالـتـزـامـ بـجـمـيعـ الـقـوـانـينـ وـالـلـوـاـجـاتـ الـمـتـعـلـقـةـ بـحـمـلـاتـ حـشـدـ الدـعـمـ وـالـتـأـيـيدـ عـلـىـ الـمـسـتـوـيـ الـعـامـ وـالـمـلـحـيـ.ـ فـقـدـ تـكـوـنـ خـاصـيـةـ لـرـسـمـ مـالـيـ وـمـتـطلـبـاتـ لـلـتـسـجـيلـ،ـ إـذـاـ كـانـ الـأـمـرـ كـذـلـكـ تـحـقـقـ لـعـرـفـةـ مـاـ إـذـاـ كـانـ هـنـاكـ إـعـفاءـ مـنـ دـفـعـ الـرـسـومـ عـلـىـ اـعـتـبارـ أـنـ الـمـنـظـمـةـ لـاـ تـهـدـفـ لـلـرـبـحـ وـتـعـمـلـ مـنـ أـجـلـ الـمـلـحـةـ الـعـامـةـ.

### حـشـدـ التـأـيـيدـ الشـعـبـيـ

يـمـكـنـ كـسـبـ التـأـيـيدـ الشـعـبـيـ مـنـ خـلـالـ شـبـكـةـ مـنـ النـاشـطـينـ الـمـنـتـشـرـينـ فـيـ مـخـتـلـفـ أـنـحـاءـ الـبـلـادـ.ـ وـمـثـلـ هـؤـلـاءـ الـنـاشـطـونـ يـسـتـجـيبـونـ لـطـلـابـ الـمـعاـونـةـ فـيـ حـمـلـاتـ أـولـاطـالـبـةـ بـإـتـخـاذـ اـجـرـاءـاتـ مـعـيـنةـ عـنـ طـرـيقـ الـكـاتـبـ الـهـاتـفـيـ أـوـ الـاتـصالـ بـالـفـاـكـسـ أـوـ رـسـائلـ الـبـرـيدـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـ لـلـمـسـؤـولـيـنـ الـنـتـخـبـيـنـ فـيـ دـوـائـرـهـمـ تـحـتـ إـشـرافـ قـادـةـ الـمـنـطـقـةـ الـذـيـنـ يـعـمـلـونـ عـنـ كـثـبـ مـعـ مـسـئـولـ حـشـدـ التـأـيـيدـ الشـعـبـيـ فـيـ الـمـقـرـ الرـئـيـسيـ بـمـنـظـمـتكـ.ـ وـتـسـتـطـعـ أـنـ تـنـشـرـ عـلـىـ الـمـوـقـعـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـ لـنـظـمـتكـ الـدـعـوـةـ لـلـعـمـلـ وـوـجـهـاتـ الـنـظـرـ التـشـريـعـيـةـ وـغـيرـهـاـ مـنـ الـمـعـلـومـاتـ الـمـفـيدـةـ لـاـتـخـاذـ إـجـرـاءـاتـ بـشـأنـ الـقـضـاـيـاـ الـوـطـنـيـةـ.ـ وـيمـكـنـ إـرـسـالـ تـنـبـيـهـاتـ مـخـتـصـرـةـ لـتـشـجـعـ حـمـلـاتـ حـشـدـ الدـعـمـ وـالـتـأـيـيدـ بـشـأنـ قـضـيـةـ ذاتـ أـولـويـةـ قـصـوـيـةـ لـلـأـعـضـاءـ فـيـ الـنـاطـقـ الـمـسـتـهـدـفـةـ قـبـلـ إـجـرـاءـ تـصـوـيـتـ ذـوـأـهمـيـةـ خـاصـةـ عـلـيـهاـ فـيـ الـبـرـلـانـ.

### حـشـدـ التـأـيـيدـ الـمـباـشـرـ

يـمـكـنـ حـشـدـ التـأـيـيدـ بـصـورـةـ مـبـاـشـرـةـ عـنـ طـرـيقـ قـيـامـ مـجـمـوعـةـ مـلـتـزمـةـ وـمـدـرـبـةـ مـنـ الـمـدـافـعـيـنـ عـنـ الـقـضـيـةـ بـزـيـارـةـ دـوـرـيـةـ لـمـكـاتـبـ الـمـسـؤـولـيـنـ الـنـتـخـبـيـنـ.ـ إـذـاـ كـانـ لـدـيـكـ مـثـلـ هـذـهـ الـمـجـمـوعـةـ فـيـنـيـبـغـيـ أـنـ يـقـومـ الـمـسـؤـولـوـنـ الـمـشـرـفـونـ عـلـىـ عـمـلـيـةـ حـشـدـ الدـعـمـ بـالـنـظـمـةـ بـإـطـلاـعـهـمـ عـلـىـ الـمـعـلـومـاتـ الـلـازـمـةـ وـإـعـدـادـهـمـ مـسـبـقاـ لـلـقـيـامـ بـالـهـمـةـ،ـ وـيمـكـنـ لـهـذـهـ الـمـجـمـوعـاتـ أـنـ تـوـصـلـ الـرـسـالـةـ إـلـىـ الـمـسـؤـولـيـنـ الـنـتـخـبـيـنـ وـتـوـزـعـ وـثـائـقـ تـعـرـيـفـيـةـ عـنـ الـنـظـمـةـ وـأـنـ تـجـتـمـعـ مـعـ الـمـسـؤـولـيـنـ وـمـوـظـيفـيـمـ أـمـ مـعـ الـمـوـظـفـيـنـ فـقـطـ ثـمـ الـعـودـةـ لـنـظـمـتكـ بـمـاـ حـصـلـوـاـ عـلـيـهـ مـعـلـومـاتـ.ـ وـيمـكـنـكـ أـنـ تـحدـدـ مـنـاطـقـ مـعـيـنةـ لـتـقـومـ الـمـجـمـوعـةـ بـتـغـطـيـتـهـاـ وـتـجـتـمـعـ بـهـمـ بـاـنـتـظـامـ وـتـطـلـبـ تـقـارـيرـ مـوجـزةـ عـنـ جـهـودـهـمـ فـيـ هـذـاـ الـمـجـالـ.

### الـمـراـقبـةـ وـالـمـتـابـعـةـ

مـتـىـ نـجـحـتـ مـنـظـمـتكـ فـيـ حـشـدـ التـأـيـيدـ الـلـازـمـ لـتـشـريـعـ ماـ.ـ يـكـونـ الـوقـتـ حـيـنـئـذـ قـدـ حـانـ لـبـدـءـ عـملـيـةـ

- يستفيد من الاتصالات الالكترونية مثل التنبية بالإجراءات التي ستتتخد، وقوائم المناقشة (مثل قوائم البريد الإلكتروني) والنشرات الإخبارية الإلكترونية للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور غير النمطي، إن مشاريع تثقيف المواطنين التي تستخدم وسائل الاتصال الإلكتروني قادرة على توفير المعلومات بسرعة وتحديتها بسهولة أكبر واتاحتها على مدار الساعة.
- صمم مشروع عملي. يمكن للمنظمات التي تؤيدك أن تشجع أعضائها وغيرهم من المواطنين على لعب دور أكثر فاعلية في التصدي لخافوف المجتمع عن طريق رعاية المشروعات التي تقوم على التجربة المباشرة في التعامل مع مشكلات السياسة العامة. الأمثلة على ذلك تشمل رعاية تنظيم برامج لجمع النفايات الخطرة من المنازل وتشكيل تحالف لإنشاء ملجاً لإيواء المشردين وإجراء مسح حول مدى سهولة الحصول على الخدمات والبرامج المجتمعية. عند قيام منظمتك بالتخطيط مثل هذا النشاط عليها أن تضع الخطط حول كيفية توجيه الأعضاء والمواطنين نحو المشاركة فيه.
- قم بإنشاء موقع الكتروني تفاعلي سهل الإستخدام.

### التقييم

قم بتقييم مدى ما حققه من نجاح، وقم بتحديد الجوانب التي حققت فيها نجاحاً والجوانب التي لم يكن النجاح حليفها ولا تعتبر عدم النجاح في بعض الجوانب فشلاً ولكن دون ذلك كملحظة للمرة القادمة، وأخيراً:

- احتفل بنجاحك من خلال إقامة حفل، بغض النظر عن نتيجة العمل فإنك قد حققت تضامناً بين أفراد المجموعة وتعلمت الكثير وكانت صداقات. تأكد من تقديم الشكر للمشاركين في الحملة، كما أنك لا تحتاج إلى الانتظار حتى نهاية حملة طويلة الأجل للاحتفال، فيمكنك على طول الطريق الاحتفال بالخطوات أو المشروعات الناجحة التي تشكل جزءاً من جهودك الشاملة.
- اجذب انتباه الصحافة والجمهور، وتقدم إلى الإمام، أعلن عن عدد المشاركين وعدد الشركاء في الأئتلاف والنجاح الذي حققته.
- تذكر أن إنجاز أي عمل هو عبارة عن اتخاذ مجموعة من الخطوات. احتفظ بالتقارير النهائية في ملف واستعد لمشروعك المقبل.

المستقلة، فضلاً عن محطات الإذاعة التي تبث برامج إخبارية ولديها إدارات تهتم بشؤون المجتمع. قم بإعداد قائمة عن وسائل الإعلام تضم عناوين ومناصب من يمكنك الاتصال بهم وأرقام هواتفهم وكذلك المواعيد النهائية.

إن الأداة الأكثر شيوعاً للتواصل مع الصحافة هي البيان الصحفي، استخدم خطاب عليه شعار منظمتك وضع قائمة تحته تضم أسماء وأرقام الهاتف الخاصة بأعضاء منظمتك المسؤولين عن التعامل مع الصحافة. تأكد من أن كل ما تنشرونه من حقائق صحيح وعبر عن آرائك بشكل واضح وقوى وبلغ.

المؤتمر الصحفي هو حدث إعلان عن أخبار معينة تقوم أنت بتنظيمه. لا تدعوا لعقد مؤتمر صحفي إلا عندما يكون لديك خبر مثير يستحق الإعلان عنه. إختر التوقيت المناسب لإعلانه قبل الطبيعة الأخيرة للصحف والنشرات الإخبارية بالتلذذيون هذا بالإضافة إلى الوسائل الأخرى مثل البرامج الحوارية الإذاعية وكتابة رسائل إلى المحرر. يمكنك الوصول إلى الصحافة عن طريق آخر من خلال مجموعة مواد صحافية، ينبغي أن تتضمن هذه المجموعة وثيقة تعريفية عن المنظمة وقياداتها واسم شخص المسؤول الذي يمكن للاتصال به وبياناً صحيفياً حول المشروع وملخص عن القضية المطروحة وأية معلومات أخرى ذات صلة عن المشروع مثل قائمة بأسماء أعضاء الأئتلاف أو المؤيدين له.

الصحافة ليست الوسيلة الوحيدة لتوصيل رسالتك إلى المجتمع. فإنك تحتاج إلى استخدام تقنيات جديدة لإشراك المواطنين في العالم اليوم في العملية السياسية. فالناس يريدون أن يلعبوا دوراً في تشكيل مجتمعهم، ولكنهم بحاجة إلى أن يعرفوا كيف يمكنهم أن يحدثوا فارقاً وكيفية جعل المشاركة المدنية جزءاً من حياتهم.

• إستخدم مجموعة متنوعة من وسائل الاتصال والمناسبات الإعلامية والتثقيفية. لأن أنماط التعلم عند الناس تختلف عن شخص لآخر كما تختلف اهتماماتهم بأنواع الأنشطة المختلفة.

• رتب المناسبات بما يتناسب مع روتين الناس اليومي المزدحم. على سبيل المثال إذا أردت الوصول إلى الآباء المشغولين بشؤون المعيشة نظم مناسبة لتشقيف المواطنين تستطيع الأسرة بأكملها أن تحضرها.

• اذهب إلى حيث يتواجد الناس، استفد من المعارض والمهرجانات والأسواق الجانبية على المرات العامة والحفلات الموسيقية وغيرها من المناسبات المجتمعية التي يتواجد بها أعداد كبيرة من الناس لجذب اهتمام المواطنين إلى مشروعك.

• احصل على مساعدة الحلفاء من الجماعات التي تستهدفها، اطلب من أحد الشباب مساعدتك في التخطيط لمناسبة تعجب أصدقاؤه أو أصدقائهما اطلب من أحد أفراد الأقليات العرقية في مجتمعك المساعدة في صياغة رسائل فعالة.

