

# تمكين المواطنين من التأثير على السياسات العامة



دليل المدافعين عن قضايا  
المجتمع المدني



تمت 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 بلا مقابل

# 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. وتستطيع المنظمات المعنية، من خلال مساعدة الناس على التصدي للقضايا التي يهتمون بها، أن تقدم أدلة ملموسة على أن مشاركة المواطنين يمكن أن تحدث فارقا حقيقيا.

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

## حشد الدعم والتأييد

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 منظماتك 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 للقضية المتبناة والظروف.

وهنا يكون عنصر التوقيت جزءاً هاماً من إستراتيجيتك. 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 في سائر أنحاء العالم. وليس ذلك بالمهمة اليسيرة. فعندما يقوم أعضاء المنظمات متعددة المهام والتي تتصدى 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.

ماذا إذن يمكن أن تفعله منظمة ما عندما يكون أمامها فرص متعددة للتأثير على السياسة العامة لا يمكنها أن تتعامل معها جميعاً في وقت واحد. يتعين عليها عندئذ تحديد الأولويات. ويمكن أن تكون للأسئلة التالية فائدتها في هذا الصدد :

- ما هي الخيارات؟
- ما هي القضايا ذات الأهمية الحيوية للأعضاء وللمجتمع بحيث تتطلب الاهتمام بها الآن؟
- ما هي القضايا التي تعطي 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 من ظهورها الخاص؟

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 قضايا فرعية. ويمكن معالجة القضايا التي لا تحظى 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 بتسليط 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؟

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

## وضع إطار لحملة عمل مستهدفة

متى أنهيت اختيار أولوياتك يكون قد حان الوقت لوضع حملة عمل مستهدفة. ومثل هذه الحملة تحتاج الى 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 ولايلزم بالضرورة أن تتفق مع منظماتكم 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، و تعتمد قائمة

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 يحقق 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 امام الشاحنات أو تقييد أنفسهم إلى سياج. وإذا كنت تخطط لإجراءات فيها تجاوز شديد فقد يؤدي ذلك إلى عدم ظهور المتطوعين الذين كنت تعتمد عليهم، تذكر أيضاً أنك تحاول تحريك الرأي العام لذا عليك التفكير ملياً في الصورة التي ستعكسها خطة عملك التي سوف تتخذها عن منظمتك وأعضائها. سوف تحقق 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 اللازمة ليتفهموا الموقف من هذه القضية؟ هل قمت بتحفيزهم ليهتموا بها بشكل فعال بحيث يتطوعوا بوقتهم وربما أموالهم من أجلها؟ 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 يشاركوا 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).



**الحلفاء:** هؤلاء هم الاشخاص والجماعات الذين يقفون في صفك أو الذين يمكن إقناعهم بالانضمام إليك أو مساعدتك في ما تبذله 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 بالائتلافات أدناه).

**المعارضون:** هم هؤلاء الناس والجماعات المعارضة للقضية التي تطرحها. ومن المهم أن تحدد من هم هؤلاء وأن تقدر تكتيكاتهم وحججهم. ستساعدك هذه المعلومات على دحض حججهم وعلى أن تكون مستعداً لمواجهة ما يتخذونه 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 أو قد يكون ذلك في صورة ائتلاف رسمي يضم الجماعات المهتمة بهذه القضية.

**مجلس الإدارة / القيادة:** هذا الكيان يقوم بتوجيه جميع الأنشطة ويتحمل المسؤولية 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 ويحتفظ بسجلات 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 الدعوة والحشد الإعلامي. يجب أن تكون جميع اللجان كبيرة بما يكفي لإنجاز العمل وصغيرة بما يكفي لتكون فعالة وخاضعة للمساءلة.

**العضوية:** لا يمكن تحقيق النجاح في أي مشروع إلا بالمشاركة المباشرة والالتزام 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 المعنيين في التخطيط وأن يكون لديهم شعور بالارتياح إزاء الخطة الموضوعة.

ابدأ العمل بالعكس من التاريخ المحدد للحدث أو الإجراء الذي سيتم اتخاذه، وضع جدول زمني مفصل لضمان أن جميع عناصر خطتك موضوعة في الاعتبار. 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 مسؤولية القيام بالمهام المختلفة. وأن تحدد الشخص المسئول عن المشروع ككل والأشخاص المسؤولين عن إدارة المهام المختلفة. لا تترك المسؤوليات أو تحدد المسألة بصورة ملتبسة بل حددها بشكل واضح و حدد مسؤولية 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 ملتزمين وعندما يكون الحماس لأداء الرسالة متأججاً.

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 لتقييم 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 المشاركين على الالتزام بالأهداف طويلة المدى.

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 عما 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 ولعرفة ما إذا كانت هناك فرص للتعاون معها أو اتصل بقيادة هذه المجموعات للحصول على هذه المعلومات. وضّح لكل من تتصل بهم أنك تسعى للحصول على معلومات أوتبغى المشورة. لا تعد بأن تعمل منظماتكم من أجل كل قضية. وقم بالتأكيد على أن عملية التخطيط قد بدأت لتوها. اشكر من قمت بالاتصال بهم، وقم بإخطارهم 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 منظماتك أن تلعب دوراً هاماً في الجمع بين أصحاب المصالح معاً من أجل إيجاد أرضية مشتركة للتفاهم. 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 كوسيط محايد؟
- هل سيرحب الأطراف بالمنظمة كوسيط؟
- 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 كوسيط؟

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 نوقش أعلاه. وهذا من شأنه أن يزيد عدد المشاركين وإمكانية الحصول على تمويلات مالية إضافية. ويوسع العمل في الائتلافات نطاق دراية المنظمة بشؤون المجتمع ويوفر شبكة اتصالات جيدة ومؤيدين محتملين. إن اتخاذ القرار لتشكيل (أو الانضمام) إلى ائتلاف من أجل العمل في قضية ما هو من اختصاص قيادة منظمته. وإذا قررت أن تنهج أسلوب الائتلاف للعمل من أجل قضيتك تأكد من أن المجموعات الأخرى المعنية تشاركك 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 يمكنك العمل معها بفعالية. وإذا كانت منظمته ليس لها إلتزامات يجب على باقي المنظمات أن تتفهم ذلك وتلتزم به. فيما يلي بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك 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 مسؤولين منتخبين أو العاملين معهم أو رؤساء جماعات العمل العام التي تتبنى وجهات نظر مختلفة حول القضية وغيرهم ممن لديهم مصلحة في القضية. تأكد 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 يقترحهم الآخرون للاتصال بهم.
- ضع قائمة من الأسئلة لتسألها 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 اسألهم عن كيفية إنجاز المجموعة في القيام بمهام عملها؟
- اجمع الحقائق عن التنوع الديموغرافي لمجتمعك (من وكالة للتخطيط أو مدرسة في المنطقة أو الغرفة التجارية)، وتأكد من أن اتصالاتك تصل إلى قطاع كبير من الجمهور ممن يحتمل أن يهتموا بقضيتك.
- اختر مجموعة الحوار التي تمثل المجتمع ككل.

## الإمكانات والموارد

من الخطوات المهمة في حملة حشد الدعم والتأييد تقييم قدراتك ثم تطوير الموارد الخاصة بك، ما الذي يتوفر لدى منظمك أو الائتلاف الذي تنتمي 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 تدعو إليها؟

**المتطوعون:** هل يوجد لدى منظمك لجنة دائمة لإدارة هذا النشاط أم أنه يجب تشكيل لجنة خاصة لذلك؟ كيف سوف تساعد أعضاء منظمك للمشاركة في إعداد حملة فعالة؟ كيف يمكنك استخدام هذه الحملة لكسب أعضاء جدد أو مؤيدين، و من قد يساعدون في القيام بالعمل؟ كيف تبقي المتطوعين على تحفزهم 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 منظمك أو الائتلاف الذي تنتمي 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 منظمك 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 بالتبرع 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 بديلا عن المال إلى حد ما ولكن عليك أن تقوم بتقييم واقعي للوضع القائم.

التعاون هو وسيلة مؤكدة لتوسيع مواردك والتواصل مع المجتمع. إتصل بالشركاء المحتملين في مرحلة مبكرة من عملية التخطيط بحيث يمكن أن تثري 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 منظورا مهماً للمشاكل العامة ويمكنهم المساعدة في إقناع الأصدقاء والزملاء بالمشروع، وغالبا 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. و رداً على ذلك يقوم بعض المسؤولين عن قطاعات الأخبار بالبحث عن سبل لإعادة التواصل مع المستمعين والقراء والمساهدين فيقومون بتجربة تغطية إخبارية أكثر توجهها 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 بالشئون المدنية أن يكون مكوناً مثيراً وفعالاً للغاية من حملة لتثقيف 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 وتبسيط الضوء على تنوع وجهات النظر في المجتمع.

**تعبئة 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 النخب المستقبليين فرصة للتعبير عن آرائهم أمام المسؤولين المنتخبين والمجتمع.

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



**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 بصدها، هل سيتم ذلك من خلال تثقيف المواطنين أم إجراءات تشريعية أم من خلال كليهما معا.

## تثقيف المواطن

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

**ما هي أهدافكم؟** هل تريد 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 بصده 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 تريد اجتذاب مشاركة جميع شرائح مجتمعك؟ هل يمكن أن تسأل عن ردود الفعل لدى قراء صحيفتك ومقالات النشرات الإخبارية لمنظمتك أو من جمهور التلفزيون؟

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

**من سيكون شركائك من المجتمع؟** اختيار المجموعات التي تتصل مهمتها بجوهر مشروعك سيكون اختيارا منطقيا، أيضا فإن العمل مع منظمات تمثل جمهورك المستهدف يعد إستراتيجية هامة أخرى، ولكن لا تغفل أي قطاع من قطاعات الجماعات المجتمعية المدنية أو الخاصة ورجال الأعمال أو الحكومة أو الأفراد. فالكل له مصلحة في مواجهة وحل المشاكل المشتركة.

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

- قم بدعوة ممثلين من مجموعات مصالح مختلفة لأجتماع لمناقشة القضايا الملحة 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 ليجمعوا 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 غالبا ما يحتاجون إلى فرصة ليصبحوا أكثر دراية بما يدور حولهم ويحددوا 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 أيضا 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 كاف لوضع المشروع وتنفيذه قبل أن يتخذ المجتمع قرارا بشأن هذه القضية المطروحة؟
- هل من الأكثر أهمية في هذا الوقت: مساعدة المواطنين على فهم القضية المطروحة أم الدعوة إلى تبني موقفنا من القضية؟
- فكر جيدا في أهداف القضية، ما الذي تريد انجازه؟ 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 والكفاءة.
- ينبغي أن تكون الأهداف واقعية والتأكد من أنها تعتمد على تقييم دقيق للظروف.
- يجب أن تسعى لتحقيق هذه الأهداف في التوقيت المناسب، تأكد من أن هناك وقت كافٍ لتحقيقها وقم بانجاز الأعمال في وقتها المحدد لتحدث فارقا.



إن التأثير على السياسات العامة من خلال العمل المباشر يجعل العمل مثيراً ومجزياً، حيث أنه يعتمد ويؤسس 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 منظمنا 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 كحشد الدعم والتأييد. ويعتبر حشد الدعم شكل محدد من أشكال العمل يشتمل على بذل الجهود للتأثير على التشريع من خلال الاتصال الشخصي والمباشر بالمشرعين 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 تريد عرضه مباشرة أو صياغته من خلال مشرع يؤيد وجهة نظرك، اعرف قضيتك بما فيها من إيجابيات وسلبيات، كن قادراً على شرح سبب تأييد منظمك للقضية أو رفضها على الرغم من أنه قد تكون هناك نقاط مقنعة على الجانب الآخر، كن صادقاً دائماً ولا تخفي أي معلومات فالمشروع لا يريدون أن تحجب عنهم الحقائق.

- عندما تقابل أحد المسؤولين احرص على أن يكون معك بيان مختصر في صفحة واحدة عن منظمك لتقديمها له.
- قم بالإشارة إذا كان ذلك ممكناً إلى مادة معينة من التشريع وحدد بوضوح ماذا تريد منظمك أن يتم إتخاذ بشأنها.
- إذا كنت سوف تقوم بكتابة رسالة أو ستقوم بالأدلاء بأقوالك لفرض وجهة نظرك أجعلها مختصرة في مناقشة الموضوع قدر الإمكان وقم باختيار أفضل الحجج المقنعة.
- إستمع إلى وجهة نظر الغير فقد تحصل على معلومة لها قيمتها بالنسبة للقضية من منظور آخر أو تتعرف على وجهة نظر خصومك.
- لا تعتمد على التخمين إذا كنت لا تعرف الإجابة على سؤال وجهه إليك فمن المقبول تماماً أن تطلب فرصة للبحث عن المعلومات المطلوبة وتعود مجدداً.
- لا تكن مسيئاً أو حاداً في المواجهة، فعلى الرغم من أن مهمة المسؤولين المنتخبين هي الاستجابة للجماهير إلا أنهم غير مجبرين على فعل ما تريده أنت.
- إذا كان من الضروري إتفق على إمكانية الاختلاف في الرأي فسوف يكون هنالك 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 منظمك أن يكون لها تأثير على قضايا كثيرة ومختلفة. ستزداد فاعلية منظمك إذا كان لديك علاقة عمل جيدة مع المسؤولين المنتخبين في مجتمعك، ويجب عليك العمل للحفاظ على هذه العلاقة. تعرف على المشرعين 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 منظمك وأرسل لهم بعض قصاصات إخبارية عما يهتمون به من قضايا.
- قم بعمل ملف عن كل مسئول يضم موقفه من القضايا المختلفة وسيرته الذاتية.
- استخدم الاتصالات وأدفع أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء المنظمة للتعرف على المسؤولين الذين قد يفيدون في تعزيز موقف منظمك.

تذكر أن حملتك قائمة على قضية معينة على الرغم من أن الهدف قد يكون شخصية سياسية أو مسئول حكومي، لذلك يجب أن توجه انتباهك إلى القضية وليس الشخص. هناك بعض الأصدقاء أو الأعداء الدائمين في مجال السياسة وهناك أمثلة كثيرة من المشرعين الذين صوتوا باستمرار ولسنوات ضد مواقف منظماتك ولكن صوتوا بعد ذلك معك لصالح قضية رئيسية.

احرص على الالتزام بجميع القوانين واللوائح المتعلقة بحملات حشد الدعم والتأييد على المستوى العام والمحلي. فقد تكون خاضعة لرسم مالي ومتطلبات للتسجيل، إذا كان الأمر كذلك تحقق لمعرفة ما إذا كان هناك إعفاء من دفع الرسوم على اعتبار أن المنظمة لا تهدف للربح وتعمل من أجل المصلحة العامة.

### حشد التأييد الشعبي

يمكن كسب التأييد الشعبي من خلال شبكة من الناشطين المنتشرين في مختلف أنحاء البلاد. ومثل هؤلاء الناشطون يستجيبون لطلبات المعاونة في حملات أولمطالبة باتخاذ اجراءات معينة عن طريق الكتابة أوالاتصال الهاتفي أوالاتصال بالفاكس أو رسائل البريد الالكتروني للمسؤولين المنتخبين في دوائرهم تحت إشراف قادة المنطقة الذين يعملون عن كشب مع مسئول حشد التأييد الشعبي في المقر الرئيسي بمنظمتك. وتستطيع أن تنشر على الموقع الالكتروني لمنظمتك الدعوة للعمل ووجهات النظر التشريعية وغيرها من المعلومات المفيدة لاتخاذ إجراءات بشأن القضايا الوطنية. ويمكن إرسال تنبيهات مختصرة لتشجيع حملات حشد الدعم والتأييد بشأن قضية ذات أولوية قصوى للأعضاء في المناطق المستهدفة قبل إجراء تصويت ذو أهمية خاصة عليها في البرلمان.

### حشد التأييد المباشر

يمكن حشد التأييد بصورة مباشرة عن طريق قيام مجموعة ملتزمة ومدرية من المدافعين عن القضية بزيارة دورية لمكاتب المسؤولين المنتخبين. وإذا كان لديك مثل هذه المجموعة فينبغي أن يقوم المسؤولون المشرفون على عملية حشد الدعم بالمنظمة بإطلاعهم على المعلومات اللازمة وإعدادهم مسبقاً للقيام بالمهمة، ويمكن لهذه المجموعات أن توصل الرسالة إلى المسؤولين المنتخبين وتوزع وثائق تعريفية عن المنظمة وأن تجتمع مع المسؤولين وموظفيهم أم مع الموظفين فقط ثم العودة للمنظمة بما حصلوا عليه من معلومات. ويمكنك أن تحدد مناطق معينة لتقوم المجموعة بتغطيتها وتجتمع بهم بانتظام وتطلب تقارير موجزة عن جهودهم في هذا المجال.

### المراقبة والمتابعة

متى نجحت منظمتك في حشد التأييد اللازم لتشريع ما. يكون الوقت حينئذ قد حان لبدء عملية

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

هي أسلوب منهجي يتبعه المواطن لمراقبة الحكومة لمعرفة ما إذا كان يتم تطبيق قانون ما بشكل سليم مع توثيق وتسجيل الحالات التي لا يتم فيها ذلك.

### المراقبة

هي حضور اجتماعات الهيئات العامة لرصد ما يقومون به. ومن المفيد لمنظمتك أن تشكل آليات رصد لتراقب ما تقوم به الهيئات العامة مثل مجلس المدينة أو مجلس إدارة المدارس أو لجان الأحياء بأسلوب منهجي. ويمكن الإستعانة لحضور تلك الاجتماعات بالتناوب، ثم يقدمون تقريراً للمنظمة إذا ما تم إتخاذ إجراء ما يحتاج الى الاهتمام به.

وإذا كان لدى منظمتك لجنة مراقبة فإن أعضائها يستطيعون ان يتولوا مهمة المتابعة أيضاً، وفي أغلب الأحيان فإن مجرد معرفة أن هناك مواطنين معينين يراقبون ما يحدث يشجع المسؤولين في المؤسسات العامة على المضي قدماً في التنفيذ الفعال للإجراءات.

### التقاضي

التقاضي هو الذهاب إلى المحكمة وهذا قد يكون إجراء ضروري عند وجود تشريعات فعالة لا يتم تنفيذها بشكل كامل أو صحيح أو إذا كان التشريع قد تجاوز الحدود الدستورية. تتطلب المقاضاة دائماً وجود محام، وغالبا ما يكون أعضاء أو أصدقاء منظمتك من المحامين على استعداد للمساعدة مقابل رسوم مخفضة أو حتى دون مقابل. ويمكن أن يكون اللجوء إلى المحكمة فعالاً للغاية في تحقيق التغيير وفي لفت انتباه الجمهور إلى وجود مشكلة عامة وفي حشد الضغط من أجل التغيير. وفي بعض الأحيان يقبل مسئولوا الحكومة حكم القضاء بهدوء لصرف الانتباه عنهم إذا كان الإجراء المتخذ غير لائق سياسياً.

### تسليط الضوء على قضيتك

وأياً كانت أهدافك يجب أن تكون جهودك مرئية وواضحة في المجتمع، وهذا يعني إشراك وسائل الإعلام. ابدأ بتحديد وسائل الإعلام المتاحة بما في ذلك المطبوعة (الصحف، المجلات الأسبوعية والنشرات الإقليمية والمجلات)، شبكة الإنترنت، القنوات الفضائية ومحطات التلفزيون العامة والمحطات

المستقلة، فضلا 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 شيوعا 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 وقوي وبلغ.

المؤتمر الصحفي هو حدث إعلان عن أخبار معينة تقوم أنت بتنظيمه. لا تدعو لعقد مؤتمر صحفي إلا عندما يكون لديك خبر مثير يستحق الإعلان عنه. اختر التوقيت المناسب لإعلانه قبل الطبعة الأخيرة للصحف والنشرات الإخبارية بالتلفزيون هذا بالإضافة إلى الوسائل الأخرى مثل البرامج الحوارية الإذاعية وكتابة رسائل إلى المحرر. يمكنك الوصول إلى الصحافة عن طريق آخر من خلال مجموعة مواد صحفية، ينبغي أن تتضمن هذه المجموعة وثيقة تعريفية عن المنظمة وقياداتها واسم شخص المسؤول الذي يمكن للاتصال به وبيانا صحفيا حول المشروع وملخص عن القضية المطروحة وأية معلومات أخرى ذات صلة عن المشروع مثل قائمة بأسماء أعضاء الائتلاف 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 دورا في تشكيل مجتمعهم، ولكنهم بحاجة إلى أن يعرفوا كيف يمكنهم أن يحدثوا farkا وكيفية جعل المشاركة المدنية جزء من حياتهم.

- استخدم مجموعة متنوعة من وسائل الاتصال والمناسبات الاعلامية والتثقيفية. لان أنماط التعلم عند الناس تختلف عن شخص لآخر كما تختلف اهتماماتهم بأنواع الانشطة المختلفة.
- رتب المناسبات بما يتناسب مع روتين الناس اليومي المزدحم. على سبيل المثال اذا اردت الوصول الى الآباء المشغولين بشؤون المعيشة نظم مناسبة لتثقيف المواطنين تستطيع الأسرة بأكملها أن تحضرها.
- اذهب إلى حيث يتواجد الناس، استفد من المعارض والمهرجانات والاسواق الجانبية على الممرات العامة والحفلات الموسيقية وغيرها من المناسبات المجتمعية التي يتوافد بها اعداد كبيرة من الناس لجذب اهتمام المواطنين إلى مشروعك.
- احصل على مساعدة الحلفاء من الجماعات التي تستهدفها، اطلب من احد الشباب مساعدتك في التخطيط لمناسبة تعجب أصدقائه أو اصدقائها اطلب من احد افراد الاقليات العرقية في مجتمعك المساعدة في صياغة رسائل فعالة.

- استفد من الاتصالات الالكترونية مثل التنبيه بالإجراءات التي ستتخذ، 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 وتحديثها 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 لمخاوف 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 ملجأ لإيواء المشردين وإجراء مسح حول مدى سهولة الحصول على الخدمات والبرامج المجتمعية. عند قيام منظمتك بالتخطيط لمثل 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 حققته من نجاح، وقم بتحديد الجوانب التي حققت فيها نجاحاً والجوانب التي لم يكن النجاح حليفها ولا تعتبر عدم النجاح في بعض الجوانب فشلا ولكن دون ذلك كملاحظة للمرة القادمة، وأخيرا:

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

