

الطبعة الثانية
٢٠١٣

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 1

ألــف بــاء المدافــعــة

معزّزة بدراسة حالات جديدة ومحدثّة

من الأردن ولبنان وفلسطين





الطبعة الثانية، كانون الثاني ٢٠١٣

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 3

تم تطوير هذا الدليل من الشعب الأميركي من خلال وكالة التنمية الدولية. ان مضمونه هو من مسؤولية مركز الشراكة للتنمية والديمقراطية وحده ولا يعكس وجهة نظر الوكالة أو حكومة الولايات الأميركية.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 2

I

ألف باء المدافعة
معزّزة بدراسة حالات محدثّة من الأردن ولبنان وفلسطين

تأليف: لينا علم الدين وكريستينا مانسفيلد، مركز الشراكة للتنمية والديمقراطية
ترجمة: باتريسيا يارد
تصميم الرسوم: مون ديزاين

لينا علم الدين، مديرة مركز الشراكة للتنمية والديمقراطية في لبنان وهو مركز يعمل لتعزيز مقاربة ثقافية للتنمية والديمقراطية. تتمتّع بخبرة واسعة في تدريب القادة السياسيين وناشطي المجتمع المدني في العالم العربي وهي مدافعة عن حقوق المرأة. تحمل منشورتها الأخيرة عنوان رزمة من أدوات العمل في مجال المدافعة حول سياسات تحرير التجارة وأثارها الاقتصادية والإجتماعية.

تعمل **كريستينا مانسفيلد** في مجال البحث وتعليم المدافعة منذ العام ٢٠٠٤ حين أصدرت منشورتها: «المدافعة في كمبوديا: زيادة فسحة الديمقراطية» وقد أجرت تدريبات في بلدان متنوعة منها كيرغستان وأوغاندا وهوندوراس ولبنان وفلسطين وهاييتي.

يعرض ألف باء المدافعة مبادىء واستراتيجيات وتقنيات حملات المدافعة الفعّالة في نسق سهل القراءة. ويقدّم القسم المخصص لحالات المدافعة من الأردن ولبنان وفلسطين رؤية عن كثب لأمثلة مأخوذة من المنطقة.

قامت منظمة «دان تشورتش أيد» (DCA) بتمويل الطبعة الأولى من هذه المنشورة المستندة إلى «السلسلة المتخصصة بالمدافعة» التي طوّرها «باكت كمبوديا» في العام ٢٠٠٤. نشكر شكرًا جزيلاً «معهد المدافعة والسياسة في كمبوديا» وبشكل خاص فكتوريا آير لتصميمها برنامج مدافعة ناجح للغاية. ونشكر ايضًا كولين بان الذي وضع الرسوم الأصلية.

الطبعة الثانية، قام بطبعه مكتب المبادرات الانتقالية من خلال مبادرات دعم المجتمع المدني في لبنان. تتضمن هذه الطبعة المزيد من الحالات مع تحليلات سياقية لمبادرات في المدافعة التي قادتها منظمات غير حكومية في لبنان والأردن. ساهم نيبوجا راديك، مسؤول قسم المدافعة في مبادرات دعم المجتمع المدني في لبنان في الحالات اللبنانية التي تم زيادتها على هذه الطبعة.
طبعت هذه النسخة بمساندة مكتب المبادرة الإنتقالية / الوكالة الأميركية للتنمية الدولية (USAID)
نشجّعكم على نسخ كلّ هذا الدليل أو جزء منه ومشاطرته مع الآخرين.

يمكنكم أيضًا تحميل نسخة الكترونية من هذه المنشورة من :
مركز الشراكة للتنمية والديمقراطية www.pcdd.org

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 5

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 4

المقدمة

تعدّ المدافعة عملية ديناميكية تعتمد بشكل كبير على السياق الثقافي والسياسي المحلي. وفيما لا يمكن تطبيق التقنيات بشكل عشوائي، فبعض المبادىء الرئيسة، مثل ضمان أن العملية تشمل الأشخاص الذين ندافع عنهم تصلح للإستخدام في جميع السياقات.

يهدف ألف باء المدافعة إلى تزويد جمهور مدافعي الشرق الأوسط بتعريف عن المدافعة، معززًا بدراسة حالات واقعية. تم وضع هذا الدليل إستجابة للإهتمام المتزايد الذي يبديه المجتمع المدني في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بالمواد المصممة للمنطقة، على يد ناشط مطّلع على حاجات المجتمع وليس شخصاً غريباً عنه. يبدأ القسم الأول بالتطرق إلى دور المجتمع المدني في المدافعة والمسائل المرتبطة بالسلطة والمبادىء المطلوبة للقيام بمبادرات ناجحة. يلي ذلك عرض لتخطيط الحملة، حيث يتعلّم القارىء كيفية وضع الأهداف والمؤشرات وتحليل المعنيين وتحديد الأهداف، بالإضافة إلى بلورة الرسالة وتحليل مواطن القوة والضعف وتعبئة الموارد للحملة. ثم في مرحلة التطبيق، يتمّ إستعراض ثلاث استراتيجيات مدافعة رئيسة بالتفصيل وهي: الضغط والعمل مع الإعلام وبناء الإئتلاف. أخيرًا، يجد القارىء تعريفًا عن مجال المدافعة الإلكترونية الناشىء ومبادىء تقييم المدافعة.

يعرض القسم الأخير ١٢ دراسة لحالات من الأردن ولبنان وفلسطين. تتراوح المواضيع ما بين مدافعة على المستوى المحلي لإعادة فتح مكتبة بلدية في لبنان وحملة وطنية في الأردن لتحسين وصول المعوقين إلى أقلام الإقتراع. ليست دراسات بالضرورة قصصًا ناجحة، بل هي تهدف إلى سرد المراحل التي مرّ بها المدافعون بأمانة، وهذا ما يجعلها أدوات تثقيفية قيّمة. تزوّد الحالات من الموارد حول التكتيكات الخلاقة بالإضافة إلى تحليل نقدي للتحدّيات التي واجهها المدافعون والدروس التي استقوها.

تحوي هذه الطبعة الجديدة عدداً من دراسة حالات محدّثة من الأردن ولبنان والتي تمحورت حول مدافعة الشباب ومشاركة المواطن. لا تروي الدراسات بالضرورة قصصاً ناجحةً، بقدر ما تهدف الى رواية المسار الذي سلكه النشطاء.
لهذا السبب، انها دراسات قيّمة بصفتها أدوات تعلّم. بالاضافة الى ذلك، تؤمن هذه الدراسات عدداً من المصادر حول التكتيكات المبتكرة والتحاليل النقدية للتحديات التي واجهت المدافعون والدروس التي تعلموها.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 7

جدول المحتويات

١- مقدمة

يتكلّم الجميع عن المدافعة هذه الأيام، لكن ماهي المدافعة؟ ١١
لماذا المدافعة مهمة؟ ١٣
ما هو دور المجتمع المدني في المدافعة؟ ١٣
لماذا علينا فهم السلطة؟ ١٥
ماذا علينا أن نعرف عن السلطة؟ ١٥
كيف تؤثر بُنى السلطة على اختيارنا لإستراتيجية المدافعة؟ ١٦
ما هو دورنا كمدافعين؟ ١٧
إلى ماذا نحتاج حتى نكون ناجحين؟ ١٨

٢- التحضير لحملة المدافعة

ما هي خطوات حملة المدافعة؟ ٢٣
الخطوة الأولى **حدد المشكلة** Identify the problem ٢٤
شجرة المشكلة ٢٤
استطلاعات الرأي العام ٢٥
الخطوة الثانية **ابحث** Research ٢٧
مراجعة مكتبية ٢٧
طرق البحث ٢٨
الخطوة الثالثة **خطط** Plan ٢٩
أ- تحديد الأهداف العامة (Goals) والأهداف الخاصة (Objectives) ٢٩
ب- تحديد المؤشرات ٣٠
ج- تحديد المعنيين ٣١
د- وضع خريطة للمعنيين ٣٢
ه- تحديد الاهداف ٣٤
و- اعتماد خطة ٣٦
ز- بلورة رسالة المدافعة ٣٧
ح- تحليل مواطن القوة والضعف ٣٩
ط- تعبئة الموارد ٤٠
الخطوة الرابعة **طبّق** Implement ٤٤
الاستراتيجية الأولى: الضغط ٤٤
أ- ماهي العملية التشريعية؟ ٤٥
ب- من أين نبدأ بالضغط؟ (المداخل) ٥٠
ج- ماذا علينا ان نعرف ايضًا عن العملية التشريعية؟ ٦٦
د- كيف نقوم بتحليل المشرّعين؟ ٦٧
ه- كيف بإمكاننا تحضير حجج مقنعة للمشرّعين؟ ٦٩
و- كيف نوجد فرصًا لمقابلة المشرّعين؟ ٧٠

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 6

جدول المحتويات

الإستراتيجية الثانية: العمل مع الإعلام ٧٢
أ- لماذا علينا أن نعمل مع الإعلام؟ ٧٣
ب- كيف نجذب انتباه الإعلام؟ ٧٤
ج- كيف ننشىء علاقات مع الإعلام؟ ٧٥
د- أيّة أدوات يمكننا استخدامها لمقاربة الإعلام؟ ٧٦
ه- ما هي المدافعة الإلكترونية؟ ٨٣
و- لماذا نحتاج إلى متابعة الإعلام؟ ٩٠
الإستراتيجية الثالثة: بناء إئتلاف ٩٢
أ- ما هو الإئتلاف؟ ٩٢
ب- لماذا علينا بناء ائتلاف؟ ٩٣
ج- ما هي عوامل الإئتلاف الأساسية؟ ٩٥
د- كيف بإمكاننا تعزيز القيادة في الإئتلاف؟ ٩٦
ه- كيف بامكاننا اتخاذ قرارات عادلة ضمن مجموعة؟ ٩٨
و- كيف بإمكاننا إدارة النزاع ضمن الإئتلاف؟ ٩٩
ز-عينة عن نشاطات المدافعة ١٠٠
الخطوة الخامسة قيّم Evaluate ١٠١

حالات

لبنان

سن وصاية الطفل ١٠٨
امتثال القانون اللبناني لاتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة ١١٢
حملة «حقي» ليصوت الأشخاص المعوقين بكرامة واستقلالية ١١٦
حملة «حقّنا نعرف» للمختفين ١٢٠

الأردن

قانون الحقوق ١٢٥
حملة ضد الزواج المبكر ١٢٩
قانون حماية الأسرة ١٣٢
خدمات المعلومات للشّبان ١٣٦

فلسطين

تعديل قانون العقوبات ١٤٠
مكافحة العنف ضد المرأة ١٤٥
برلمان نموذجي فلسطيني: النساء والتشريعات ١٤٩
حقوق المرضى ١٥٢
الكوتا النسائية للسلطات المحلية ١٥٦

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 9

حالات جديدة

الأردن

حملة تكافؤ لتعزيز الحق في الاقتراع للأشخاص ذوي الإعاقة في الانتخابات النيابية ٢٠١٠ ١٦١

مركز قرى الشمال للتدريب وإدارة المشاريع - اربد ١٧١

لبنان

مبادرة خاصة بطريق بعلبك ١٧٧

أنشطة ما بعد المدرسة للشباب المعرّضين للخطر ١٨٤

المكتبة العامة في مدينة صيدا ١٩٣

مراجع ١٩٩

قاموس المصطلحات ٢٠٢

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 8

١

مدخل الى المدافعة

مدخل الى المدافعة

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 11

« لن تنجح الملايين من الجداول الصغيرة يومًا في اجتياز الصحراء، فمياهها ستضيع في غور الرمال . ولكن إن اجتمعت كوّنت نهرا كبيرًا بما يكفي للعبور» .

جبران خليل جبران

١ -المقدمة

يتكلّم الجميع عن المدافعة هذه الأيام، لكن ماهي المدافعة؟

إن سبق أن طرحتم هذا السؤال، فهذا الكتاب موجّه لكم. فنحن نشرح المفهوم بأبسط العبارات، لكي تتمكنوا أنتم كأشخاص تعملون لتطوير مجتمعكم من استخدام مهارات المدافعة للمضي قدمًا بقضيتكم.

ثمة العديد من الطرق لوصف «المدافعة»، تمامًا كما ثمة العديد من الأطياف للّون «الأزرق»، لكنّها جميعها تتمتّع بقاسم مشترك، وهو مجموعة مهارات وأفعال للتأثير بالأشخاص النافذين ليتخذوا قرارات تفيد الذين يملكون نفوذًا أو موارد أقلّ.

فيما أنّه ليس من الضروري أن يكون أصحاب القرار دومًا أشخاصًا يعملون في الحكومة، وهذا هو الحال غالبًا. بالتالي، فالمدافعة تقوم عادة على التأثير في السياسات العامّة. ويمكن أن تتضمّن إدخال أو تعديل قوانين وأنظمة تؤثّر بموازنات الحكومة وبرامجها وخدماتها. بامكاننا أيضًا المدافعة لتغيير ممارسات ليست سياسية أو قانونية، مثل عادة الزواج المبكر في بعض البلدان.

المدافعة، بأبسط العبارات، هي:

- **مجموعة افعال** = نشاطات منسّقة.
- **استراتيجية** = مدروسة، مخطط لها، تأخذ الإطار العام والأحداث الحالية بعين الإعتبار.
- **مصممة لإقناع** = حجج سليمة، مبنية على دراسات متينة، مقدّمة بطريقة مقنعة.
- **أشخاص آخرين** = صانعو القرار أو الأشخاص الذين بإمكانهم التأثير بهم.
- **أن ما تريدونه** = هدف تغيير محدّد
- **هو ما يريدونه** = فهم حاجاتهم ومصالحهم وإظهار أن لديكم حاجات ومصالح مشتركة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 13

- تهدف المدافعة إلى بناء توافق آراء حول فكرة، وليس فرضها على الآخرين.

- تهدف المدافعة إلى تغيير طريقة اتخاذ القرارات، وليس حلّ قضية واحدة. يمكن أن تتضمن هذا التشريعات الوطنية والأنظمة والبرامج والممارسات والتخصيصات والإجراءات والمناهج المحلية. في كلّ مرّة تودّون فيها تغيير قواعد اللّعبة، وليس فقط نتيجة قضية واحدة، تكون المدافعة أداة مفيدة.

لا تستهدف المدافعة فقط صانعي القرار الذين يعملون في الحكومة. بإمكاننا المدافعة لتغيير سياسات في منظّمتنا أو شركتنا. حين نحاول التأثير على المدراء في الشركة لتوظيف المزيد من النساء أو إعطاء الرجال والنساء أجرًا متساويًا، نكون في صدد ممارسة المدافعة.

- تتطلّب المدافعة دعوة إلى التحرّك وليس فقط زيادة الوعي. تهدف الحملة الإعلامية إلى زيادة المعرفة الفردية وتغيير التصرفات. وتسعى المدافعة إلى تغيير السياسة والطلب من الأفراد الإنضمام إلى الحملة. بالتالي، علينا دومًا ان نطرح السؤال: ماذا تطلب حملتنا من الناس أن يفعلوا؟

- تقوم المدافعة على الدفاع عن حق أو عرض مشكلة واقتراح حلّ واقعي.

يمكن أن تأخذ المدافعة وقتاً طويلاً، لأنها تسعى إلى تغيير المواقف والسلوك. مثلاً، بدأت النساء في الولايات المتحدة بالتنظيم الجدّي للحصول على الحقّ بالتصويت في العام ١٨٥٠. لكنهن لم يحصلن على مطلبهن إلا في عام ١٩٢٠.

الآن بتنا نفهم ما هي المدافعة، لكن لماذا علينا أن نهتم بالمدافعة ؟ لنبدأ بإستعراض ما الذي يجعل المدافعة مهمة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 12

لماذا المدافعة مهمة؟

نحن، بصفتنا فاعلين في مجال التنمية أو عاملين في المجتمع أو مواطنين حريصين، نعمل دومًا لتحقيق التغيير. إن كانت مهمّتنا مساعدة المجموعات المهمّشة، فبإمكاننا تأمين خدمات لها. غير أنّه، على المدى الطويل، لن يتحسّن الوضع إلا إن استطعنا تغيير طريقة اتخاذ القرارات، وضمان إيصال صوت الاشخاص المتأثرين بها.

هذه هي العبرة التي استقاها الفاعلون في مجال التنمية حول العالم خلال الثمانينيّات والتسعينيات. واليوم، نرى تشديدًا متزايدًا على تغيير طريقة اتخاذ القرارات بدل توفير خدمات لمساعدة الأشخاص فقط.

تقضي المدافعة بتعلّم المهارات لبناء الدعم كي يتّخذ الأشخاص النافذون قرارات أفضل.

تتمتّع المدافعة أيضًا بوظائف مهمة أخرى. فبالإضافة إلى حلّ مشاكل محددة، تساهم المدافعة في تحفيز الإلتزام المدني وتقوية المجتمع المدني وتعزيز الديمقراطية. إنها تقوم على ممارسة الحقوق وحمايتها وزيادة الوعي حيال المشاكل على مستوى المجتمع. من هذا المنطلق، تعتبر المدافعة أداة لزيادة مشاركة المواطنين في القرارات التي تتخذها الحكومات والهيئات النافذة الأخرى.

ما هو دور المجتمع المدني في المدافعة؟

يضطلع المجتمع المدني بأربعة أدوار وهي:

١. تقديم خدمات إجتماعية.
٢. الشراكة مع الحكومة في تخطيط التنمية وتعزيز التفاهم حول نظام لامركزي للحكومة.
٣. تأدية دور مراقب للحكومة والقطاع الخاص.
٤. المدافعة عن مصالح مكوّناته.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 15

ما هي العوائق التي قد تؤثّر على عمل المجتمع المدني في مجال المدافعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا؟

عوامل السياق (Context Factors)

تشكل العوامل التالية التي تدخل ضمن السياق عوائق في وجه المدافعة:

- مراقبة الحكومة لنشاطات المجتمع المدني أو الحدّ منها.
- غياب السلام والأمن، ما يؤثّر سلبًا على إصلاح السياسات.
- غياب مشاركة المجتمع المدني في عملية رسم السياسات.
- طغيان عقلية الخدمات ضمن منظمات المجتمع المدني بدل المدافعة عن حقوق المواطنين.
- غياب الإعلام المستقل.
- نفاذ محدود إلى المعلومات.
- قوانين صعبة مفروضة على المنظمات غير الحكومية.

عوامل تنظيمية داخلية (Internal Organizational Factors)

تشكّل أيضًا العوامل التنظيمية الداخلية التالية عوائق أمام المدافعة:

- غياب الخطط الإستراتيجية لدى المنظمات غير الحكومية.
- عدم وضوح أهداف الحملة لجميع أعضاء المجموعة.
- غياب الموارد البشرية المتخصصة في تصميم حملات المدافعة وتطبيقها.
- ضعف في الحاكمية (Governance) وإدارة الموارد ضمن المنظمات غير الحكومية.
- تشبيك ضعيف بين المنظمات غير الحكومية:
  - روح تنافسية/ عدم تعاون
  - إلتزام ضعيف بالقضية
  - صعوبات في التمويل
  - ضعف في التوثيق وتشاطر المعلومات

تفادوا إعتبار الحكومة حكمًا كخصم. فغالبًا ما تحصدون الكثير من الفوائد من جرّاء العمل في شراكة مع الحكومة. لكن في أحيان أخرى، تكون ممارسة الضغط ضرورية. لذا دعوا السياق يملي عليكم مقاربتكم.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 14

لماذا علينا فهم السلطة؟

يمكن أن تؤدي حملات المدافعة الناجحة إلى تغييرات في علاقات السلطة مع المجتمع. بغية أن تكون فعّالة، تتطلّب حملة المدافعة مقاربة مختلفة بحسب نوع علاقات السلطة التي نواجهها. إن فهمنا علاقات السلطة جيدًا، بإمكاننا تصميم حملة أكثر فعالية. لكن أولاً، علينا تعلّم القليل بعد عن السلطة...

ما الذي نحتاج إلى معرفته حول السلطة؟

السلطة هي القدرة على السيطرة أو التأثير بالأشخاص والأحداث. تشكّل جميع العلاقات بين الأفراد والمجموعات والمؤسسات توازنًا في السلطة يؤثّر على اتخاذ القرارات.

قد يكون توازن السلطة: [١]

- متساويًا/ غير متساوٍ مثلاً: حين يتخذ شخص كلّ القرارات والآخر لا يفعل، تعتبر العلاقة غير متساوية.
- عادلاً/ غير عادل مثلاً: تخيّلوا شركة كبيرة مترسّخة ومؤسسة جديدة تتزاحمان في سوق تنافسية. لا تملك الشركتان القدر نفسه من السلطة، لكن إن كان النظام عادلاً، فلدى الشركة الجديدة فرصة في المنافسة والنمو من خلال توفير منتوجات وخدمات جيدة بسعر منطقي.
- متوقّعًا/غير متوقّع. مثلاً: يعوّل الرضيع بشكل كامل على والديه. لكن يتوقّع أن تتغيّر العلاقة مع الوقت.

تعتبر علاقات السلطة مختلفة بين شخص وآخر ضمن هذه العلاقة.

[١] المدافعة: ما هي؟ واتر إيد (٢٠٠١)

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 17

كيف تؤثر بنى السلطة على اختيارنا لإستراتيجية المدافعة؟[٢]

يمكن تحليل السلطة بحسب ما إذا كان يتم إشراك الأشخاص أو إقصاؤهم من القرارات التي تؤثّر بهم.
يمكن استخدام ثلاث فئات لوصف بنى السلطة: منفتحة، منغلقة وخفية.

	ما هي استراتيجيتنا؟	
بنية سلطة منفتحة في نظام سلطة منفتحة، يتم إشراك الأشخاص المتأثرين بالقرار في اتخاذه. ولدى الجميع الفرصة للمدافعة عن قضيتهم.		**مقاربة المصلحة العامة** في بنية سلطة منفتحة، تركّز استراتيجية المدافعة الخاصة بنا على تنظيم حملة مقنعة مبنية على أبحاث وحجج سليمة.
بنية سلطة منغلقة في نظام سلطة منغلقة، يتم إقصاء الأشخاص المتأثرين بالقرار عن اتخاذه. ولن يسمح المستأثرون بصنع القرارات بالإعتراف سوى ببعض المسائل والمجموعات.		**مقاربة تحرّك المواطنين** في هيكلية سلطة منغلقة، تركّز استراتيجية المدافعة الخاصة بنا على زيادة سلطة المجموعات المتأثرة. يمكن القيام بذلك من خلال بناء قيادة من بين المواطنين العاديين وتشكيل الإئتلافات.
بنية السلطة الخفية في نظام خفي، تسيطر على الأشخاص المعنيين بالقرارات كيانات نافذة تستخدم المعلومات للتلاعب بوجهات النظر والمعايير. يمكن للمؤسسات الدينية والتعليمية وكذلك للإعلام أن يقولبوا وجهات النظر ويحافظوا على التقاليد الإجتماعية.		**المقاربة التغييريّة** في بنية سلطة خفية، تركّز استراتيجية المدافعة الخاصة بنا على زيادة الوعي وعلى تقوية المجموعات المتأثرة. يمكن القيام بذلك من خلال تعزيز الوعي السياسي والثقة والحس بالحقوق وتحديد المسائل الملحّة التي تشكّل تحديات للبنى.

[٢] جون غافنتا (١٩٩٩). معلومات المواطن، قدرات المواطن وبناء الديمقراطية، الفصل التاسع.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 16

خلاصة: في نظام سلطة **منفتح**، تعتمد المدافعة بشدّة على تقديم حجج مقنعة. وفي نظام **منغلق**، تعوّل المدافعة على تعبئة سلطة الشعب. أما في نظام **خفي**، فتركّز المدافعة على زيادة الوعي وبناء الحسّ بالحقوق.

الآن، بعد ان فهمنا السلطة، بإمكاننا البدء بمناقشة دورنا كمدافعين.

ملاحظة
تشير هذه الفئات إلى علاقات السلطة، وليس إلى أنظمة الحكم.

ما هو دورنا كمدافعين؟

بعد تحليل علاقات السلطة، علينا التفكير في ما يجب أن يكون دورنا كمدافعين. هذا مهمّ لأن حملتنا ستفشل على الأرجح إن انحرفنا كثيرًا عن الدور المناسب.

عند المدافعة عن المجموعات المتأثرة، ثمة العديد من الأدوار التي بإمكاننا تأديتها لمساعدتنا على تحقيق هدفنا. من المهم ايضًا أن نكون حساسين إزاء حاجات المجموعات المتأثرة ورغباتها لكي نختار الدور الأنسب للوضع. يمكن أن يتضمّن دورنا النشاطات التالية:

- **مفاوضة** المساومة للحصول على شيء.
- **مرافقة** مكالمة الناس.
- **تمكين** منح الناس القدرة للتحدث عن أنفسهم.
- **تمثيل** التكلّم بإسم الشعب.
- **وساطة** تسهيل التواصل بين الناس.
- **تقديم نموذج** تعليم كيفية التصرف للناس أو صانعي السياسات.
- **تشبيك** بناء الإئتلافات.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 19

تجدر الإشارة إلى أنّه ما من دور للمدافع كـ«مطبّق» أو « نجم». يرافق دومًا المدافع الجيد المجموعة المتأثرة بطريقة أو بأخرى ولا يعتبر نفسه أبدًا اللاعب المحوري.

لا يكفي أن نفهم دور المدافع، بل من الضروري أيضًا أن نفهم النقاط الخمس التالية التي علينا القيام بها حكمًا لنكون ناجحين في المدافعة...

إلى ماذا نحتاج حتى نكون ناجحين؟[٣]

حتى وإن فهمنا دورنا بوضوح، لا يمكننا ضمان أن حملتنا ستعطي النتائج المرجوّة. غير ان التجارب أظهرت أن فرصنا بالنجاح تزداد بشكل كبير حين نطبق الممارسات الجيدة التالية:

١. تشجيع المشاركة

أي إشراك أكبر عدد ممكن من الناس في اتخاذ القرارات خلال حملة المدافعة. سيضفي كل مشارك مهاراتٍ ومعارفَ وموارِدَ وأفكاراً مختلفة. حين نشجّع المشاركة، نعطي المجموعات المتأثرة حسًا بامتلاك العملية ونزيد في نهاية المطاف احتمال النجاح.

٢. ضمان الشرعية

يجب على كلّ حملات المدافعة، بغية أن تكون شرعية، أن تكسب ثقة الناس والمجتمعات التي تمثّلها. ويتم هذا من خلال احترام تنوّع آراء الأفراد في المجموعات المتأثرة وخبراتهم. تحوز المنظمات الشرعية بطرق متنوعة.

كيف تكسب المنظمة شرعية؟

- نوفّر خدمات للمجموعات المتأثرة.
- نضمّ المجموعة المتأثرة إلى أعضائنا أو طاقمنا أو مجلس إدارتنا.
- تطلب منّا المجموعة المتأثرة تمثيلها.
- أجرينا أبحاثًا حول المشكلة.
- نحن نبني قدرات المجموعة المتأثرة.
- لدينا خبرة في العمل على المشكلة.
- لدينا سمعة جيدة ومصداقية عالية.

[٣] مجموعة أدوات المدافعة: فهم المدافعة، غراهام غوردون، تير فاند (٢٠٠٢)

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 18

٠٣ الخضوع للمساءلة

نكون قابلين للمساءلة حين نناقش تقدّم الحملة (ومشاكلها) بانفتاح وصراحة مع المجموعة المتأثرة. ستخفف هذه العملية أيضًا المغريات التي نواجهها لاستغلال السلطة وستساعدنا على تفادي الفساد في حملة المدافعة خاصتنا.

٠٤ العمل بسلام

عدم اللجوء إلى العنف لتحقيق أهداف المدافعة. ليس العنف أبدًا حلاً مستدامًا طويل الأمد. فحين يبدأ العنف، تصبح السيطرة عليه مستحيلة. أما المدافعة السلمية، فتكسبكم دعم كلّ من مؤيديكم ومعارضيكم.

٠٥ تمثيل

المجموعات المتأثرة. الإصغاء إلى المجموعات المتأثرة وبلورة استراتيجية معها وإعلامها بأي مخاطر أو تحدّيات والعمل معًا. وكلّما أمكن بناء قدراتها للمدافعة عن نفسها.

تبدو هذه المبادىء سهلة. الحقيقة هي أننا غالبًا ما نقول إننا نطبقها في حين أننا لا نفعل. بما أن نجاحنا يعوّل بشدّة على هذه المبادىء، من المهمّ أن نستمر بالتساؤل ما إذا كنّا حقًا نطبّقها.

في هذا القسم، تطرقنا إلى العوامل الداخلية للنجاح. كما أن العوامل الخارجية هي أيضاً مهمة للغاية، مثل:

- الإنفتاح على الديمقراطية
- عدم انحصار سلطة الحكومة في أيدي البعض
- تفسير مسؤولي الحكومات لكيفية اتخاذ القرارات
- عدم سيطرة بعض الشخصيات النافذة على الإعلام

الآن بعد أن بات لدينا فهم مبدئي لمفاهيم المدافعة، بإمكاننا البدء بتطوير حملتنا.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 21

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 20

٢

التحضير لحملة المدافعة

مهارات التحضير

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 23

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 22

٢ - التحضير لحملة المدافعة

ما هي خطوات حملة المدافعة؟

يستخدم المدافعون حول العالم نموذجًا مماثلاً لتصميم حملات فعّالة. إن الخطوات الأساسية هي:

- **الخطوة الأولى:** حدد المشكلة
- **الخطوة الثانية:** إبحث وحلّل
- **الخطوة الثالثة:** خطط
- **الخطوة الرابعة:** طبّق
- **الخطوة الخامسة:** قيّم



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 25

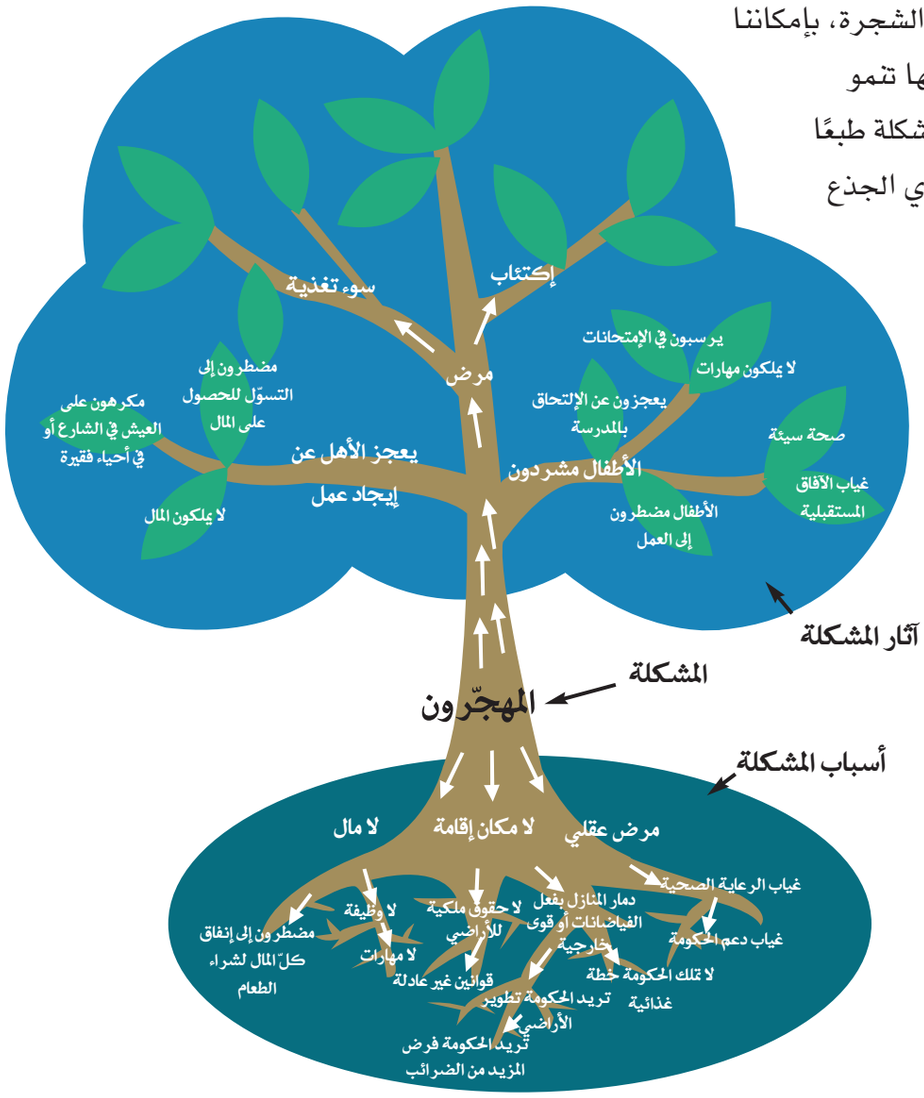


الخطوة الأولى حدّد المشكلة

تكمن الخطوة الأولى في تحضير حملة المدافعة في تحديد المشكلة وتثقيف أنفسنا عن أسبابها وتأثيراتها. يجب أن نتأكّد من أننا نعمل على المشكلة الصحيحة. وتعدّ شجرة المشكلة الأداة الممتازة لهذه المهمة.

شجرة المشكلة

غالبًا ما تشبه المشاكل هيكلية الشجرة. إن تخيّلنا أن المشكلة الأهم هي جذع الشجرة، بإمكاننا رؤية جميع الآثار المتصلة بها تنمو كالأغصان. لدى شجرة المشكلة طبعًا أسباب عميقة متجذّرة تغذّي الجذع والأغصان.



بإمكاننا وضع شجرة مشكلة من خلال سؤال أنفسنا «لكن لماذا؟» عند التطرق إلى كُل أوجه المشكلة.

بعد تحديد آثار (الأغصان) وأسباب (جذور) مشكلتنا، قد نكتشف أنّه ثمة مشاكل أخرى علينا التطرّق إليها. يتعذّر علينا معالجة جميع

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 24

المشاكل، لذا من المهم تحديد الأولويات وتقرير أية مشكلة هي الأهمّ والأكثر واقعية للتطرّق إليها أولاً.

حين نقرّر كمنظمات غير حكومية البدء بقضية مدافعة، نحتاج إلى دعم مؤسساتي داخلي من المستوى الأعلى إلى الأدنى.

- حدّد المشكلة
- شجرة المشكلة
- استطلاع الرأي العام

- إبحث
  - مراجعة مكتبية
  - طرق البحث
- خطط
  - أ- الأهداف العامة والخاصة
  - ب- المؤشرات
  - ج- المعنيّون
  - ج- الأشخاص المستهدفون
  - د- استراتيجية
  - هـ- الرسالة
  - و- مواطن القوة والضعف
  - ز- تعبئة الموارد



تحليل المشاركين لشجرة المشكلة.

استطلاع الرأي العام

بعد تحديد المشكلة، علينا التحقّق من أنّ المجموعة المتأثرة تعتبرها أولوية، مثلاً من خلال إجراء استطلاع رأي عام صغير. يعتبر من أهم أسباب فشل حملة مدافعة عدم فهمنا للحاجات والمصالح الفعلية للمجموعات المتأثرة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 27

ما هو إستطلاع الرأي العام؟

ليس تحليلاً معمّقًا للسياسة بل صورة خاطفة عن شعور الجمهور.

إن كان الناس غير مهتمين بالمسألة، هذا لا يعني أنّها لن تكون قضية جيّدة. ببساطة هذا يعني أننا لن نضطر إلى القيام بالمزيد من الأعمال التحضيرية. مثلاً، قد لا تهتم النساء المتأثرات بالعنف الأسري بالإنضمام إلى حملة قبل ما أن يعين حقوقهنّ ويشعرن أنهنّ متمكنات.

لماذا يجب أن تستعين المنظمات غير الحكومية باستطلاع رأي عام؟

- لمعرفة رأي الناس وشعورهم إزاء قضيتكم
- الخطوة الأولى في اختيار محط تركيز حملة المدافعة
- لمعرفة شعور شرائح مختلفة من المجتمع حيال قضيتكم (مهمّ لاختيار الأشخاص المستهدفين وقولبة رسائلكم، إلخ . . .)
- لمتابعة التغيّرات في الرأي العام مع الوقت
- لإقناع السياسيين بوجود دعم شعبي لموقفكم (يكون فعالاً بالأخص إن أجريتم الإستطلاع في المحافظة التي يمثلها السياسي)
- لجذب انتباه الإعلام إزاء قضيتكم .

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 26



الخطوة الثانية إبحث

بعد تعريف المشكلة وتحديدها، تكمن الخطوة التالية في إجراء المزيد من الأبحاث المعمّقة حولها.

يجب أن نكون مطّلعين تمامًا على المشكلة إن أردنا إقناع الأفراد والمؤسسات بتغيير السياسات نحو الأفضل. انتبهوا، السياسات الموضوعية تثقفنا وتثقف مؤيّدينا حول أسباب المشكلة وآثارها. يقترف العديد من القيمين على الحملات خطأ تطبيق حملات المدافعة قبل القيام بالأبحاث حول المشكلة. تذكّروا: المعلومات هي نوع من السلطة والأبحاث توفّر المعلومات التي نحتاج إليها!

مراجعة مكتبية

> يجب دمج نتائج الأبحاث في كلّ خطوة من الحملة. كما يجب تلخيصها في نسق سهل القراءة يمكن أن يستخدمه صانعو القرارات السياسية والصحافيّون بسهولة، ولا يجب أن يتخطى أبدًا الصفحة أو الإثنتين

من المهمّ البناء على أعمال الآخرين وعدم البدء من نقطة الصفر. ثمة أصلاً وفرة من المعلومات حول قضايا متاحة لنا على شبكة الإنترنت وفي المكتبات والدوائر الحكومية والمنظمات غير الحكومية، ومن المهم البدء بمراجعة مكتبية للمواد الموجودة. إن لم تكن البيانات حول قضية المدافعة متوفرة لمنطقتنا، بإمكاننا إستخدام بيانات من حالات مماثلة من مناطق أو حتى بلدان أخرى لدعم حججنا. تعتبر البيانات الإحصائية مفيدة بشكل خاص في إقناع صانعي القرار حول عدد الأشخاص المتأثرين.

غير أنّه ما من بديل للإستماع مباشرة إلى المجموعة المتأثرة. بإمكاننا تعلّم الكثير حول المشكلة من خلال إجراء إستطلاعات رأي ومقابلات ومناقشات لمجموعات التركيز، وبمجرّد مراقبة كيفية إدارة المجموعة المتأثرة للمشكلة وتعايشها معها، سيغني بحثنا وحلّنا المقترح بشكل كبير.

حدّد المشكلة
شجرة المشكلة
استطلاع الرأي العام

إبحث
مراجعة مكتبية
طرق البحث

خطط
أ- الأهداف العامة والخاصة
ب- المؤشرات
ج- المعنيّون
ج- الأشخاص المستهدفون
د- الإستراتيجية
هـ- الرسالة
و- مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 29

طرق البحث

طريقة	تعريف	فوائد	تحديات
استمارات أسئلة واستطلاعات رأي	استمارات تحتوي مجموعة أسئلة تطرح على عدد مهم من الأشخاص، من وجهة نظر إحصائية، كطريقة لجمع المعلومات	سهلة الإستخدام للعديد من الناس	غير شخصية
مقابلات غير رسمية	حوار يتم خلاله مناقشة الوقائع والتصريحات ويأخذ علمًا بها.	مرنة وشخصية	تتطلب وقتًا كثيرًا ويصعب تحليلها بموضوعية
مراجعة الوثائق	إستعراض المواد المتوفرة حول الموضوع ودراسة الممارسات الدولية الفضلى	شاملة	تتطلّب وقتًا طويلاً وغير مرنة
مراقبة	عملية جمع المعلومات حول وضع المشكلة في المجتمع	رصد العمليات ساعة حصولها، قابلة للتكييف	غير موضوعية ومعقّدة
مجموعات تركيز	جمع مجموعات صغيرة من الناس لمناقشة المشكلة والبحث في حلول ممكنة	دراسة معمّقة للمشكلة	تعطي معلومات نوعية حول التفضيلات والمعتقدات التي قد لا تتشاطرها كلّ المجموعة التي أجري استطلاع الرأي عليها، ما يجعل التوصّل إلى خلاصات عامة أمرًا صعبًا

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 28



الخطوة الثالثة خطّط

يعدّ تحضير الخطة من أهم الخطوات في حملة المدافعة ويجب القيام بذلك بحذر شديد. في هذا القسم، سنتطرّق إلى:

أ- تحديد الأهداف العامة والخاصة والمؤشرات
ب- تحليل المعنيين
ج- تحديد الأشخاص المستهدفين
د- إعتماد استراتيجية
هـ- بلورة الرسالة
و- تحليل مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد من أجل الحملة

حدّد المشكلة
شجرة المشكلة
استطلاع الرأي العام
إبحث
مراجعة مكتبية
طرق البحث
خطط
أ- الأهداف العامة والخاصة
ب- المؤشرات
ج- المعنيّون
ج- الأشخاص المستهدفون
د- استراتيجية
هـ- الرسالة
و- مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد

أ- تحديد الأهداف العامة والخاصة

الأهداف العامة Goals

تعبّر الأهداف العامة عن التغييرات المبتغاة في السياسات أو الممارسات التي نودّ تحقيقها في غضون فترة زمنية محددة. يسمّى ذلك عادة تحسين نوعية حياة مجموعة محددة. ويساعدنا إمتلاك هدف واضح في تحديد حملة المدافعة.

عينة عن هدف عام

« جعل العنف الأسري معروفًا ومعتبرًا كجريمة وانتهاك من المجتمع والنظام القانوني للحقوق الأساسية.»

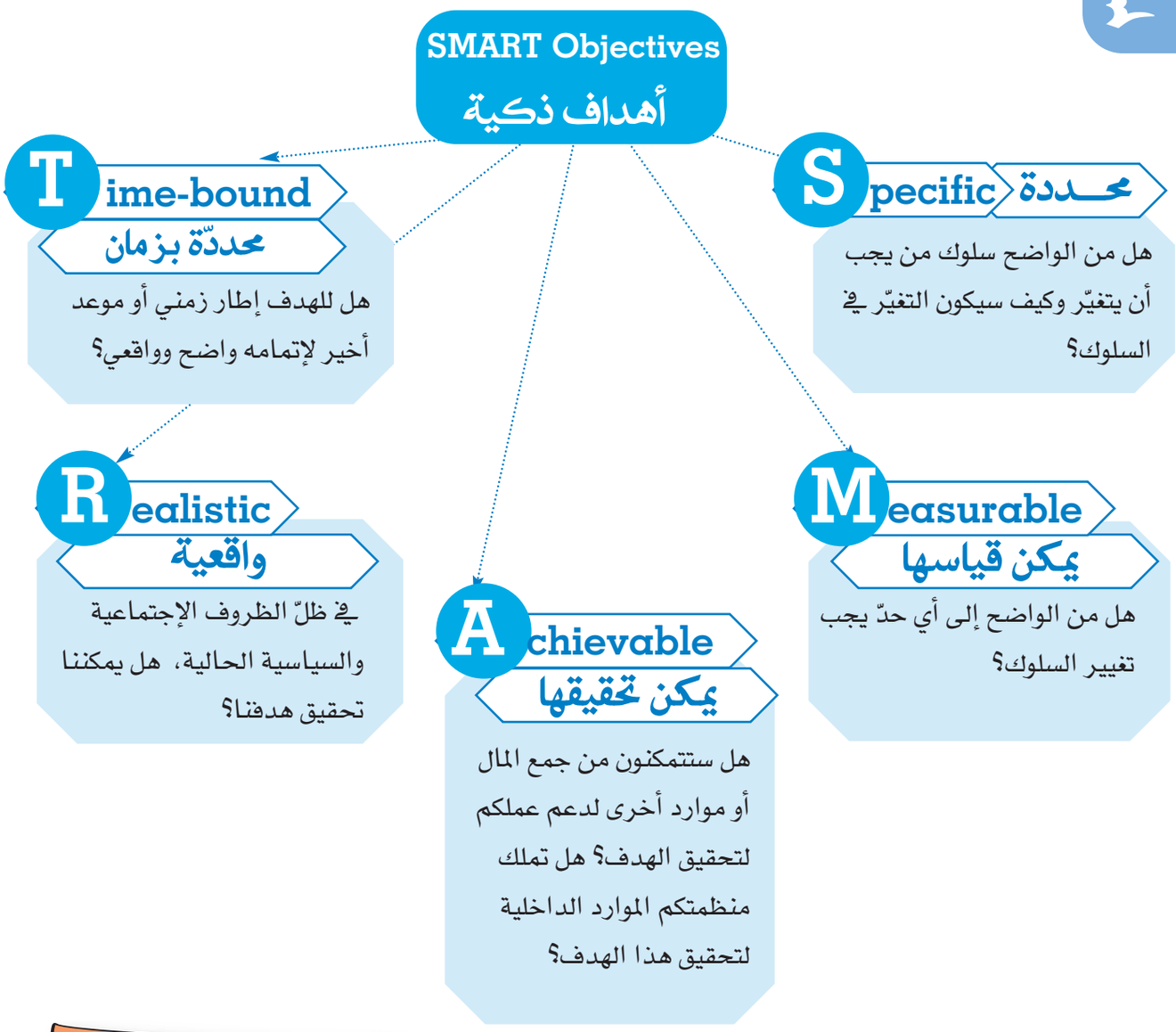
الاهداف الخاصة Objectives

تحدّد الاهداف الخاصة التغيير المبتغى: ما الذي سيحقق، مع من ، كيف وفي أي مدّة زمنية. يجب ذكر الأهداف بطريقة تسمح بقياس تنفيذها بوضوح. ويجب أن تتضمن الوجهين الكمّي (العدد) والنوعي (الجودة). يجب أن تكون الأهداف الخاصة الجيدة ذكية SMART :

هدف خاص

«في غضون عام، أظهر ٧٥٪ من الشرطة زيادة ٥٠٪ في مجال المعرفة في قانون العنف الأسري.»

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 31



من المجدي تخصيص وقت لبلورة أهداف واضحة. إن قمتم بذلك، ستجدون أنكم ستتمكنون من وضع بقية استراتيجية المدافعة بطريقة أسرع بكثير.

ملاحظة

احترسوا من النشاطات المتنكرة كأهداف. فالنشاطات هي الوظائف التي يجب أن نؤدّيها لتحقيق الهدف.

ب- تحديد المؤشرات

بعد وضع أهدافنا، علينا تحديد مؤشرات لها. تعتبر المؤشرات دلائل تعلمنا أننا نحرز تقدّمًا بإتجاه تحقيق أهدافنا. ويمكن أن تكون كمّية أو نوعية.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 30

يمكن أن يكون تحديد مؤشرات نشاطات المدافعة صعبًا لسببين: أولاً، يمكن أن تستغرق الحملات عقودًا، ثانيًا، يعتبر الهدف النهائي تغيير الإرادة السياسية، وهذا أمر يصعب قياسه. غير أنّه من الممكن تحديد مؤشرات تساعدنا على معرفة ما إذا كنّا نحرز تقدّمًا.

عينة عن هدف عام

« جعل العنف الأسري معروفًا ومعتبرًا كجريمة وانتهاك من المجتمع والنظام القانوني للحقوق الأساسية.»

هدف ذكي

«في غضون عام، أظهر ٧٥٪ من الشرطة زيادة ٥٠٪ في مجال المعرفة في قانون العنف الأسري.»

مؤشر

نتائج الاستبيان الذي أجري لرجال الشرطة

حدّد المشكلة
شجرة المشكلة
استطلاع الرأي العام

إبحث
مراجعة مكتبية
طرق البحث

خطط
أ- الأهداف العامة والخاصة
ب- المؤشرات
ج- المعنيّون
ج- الأشخاص المستهدفون
د- استراتيجية
هـ- الرسالة
و- مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد

ج- تحديد المعنيين

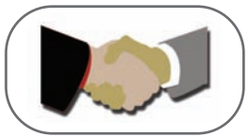
الآن بعد أن حددنا أهدافنا ومؤشراتنا، بإمكاننا البدء بالتفكير في من يجب أن تستهدف حملتنا. علينا القيام بذلك أولاً من خلال تحديد جميع المعنيين المحتملين وتضييق خياراتنا بحسب مستوى تأثيرهم.

تعريف: المعنيون

المعني هو أي شخص لديه مصلحة مباشرة في نتيجة حملتنا. يتضمّن المعنيّون الأشخاص المتأثرين مباشرة بالمشكلة والمجموعات المسؤولة عن التسبب بالمشكلة والمجموعات المهتمّة بحلّها.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 33

يمكن تقسيم المعنيين إلى ثلاث مجموعات: الحلفاء والمحايدون والمعارضون



الحلفاء Allies

الحلفاء هم الأشخاص والمنظمات الذين يدعمون حملة المدافعة خاصتنا. إنّهم بشكل خاص أفراد ومؤسسات يتعاطفون مع قضيتنا مثل قادة رأي وسياسيين حاليين وسابقين وشخصيات إعلامية ومنظمات غير حكومية ومجموعات من المجتمع وأساتذة وطبعًا أعضاء المجموعة المتأثرة. يساهمون بالوقت والخبرة التقنية والموارد المالية والماديّة والتأثير على الأشخاص من أجل حملة المدافعة خاصتنا.



المحايدون Neutrals

المعنيّون المحايدون هم أشخاص ومنظمات لم يكوّنوا بعد فكرة راسخة حول القضية. يعتبر الأشخاص المحايدون مهمين لحملة المدافعة خاصتنا لأن بإمكانهم أن يتحوّلوا بسرعة إلى حلفاء أو معارضين.



المعارضون Opponents

المعارضون هم أشخاص أو منظمات يعارضون حملة المدافعة خاصتنا. تناهض المدافعة غالبًا الإختلالات في السلطة في المجتمع وكثيرًا ما تسبّب تحدّيات مماثلة بردّة فعل سلبية من الأشخاص الموجودين حاليًا في موقع السلطة أو الأشخاص الذين لديهم قيم مختلفة. يمكن أن يتراوح معارضونا ما بين أشخاص لا يوافقوننا الرأي لكن لا يأخذون أي إجراء إلى أخصام عدائيين أو عنيفين.

سيكون للمعنيين درجة تأثير أو سيطرة ضئيلة أو مرتفعة على المشكلة. يُعدُ فهم مدى تأثير سلطتهم على المشكلة جزءًا مهمًّا للغاية من عملية التخطيط. كما تُعتبر الطريقة الجيدة لتحليل نفوذهم هي في تحضير خريطة نفوذ.

د- وضع خريطة للمعنيين

عند تحديد الحلفاء والمعارضين، يجب الأخذ بعين الإعتبار درجة نفوذ كلّ شخص معني بالمشكلة. يعتبر المتأثرون بالقضية التي ندافع عنها حتمًا أشخاصًا معنيين لكن غالبًا ما يكون لديهم قدرة ضئيلة على تغيير السياسة مباشرة، سواء كانت لديهم نظرة إيجابية أو محايدة أو سلبية إزاء موقفنا في مجال المدافعة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 32

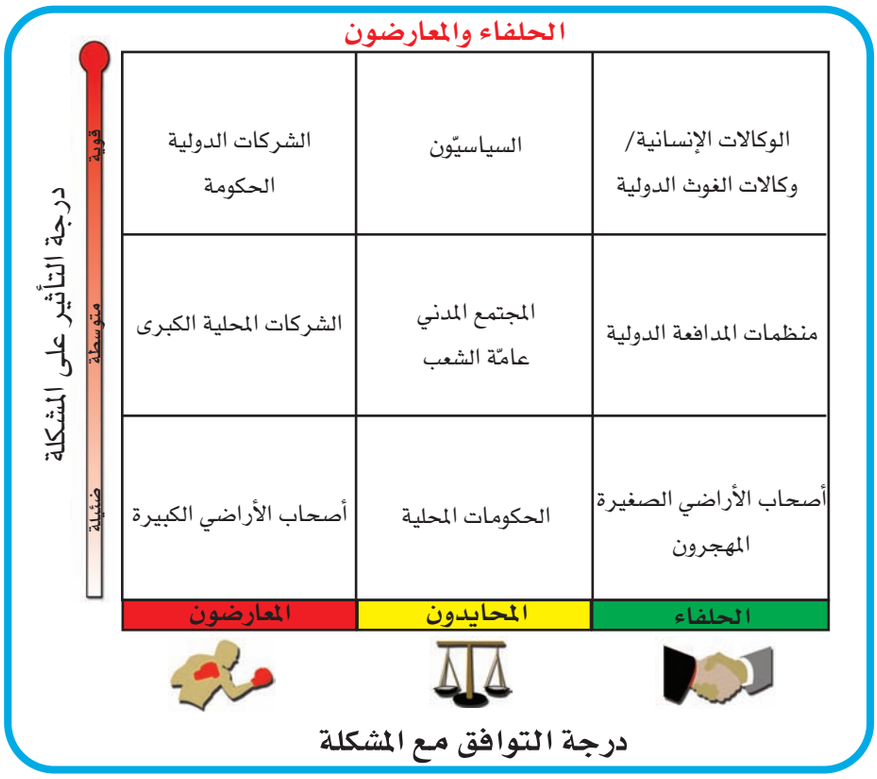
حدّد المشكلة
شجرة المشكلة
استطلاع الرأي العام

إبحث
مراجعة مكتبية
طرق البحث

خطط
أ- الأهداف العامة والخاصة
ب- المؤشرات

ج- المعنيّون
ج- الأشخاص المستهدفون
د- استراتيجية
هـ- الرسالة
و- مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد

الحلفاء، المحايدون والمعارضون



- **كل شخص معني مذكور ذي تأثير عالٍ على المشكلة، بغضّ النظر عن درجة موافقته على موقفنا، هو شخص مستهدف.**

- **تفادوا انفاق الكثير من الموارد على استهداف المعارضين.** فيما لا يمكننا تفادي المعارضين، ففرص نجاحنا في اقناع المحايدين في الإنضمام إلى حملتنا أكبر بكثير. كما بإمكانهم بدورهم مساعدتنا في اقناع معارضينا.

- **أحيانًا، يبدو المعنيّون عديمي السلطة لأنّهم غير منظمين.** حين ينظمون أمورهم، قد يتمكنون من ممارسة تأثير لا بأس به. مثلاً، يبدو تلاميذ المدرسة الإبتدائية عديمي السلطة، لكن إن نظّموا تظاهرة سيلفتون انتباه مدراء المدرسة على الأرجح.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 35

- **لا تحصروا لائحة المعنيين بالأشخاص المهتمين أصلاً بالمشكلة.** قد تتمكنون من إقناع لاعبين نافذين غير متأثرين بالمشكلة بالإنضمام إلى حملتكم.

هـ- تحديد المستهدفين

يعتبر التحديد الصحيح للمستهدفين خطوة مهمة للغاية في تحضير حملة مدافعة. لقد سبق أن ذكرنا ان حملة المدافعة تهدف إلى التأثير بالقرارات. علينا أن نحرص على أننا نستهدف أكثر الأشخاص النافذين في ما يتعلّق بهذه القرارات.

يمكننا التمييز بين نوعين من المستهدفين: المستهدفون الأوليّون والمستهدفون الثانويون.

تعريف: المستهدف الأولي

المستهدف الأولي هو الشخص (أو الأشخاص) الأكثر نفوذًا للتأثير في القرار ذات الصلة.

تعريف: المستهدف الثانوي

المستهدف الثانوي هو شخص (أو أشخاص) لا يمكنهم حلّ المشكلة مباشرة لكن لديهم القدرة على التأثير بالمستهدف الأولي. إن استطعنا التأثير بهذا الشخص، فبإمكانه التأثير على االمستهدف الأولي.

علينا تثقيف أنفسنا حول هؤلاء المستهدفين لإيجاد قاسمٍ مشتركٍ أو مواجهة حججهم. ستوفّر لهم أبحاثنا المبنية على وقائع وقدرتنا على فهم مصالحهم وعلى الإقناع الحافز لتغيير موقفهم. يعتبر إنشاء جدول بياني طريقة سهلة لتحديد االمستهدفين الأوّليين والثانويين:

مثلاً، إن كان هدف المدافعة أن تعتمد الحكومة في خلال سنتين سياسة لتوفير حماية أكبر للمتأثرين بإعادة التوطين، فقد يبدو جدول المستهدفين بهذا الشكل:



المستهدفون هم أشخاص وليس مؤسسات

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 34

جدول المستهدفين الأوليين

المستهدف الأولي (شخص)	مؤسسة	ماذا يعرفون عن المشكلة؟	ما موقفهم حيال المشكلة؟	ما المهم بالنسبة إليهم؟	من يؤثر بهم؟
وزير التخطيط	وزارة التخطيط	مدركون للمشكلة لكنّها ليست أولوية	يرون التنمية كوسيلة لتحقيق المكاسب الإقتصادية	تطبيق الرؤيا	البرلمانيون الجمهور الإعلام المانحون الدوليون

سنقوم بعدها بتطوير جدول مستهدفين ثانويين نحددهم في ما يلي:

جدول المستهدفين الثانويين

المستهدف الثانوي (شخص)	مؤسسة	ماذا يعرفون عن المشكلة؟	ما موقفهم حيال المشكلة؟	ما المهم بالنسبة إليهم؟
برلمانيون	برلمان	لا يعون المشكلة	لا يولونها أهمية	أن ينتخبوا
جمهور		يعي المشكلة قليلاً	لا يوليها أهمية	العدل
مراسلون، منتجون، محررون	القنوات الإعلامية	يعون المشكلة قليلاً	لا يولونها أهمية	تسويق الأخبار
مانحون دوليّون		يعون المشكلة	يولونها أهمية	تنمية مستدامة مناصرة للفقراء

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 37

و- إعتماد خطة

حتى الآن، قمنا بتحليل المشكلة وبوضع هدف المدافعة وتحديد المعنيين وأصحاب القرار. ويجب علينا الآن أن نطرح على أنفسنا الأسئلة التالية:

ما هي الإستراتيجية الفضلى للتأثير على صانعي القرار؟

إن وجدنا أن بإمكاننا التأثير عليهم مباشرة من خلال تقديم حجج جيدة ومعلومات سليمة، فعلينا التركيز بشكل أساسي على **الضغط**. ويعني الضغط اللقاءات وجهًا لوجه مع صانعي القرار.

أو ربما علينا التركيز على الهدف الثانوي أي شخص بإمكانه التأثير على صانع القرار أو علينا بناء الضغط من أجل التغيير من خلال تثقيف وتعبئة مجموعة محددة من المجتمع أو الجمهور. في هذه الحال، يتوجّب علينا التركيز على **حملة إعلامية**.

أخيرًا، ربما علينا تعبئة المنظمات أو الأفراد أو المؤسسات للإنضمام إلى حملتنا كوسيلة لزيادة قدرتنا على التأثير على صانعي القرار. في هذه الحال، يجب أن تكون استراتيجيّتنا بناء **إئتلاف أو شبكة**.

لدى المدافعين وجهات نظر مختلفة إزاء مقوّمات استراتيجية المدافعة. بعضها يتضمن التثقيف العام وتعبئة المجتمع وممارسة الضغط كإسترتيجيات منفصلة. غير أن:

- **معظم المدافعين يوافقون على أن أهم ثلاث استراتجيات هي ببناء علاقات مع الحكومة (الضغط)، والعمل مع الإعلام وبناء الإئتلافات أو الشبكات**. عادة تستخدم كلّ حملة مزيجًا من هذه الاستراتيجيات الثلاث.

سنقوم بدراسة استراتيجيات المدافعة الثلاث هذه بتفاصيل أكبر في الفصل التالي. حاليًا، سنتابع عملية التخطيط. مهمتنا التالية هي بلورة رسالة حملتنا.

غالبًا ما يخلط الناس بين المدافعة والضغط. في الواقع، الضغط هو نوع من نشاطات المدافعة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 36

ح- بلورة رسالة المدافعة

مهما كانت استراتيجية المدافعة، نحتاج إلى بلورة رسالة لحملتنا وأن نكون جاهزين لإيصالها في جميع الأوقات والظروف.

تعريف: رسالة المدافعة هي الفكرة الرئيسة التي نودّ إيصالها إلى المعنيين والمستهدفين.

لإيصال رسالتنا بفعالية، علينا إختيار مضمونها ولغتها بحذر. لن تكون الرسالة فعالة ما لم يتم فهمها بسرعة وسهولة. يجب تكرار الرسائل مرّات عدّة ويجب تصميمها على مقاس مستهدفين محدّدين.

الآن بعد أن باتت أهدافنا واضحة وقمنا ببلورة رسالة فعّالة، علينا إختيار النشاطات المناسبة. للقيام بهذا، علينا الحرص على أن منظمي الحملة يعملون بالقدرة والموارد الصحيحة وفي ظروف مؤاتية. يعتبر تحليل SWOT/BEEM (أنظر صفحة ٤١) أداة جيدة لمساعدتنا في هذه المهمة.

حدّد المشكلة
شجرة المشكلة
استطلاع الرأي العام

إبحث
مراجعة مكتبية
طرق البحث

خطط
أ- الأهداف العامة والخاصة
ب- المؤشرات
ج- المعنيّون
ج- الأشخاص المستهدفون
د- استراتيجية
هـ- الرسالة
و- مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 39

يجب أن يكون مضمون رسالة المدافعة:

بسيطًا. يجب أن يكون لدى حملة المدافعة رسالة أساسية وثلاث رسائل داعمة لا أكثر. إن تخطّت هذا العدد، نفقد اهتمام المستهدفين.

قصيرًا. الرسائل هي أفكار يمكن تفسيرها في جملة أو اثنتين. إن احتجنا إلى استخدام مقطع أو أكثر، علينا تقصير رسالتنا.

ذي صلة. يجب أن تدعم رسالتنا دومًا هدف المدافعة الأساسي لمنظمتنا.

واضحًا. إن أكثر طرق التواصل فعالية هي تلك التي لا يمكن أن يساء فهمها.

مثلاً: *قد يبكي الطفل لأنه متعب أو جائع...*
قد لا تعمل الدراجة النارية لأن الوقود نَفَدَ أو البطارية فرغت
لكن إشارة السير الحمراء تعني فقط توقّف، لا يمكن إساءة تحليلها. إذًا يجب أن تكون رسالة المدافعة واضحة بقدر إشارة السير.

لديكم ثلاث دقائق لإيصال رسالتكم لصانع قرار. تمرّنوا على ما ستقولونه لهم:

- ما الذي تودّون تحقيقه؟
- لماذا هذا مهمّ؟
- كيف بإمكانكم تحقيقه؟

كانت كلمة *ضغط* تستخدم لوصف الوضع حين كان الناس ينتظرون في ردهة فندق ليخرج رئيس الولايات المتحدة لكي يقدّموا طلباتهم له.

الرسائل المتضاربة مؤذية لحملتكم يجب أن يكون لدى الحملة رسالة واحدة. يجب أن يتّفق المدافعون على رسالة واحدة قبل مقابلة صانعي القرار

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 38

ط- تحليل مواطن القوة والضعف (تحليل SWOT/BEEM)

يتأثر نجاح جهود المدافعة بالقدرات الداخلية للحملة والوضع الذي يفرضه المحيط الخارجي.
إن هدف تحليل SWOT/ BEEM هو تحليل هذه العوامل لنتمكن من البناء على مواطن قوتنا وإلغاء نقاط ضعفنا.

يدرس **تحليل SWOT** أربع فئات: القوة والضعف والفرص والتهديدات.
تعتبر **القوة والضعف** شأنين داخليين للمجموعة، أما **الفرص والتهديدات** فهي أمور خارجية وتخصّ محيط العمل.

SWOT	BEEM
نقاط القوة Strengths : الخبرة المؤسساتية والموارد والتجارب بالإضافة إلى العلاقات القائمة مع منظمات أخرى.	How to **B**uild on them? كيف نبني عليها؟
نقاط الضعف Weaknesses : ثغرات في الخبرة والموارد والتجارب والتشبيك مع منظمات أخرى.	How to **E**liminate them? كيف نلغيها؟
فرص Opportunities : إمكانيات تسريع الحملة.	How to **E**xplore them? كيف نستفيد منها؟
تهديدات Threats : الأحداث أو الظروف التي تعيق حملتنا.	How to **M**inimize them? كيف نخففها؟

حدّد المشكلة
شجرة المشكلة
استطلاع الرأي العام
إبحث
مراجعة مكتبية
طرق البحث
خطط
أ- الأهداف العامة والخاصة
ب- المؤشرات
ج- المعنيّون
ج- الأشخاص المستهدفون
د- استراتيجية
هـ- الرسالة
و- مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 41

لدى إجراء تحليل SWOT/ BEEM ، علينا التركيز على أوجه مختلفة من حملتنا:

وجهة النظر التنظيمية: وضعية منظمتنا والشرعية والقيادة والقدرة على تعبئة الآخرين والدعم المؤسساتي للمدافعة ومهارات التواصل العامة.

وجهة النظر التقنية: المعرفة بالمسألة والقدرة على إشراك الخبراء التقنيين بالحملة، والقدرة على ممارسة الضغط و القيام بالإبحاث أو العمل الإعلامي أو جعل الآخرين يقومون به، والقدرة على تطبيق حملة وتقييمها.

وجهة نظر التشبيك: القدرة على بناء علاقات مع الحكومة ومع الإعلام ومع المجموعات المتأثرة، والقدرة على التعاون مع الحلفاء.

ي- تعبئة الموارد

لن تكون خطتنا كاملة قبل تأمين موارد مناسبة لتطبيق الحملة. تتطلّب حملة ناجحة مهارات تقنية وقدرة على تعبئة المؤيدين والأموال لتغطية المصاريف.
غير أنّه احيانًا قد نجد أننا لا نستطيع تعبئة كلّ الموارد اللازمة من ضمن منظمتنا. سيحفّزنا هذا على بناء تحالفات لأنها تسمح لنا بتأمين المزيد من الموارد للحملة.

ملاحظة

يجب أن يضمّن مدراء المدافعة في عملية التخطيط السنوي والموازنة. هذا يعني أنّه يجب التخطيط لنشاطات المدافعة قبل عام.

٢- التحضير لحملة المدافعة

في هذه المرحلة، بتنا جاهزين لتحضير خطة عمل أوّلية. يوفّر الجدول في الصفحة التالية أمثلة عن خطة عمل، تأخذ بعين الإعتبار مخاطر كلّ نشاط وافتراضاته وتوزيع المسؤوليّات وتحديد الموارد اللازمة ضمن إطار زمني محدّد:

لا يمكن أن تكون المدافعة ناجحة إن كانت تعتمد على التمويل فقط كمحفّز لها : يجب أن تكون متجذّرة في حاجة مجتمع و واضحة، ويدفعها ناشطون ومؤيدون ملتزمون .

- حدّد المشكلة
  - شجرة المشكلة
  - استطلاع الرأي العام
- إبحث
  - مراجعة مكتبية
  - طرق البحث
- **خطط**
  - أ- الأهداف العامة والخاصة
  - ب- المؤشرات
  - ج- المعنيّون
  - ج- الأشخاص المستهدفون
  - د- استراتيجية
  - هـ- الرسالة
  - و- مواطن القوة والضعف
  - **ز- تعبئة الموارد**

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 43

خطة عمل حملة المدافعة

الأهداف	المؤشرات	طرق القياس	المستهدف	الحلفاء
في غضون سنتين، تعتمد الحكومة سياسة سليمة لتوفير حماية أكبر للأشخاص المتأثرين بإعادة التوطين.	تعتمد الحكومة سياسة إعادة توطين وطنية.	نسخة عن سياسة الحكومة. تقرير إعلامي يعطي تفاصيل عن سياسة الحكومة.	الوزارة المختصّة. منظمات إنسانية ومنظمات إغاثة. مانحون إعلام	أعضاء شبكة منظمات غير حكومية البنك الدولي

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 42

النشاطات	الأخطار	الإفتراضات	المسؤول	الموارد	الإطار الزمني
تطوير استراتيجية بين أعضاء الإئتلاف. الضغط على مسؤولي الحكومة من خلال اللقاءات المباشرة وورشات العمل. تنظيم حملة إعلامية لتعبئة الجمهور.	إن استمر الجفاف وتأثّر المحصول، قد يكون مسؤولو الحكومة منشغلين جدًا في العمل على سياسة إعادة توطين الأرض.	سيدعم الإعلام الحملة. لن تنظم معارضة قوية لهذه الحملة.	لجنة توجيه الإئتلاف عضو (أعضاء) الإئتلاف ذو معارف في مراكز مرموقة وخبرة في مجال المدافعة عضو في الإئتلاف يتمتّع بخبرة في مجال الإعلام ولديه معارف أعضاء في الإئتلاف لديهم صلات بالمجتمع.	خبرة في مجال الضغط والإعلام مواد تثقيفية لصانعي القرار وللجمهور أوقات بث على الراديو وعلى التلفزيون (إن دعت الحاجة) وقت وجهد ولوجستيّات لتعبئة الجمهور	سنة واحدة أو اثنتين

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 45



الخطوة الرابعة طبّق

حين نقرّر التحرّك، ثمة ثلاث استراتيجيات مدافعة رئيسة:

- **الإستراتيجية الاولى:** العمل مباشرة مع مسؤولي الحكومة (ضغط)،
- **الإستراتيجية الثانية:** العمل مع الإعلام،
- **الإستراتيجية الثالثة:** بناء الإئتلافات.

فلنستعرض هذه الإستراتيجيات بتفصيل أكبر.

الإستراتيجية الاولى: الضغط

حين تكون الطريقة الفضلى للتأثير على صانعي القرار مقابلتهم مباشرة، نحتاج إلى استراتيجية ضغط. وبما أن معظم مدافعتنا ستستهدف سياسات الدولة، سيكون مستهدفونا مسؤولين حكوميين.

يتمتّع مسؤولو الحكومة والمشرعون وطواقمهم بتأثير هائل على نجاح حملات المدافعة. يمكن أن يؤثر دعمهم أو معارضتهم بشكل مهم على اتجاه الحملة. يتطرّق هذا القسم إلى كيفية بناء علاقات متينة مع أعضاء الحكومة وإقناعهم بتطبيق حلّنا المقترح.

تتضمّن المواضيع اللاحقة ما يلي:

أ- ما هي العملية التشريعية؟

ب- من أين نبدأ بالضغط؟ (مداخل)

ج- ماذا علينا أن نعرف أيضًا عن العملية التشريعية؟

د- كيف نحلّل المشرّعين؟

هـ- كيف بإمكاننا أن نحضّر حجج مقنعة للمشرّعين؟

و- كيف نوجد فرصًا لمقابلة المشرّعين؟

لننتقل إلى الموضوع الأول.

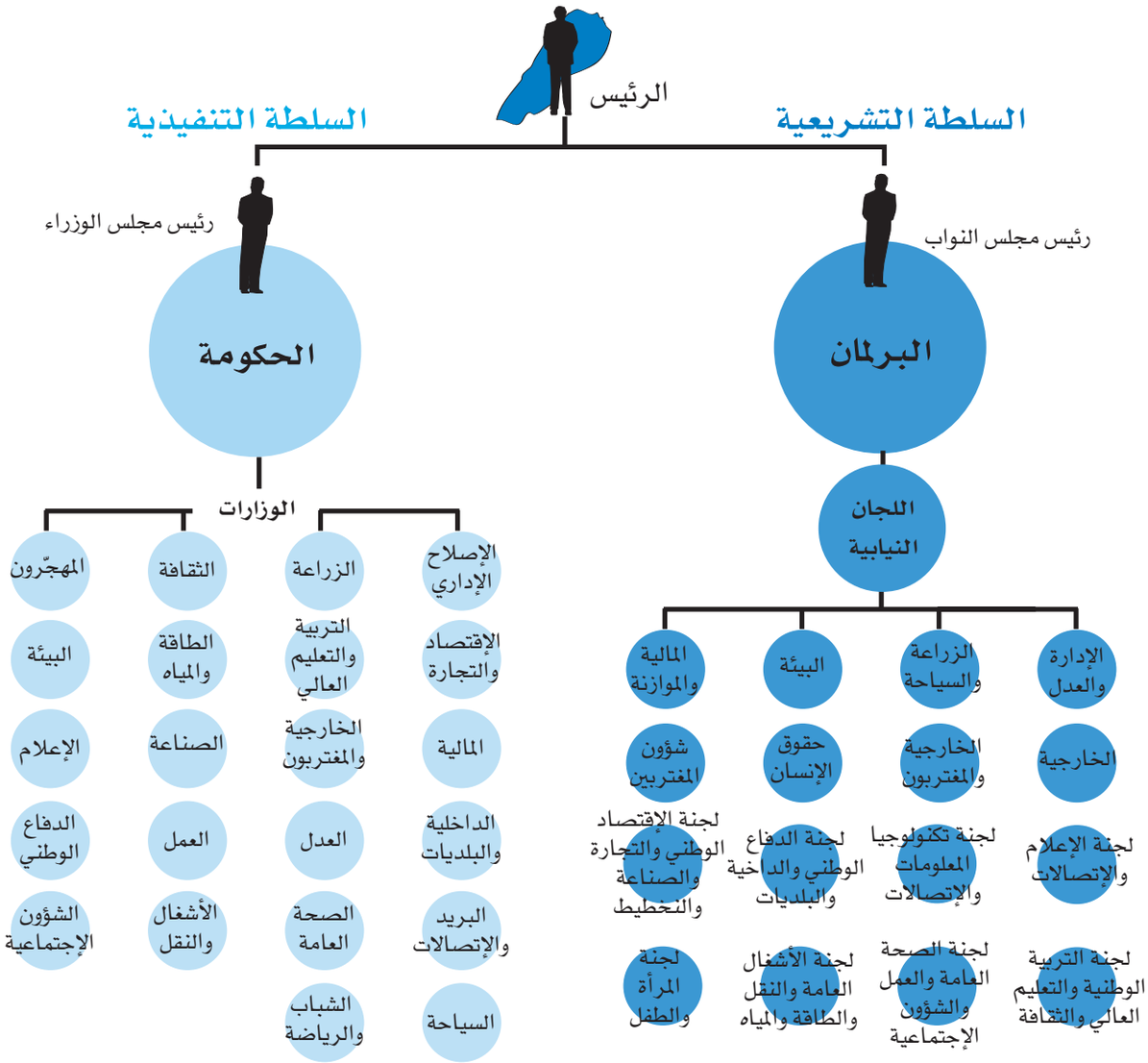
advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 44

أ- ما هي العملية التشريعية؟

بغية استخدام قوانا لإقناع أعضاء الحكومة بتطبيق أهداف المدافعة خاصتنا، علينا فهم هيكلية الحكومة والعملية التشريعية.

هيكلية الحكم في لبنان

تقوم الجمهورية اللبنانية على ديمقراطية برلمانية مبنية في إطار عمل طائفي توزّع فيه المناصب الأساسية على المجموعات الدينية المختلفة.

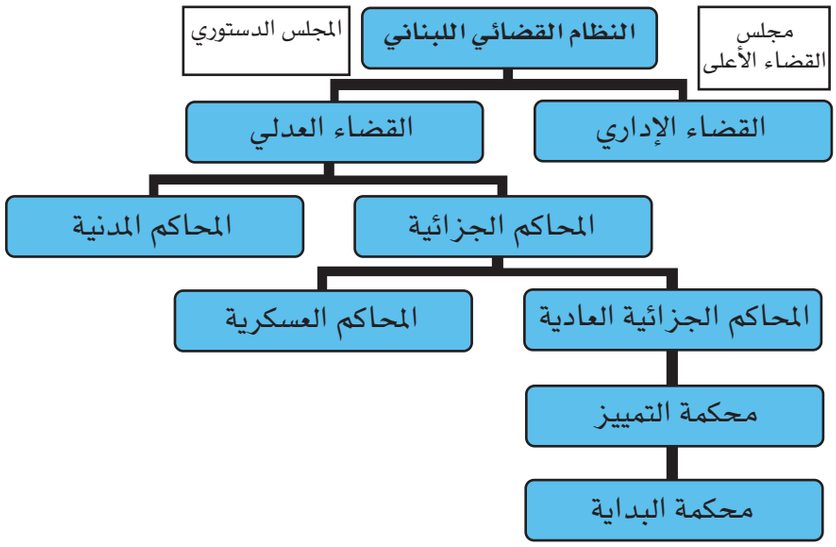


advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 47

ما هي الديمقراطية؟ الديمقراطية هي نظام حكم يتمتّع الشعب فيه بالحق والسلطة، بشكل مباشر أو من خلال ممثليه المنتخبين، في تغيير السياسات أو الممارسات لتحسين المجتمع.

في النظام الديمقراطي، يتمتّع أعضاء المجتمع المدني بحق وواجب إعلام المسؤولين الحكوميين عن رصدهم لسير عمل الحكومة. و دور المجتمع المدني تشجيع العمليات التشريعية والإنتخابية العادلة ومراقبتها عن كثب.

السلطة القضائية



السلطة التنفيذية

تضمّ السلطة التنفيذية **رئيس الجمهورية ورئيس مجلس الوزراء ومجلس الوزراء (الحكومة)**. يصدر الرئيس القوانين التي يوافق عليها البرلمان ويجري مفاوضات لإبرام معاهدات دولية والمصادقة عليها، بالإتفاق مع رئيس مجلس الوزراء. يحيل الرئيس مشاريع القوانين التي يرفعها إليه مجلس الوزراء إلى مجلس النواب. يترأس رئيس الحكومة مجلس الوزراء الذي يضع السياسة العامة للحكومة في جميع الميادين، بالإضافة إلى مشاريع القوانين والمراسيم التنظيمية ويتّخذ القرارات اللازمة لتطبيقها. تضع الحكومة مشاريع القوانين والمراسيم وتأخذ القرارات اللازمة لتطبيقها. تسهر الحكومة على تنفيذ القوانين وتشرف على عمل جميع أجهزة الدولة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 46

السلطة التشريعية

البرلمان اللبناني هيئة تضمّ مجلسًا واحدًا مؤلفًا من ١٢٨ عضوًا، توزّع توزيعًا نسبيًا على المذاهب الدينية المختلفة ويتم انتخابه بالإقتراع الشعبي المباشر لمدّة أربع سنوات. يعتبر الدور الرئيس للبرلمان إعتماد القوانين التي ستحكم لبنان. لدى البرلمان ١٧ لجنة دائمة ويمكن أن ينشىء لجانًا مؤقتة لأي مشروع أو دراسة قيد التطبيق، تنتهي صلاحيتها مع انتهاء المشروع. إن لجنة الإدارة والعدل مسؤولة عن دراسة مشاريع القوانين.

السلطة القضائية

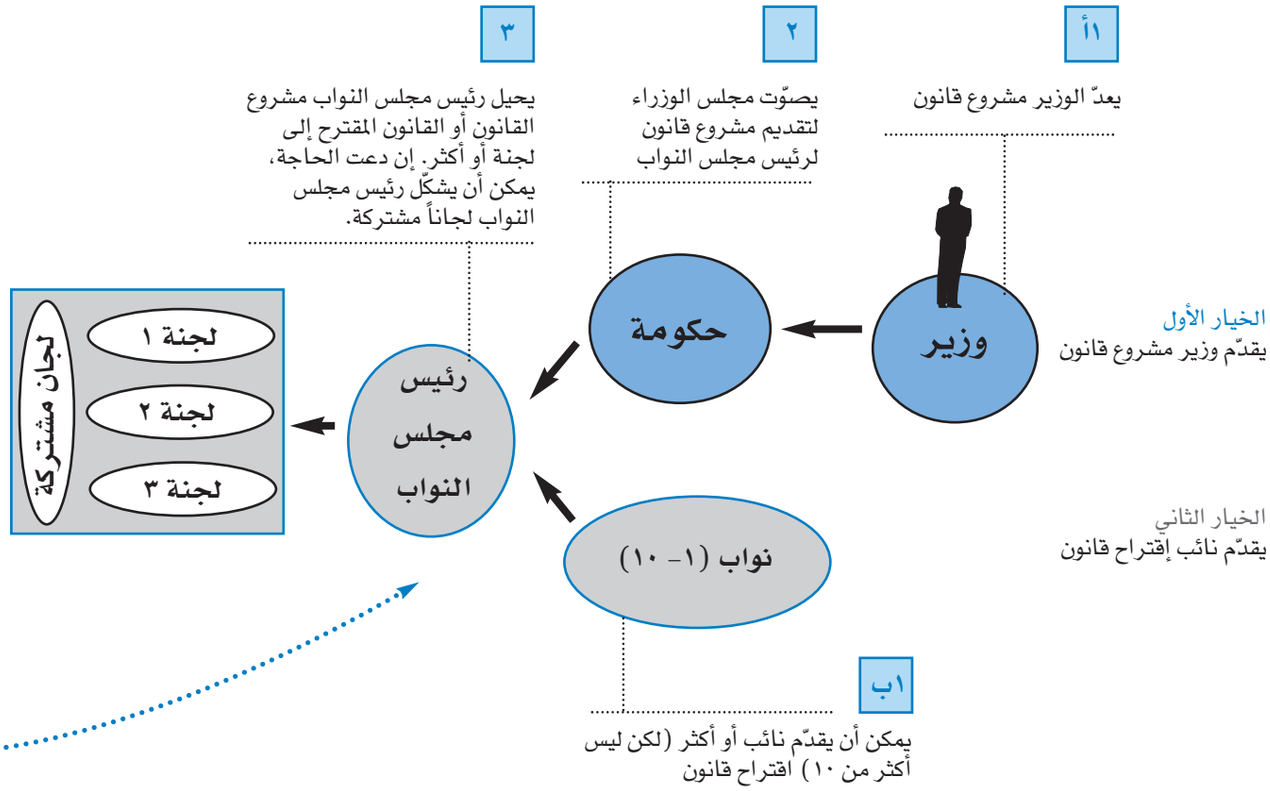
يترأس **المجلس القضائي الأعلى** الرئيس الأول لمحكمة التمييز وهو مسؤول عن التعيينات القضائية والإجراءات التأديبية. تتلقى **محكمة التمييز** الإستئناف من **محاكم الإستئناف**. كما تتضمن هذه المحكمة قسمًا مخصصًا للنيابة العامة. هذه المحكمة تفصل أيضًا في النزاعات بين المحاكم العادية ومحاكم الإستئناف. إن **المجلس الدستوري** هو هيئة دستورية مستقلّة تتمتّع بصفة قضائية، ويكون دوره التحقق من دستورية القوانين والنصوص المختلفة التي تتمتع بقوة القانون وفض الخلافات والنزاعات الناشئة عن الإنتخابات الرئاسية والنيابية. يتألف من عشرة أعضاء، يعيّن نصفهم البرلمان والنصف الآخر الحكومة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 49



العملية التشريعية في لبنان

تحدّد العملية التشريعية كيف يصبح مشروع إقتراح قانونًا. تتمتع كل دولة ديمقراطية بعملية تشريعية خاصة بها. تخيّلوا أننا نريد تمرير قانون في لبنان:

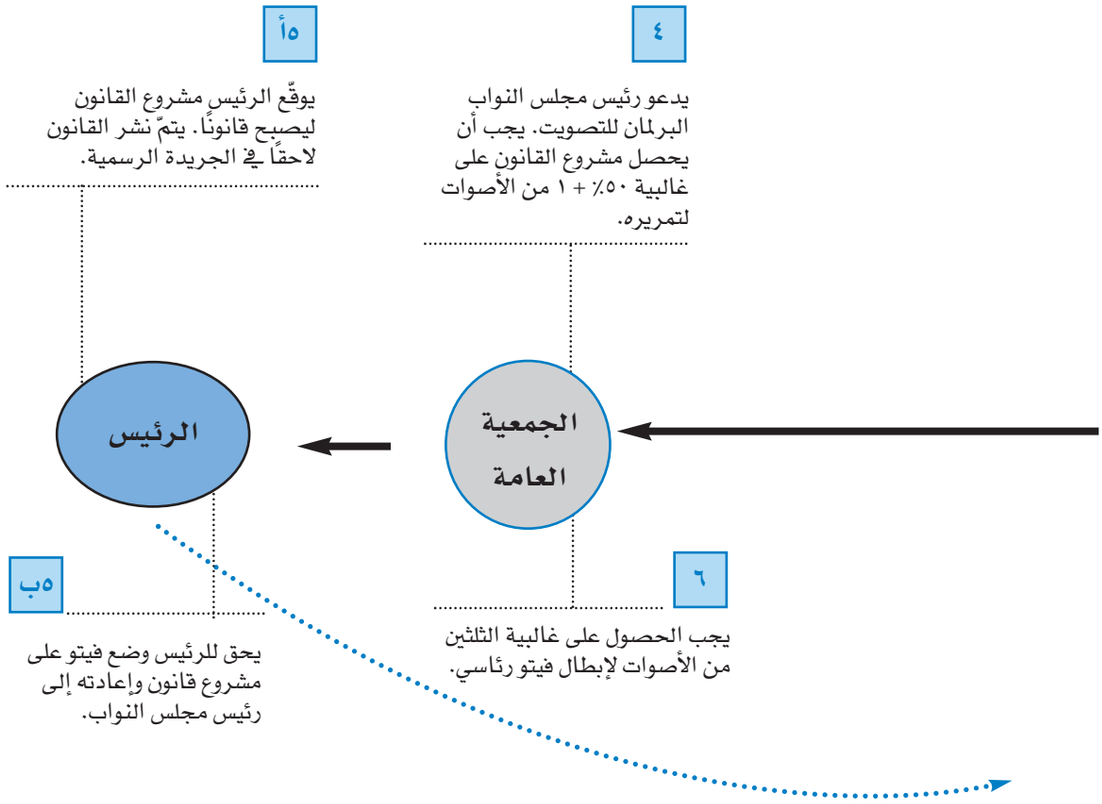


تقدّم معظم التشريعات في لبنان بهذه الطريقة.

ثمة ثلاثة أنواع من المشاكل المرتبطة بالقوانين. النوع الأول هو وجود تمييز في نصوص في القانون، والثاني هو أن قانونًا قد لا يطبّق البتة أو لا يطبّق بشكل عادل. أخيرًا، حتى ولو وجد قانون، قد لا يعرف الجمهور بوجوده أو تجعل التقاليد تطبيقه صعبًا.

يؤدي المجتمع المدني دورًا مهمًا في مكافحة الظلم وعدم الإنصاف باستخدام العملية التشريعية بطريقتين أساسيتين: صياغة التشريعات والضغط على مسؤولي الحكومة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 48



عند إجراء بحث حول تشريع، يكون من المفيد دراسة تشريعات دول أخرى للحصول على وجهة نظر دولية حول المشكلة.

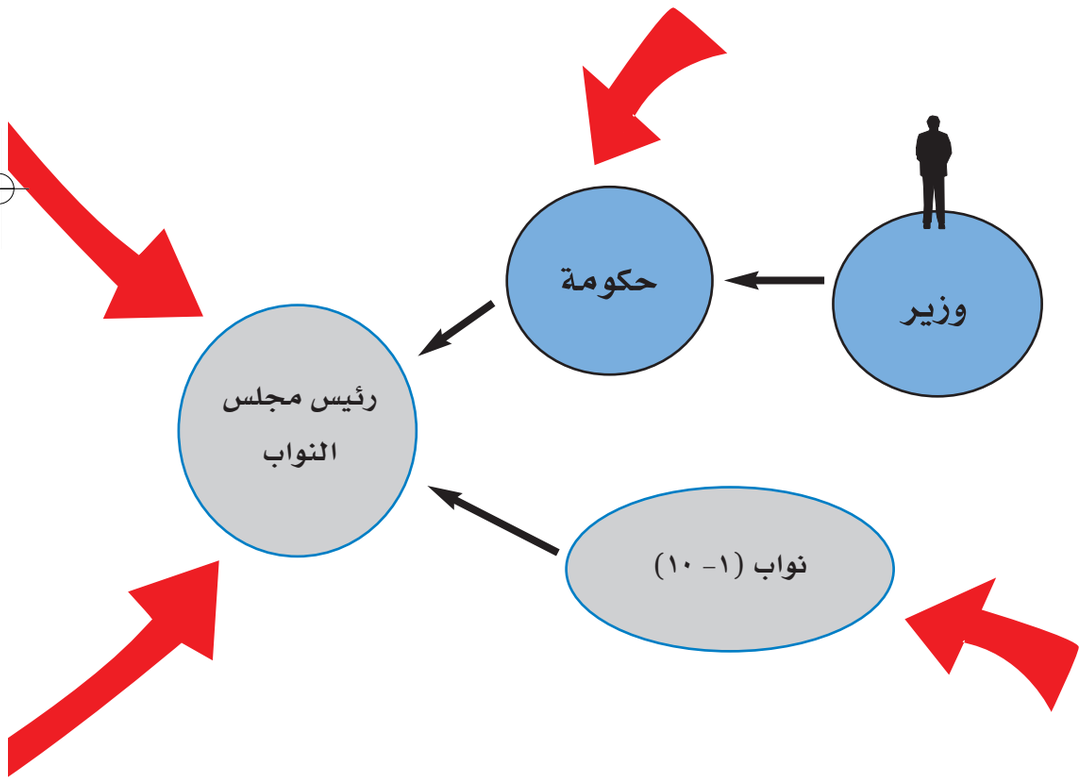
advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 51

ب- من أين نبدأ بالضغط؟ (المداخل)

حين نفهم كيفية صياغة التشريعات أو تقييمها، علينا معرفة من أين علينا البدء بجهود المدافعة. من أجل القيام بذلك، يجب تحديد المداخل. يبيّن الجدول البياني التالي نقاطًا متنوعة في العملية التشريعية في لبنان، حيث يميل الوزراء أكثر إلى أخذ إقتراحاتنا للتغيير بعين الإعتبار.

الضغط هنا!

يبدأ الوزراء وطاقمهم بالعملية التشريعية. قد تفتح الوزارة العملية التشريعية أمام المجتمع المدني من خلال ورشات العمل والندوات والنقاشات العامة .



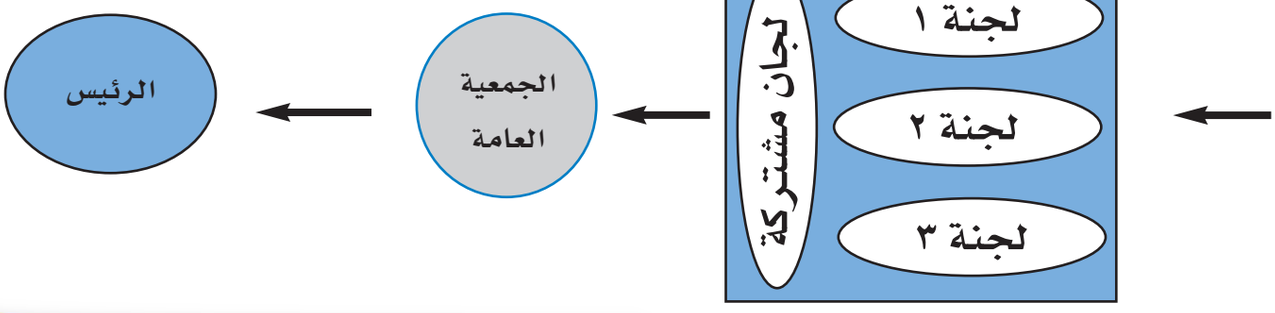
الضغط هنا!

معظم مشاريع القوانين في لبنان يقدّمها النواب. جدوا واحدًا يناصر قضيتكم ويساعدكم على إيجاد النواب العشرة الضروريين لتقديم مشروع القانون.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 50

الضغط هنا!

ستؤثر مراجعة اللجنة (اللجان) البرلمانية بشكل كبير على صياغة مشروع القانون. قد تفتح اللجنة العملية التشريعية أمام المجتمع المدني من خلال ورشات العمل والندوات والنقاشات العامة.



للحصول على معلومات حول صياغة التشريعات، نقترح المصدر التالي: آن سايدمان، روبرت سايدمان ونالين آبايسكيري. تقييم التشريعات: دليل للمشرّعين، بوسطن، ماساشوستس. ٢٠٠٣.

Ann Seidman, Robert Seidman and Nalin Abeysekere. Assessing Legislation: A Manual for Legislators. Boston MA. 2003.

متوفّر على موقع: http://www.iclad-law.org (باللغة الإنكليزية فقط).

الضغط هنا!

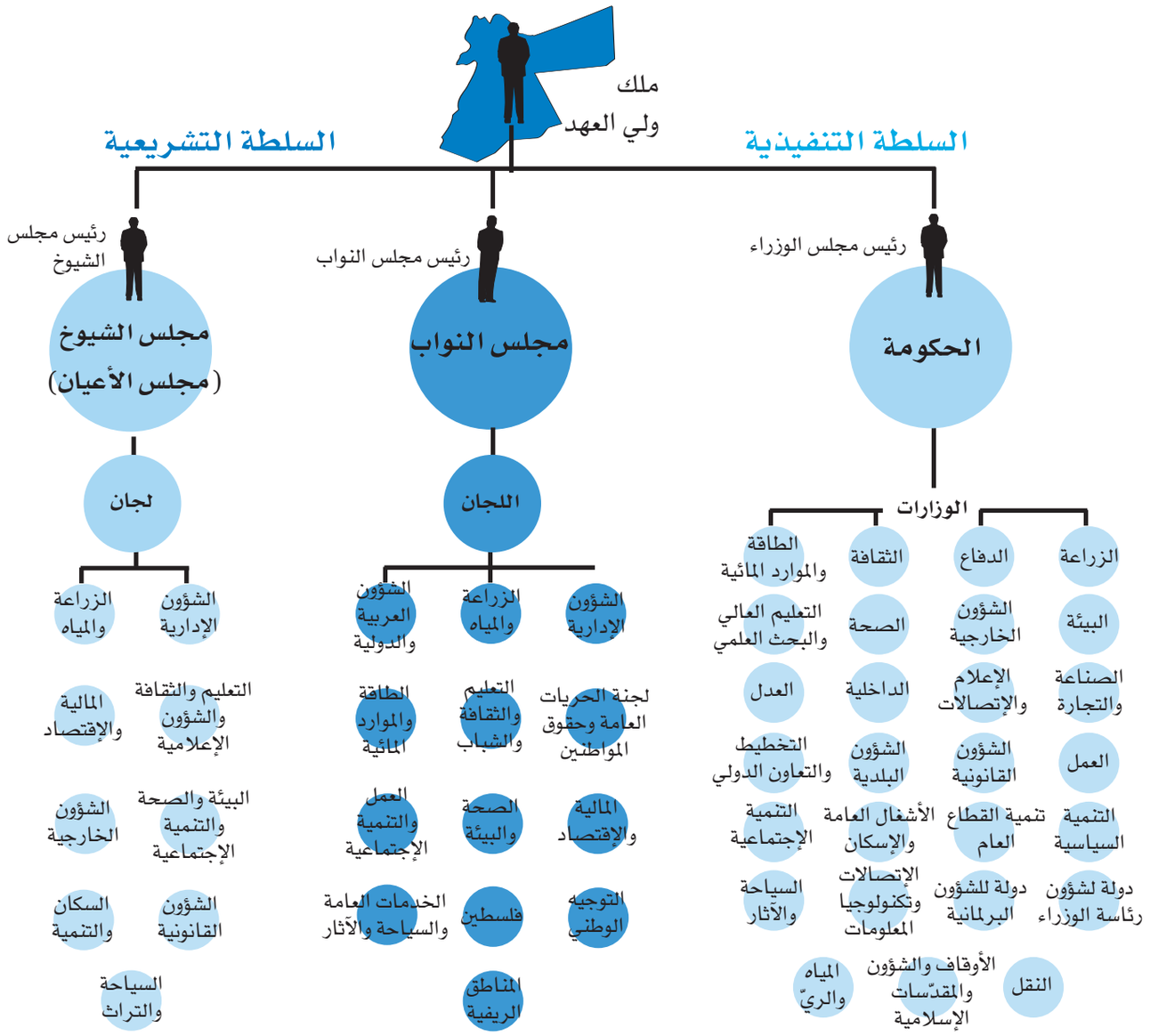
يعدّ رئيس مجلس النواب أحد أكثر الأشخاص نفوذًا حين يتعلّق الأمر بتمرير تشريع.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 53



هيكلية الحكم في المملكة الأردنية الهاشمية

تقوم المملكة الأردنية الهاشمية على نظام ملكي دستوري وراثي والملك رأس الدولة.



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 52

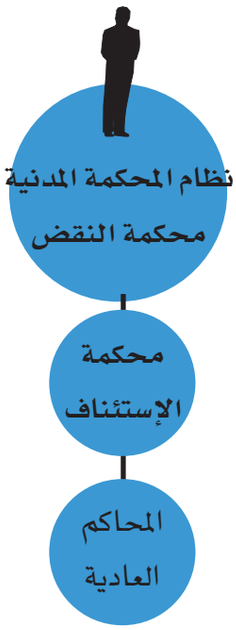
السلطة التنفيذية

يعتبر **الملك** رأس الدولة وقائد القوات المسلّحة وحامي الدستور. تناط السلطة التنفيذية بالملك وبمجلس الوزراء (الحكومة). يعيّن الملك رئيس مجلس الوزراء الذي يختار بدوره الوزراء، عادة بالتشاور مع الملك. ويكلّف رئيس مجلس الوزراء والحكومة بتسيير أعمال الدولة.

السلطة التشريعية

تناط السلطة التشريعية بمجلس الأمة والملك. يتألف **مجلس الأمة** من مجلسي الأعيان (أو الشيوخ) والنواب. يعيّن الملك **مجلس الشيوخ**، بمن فيهم الرئيس. يجب ألا يتعدّى عدد الأعضاء نصف عدد أعضاء مجلس النواب. يشترط أن تكون مدّة العضوية في المجلس أربع سنوات، قابلة للتجديد. يتألف **مجلس النواب** من ١١٠ أعضاء(وفقًا للقانون الإنتخابي الحالي) يتم انتخابهم بالإقتراع السرّي المباشر لمدّة أربع سنوات. يمكن تمديد هذه الولاية لمدّة لا تقلّ عن عام ولا تتعدّى العامين إن رغب الملك في ذلك. ينتخب مجلس النواب رئيسه بنفسه وتخصص بعض المقاعد للأقليّات وستة مقاعد للنساء.

السلطة القضائية



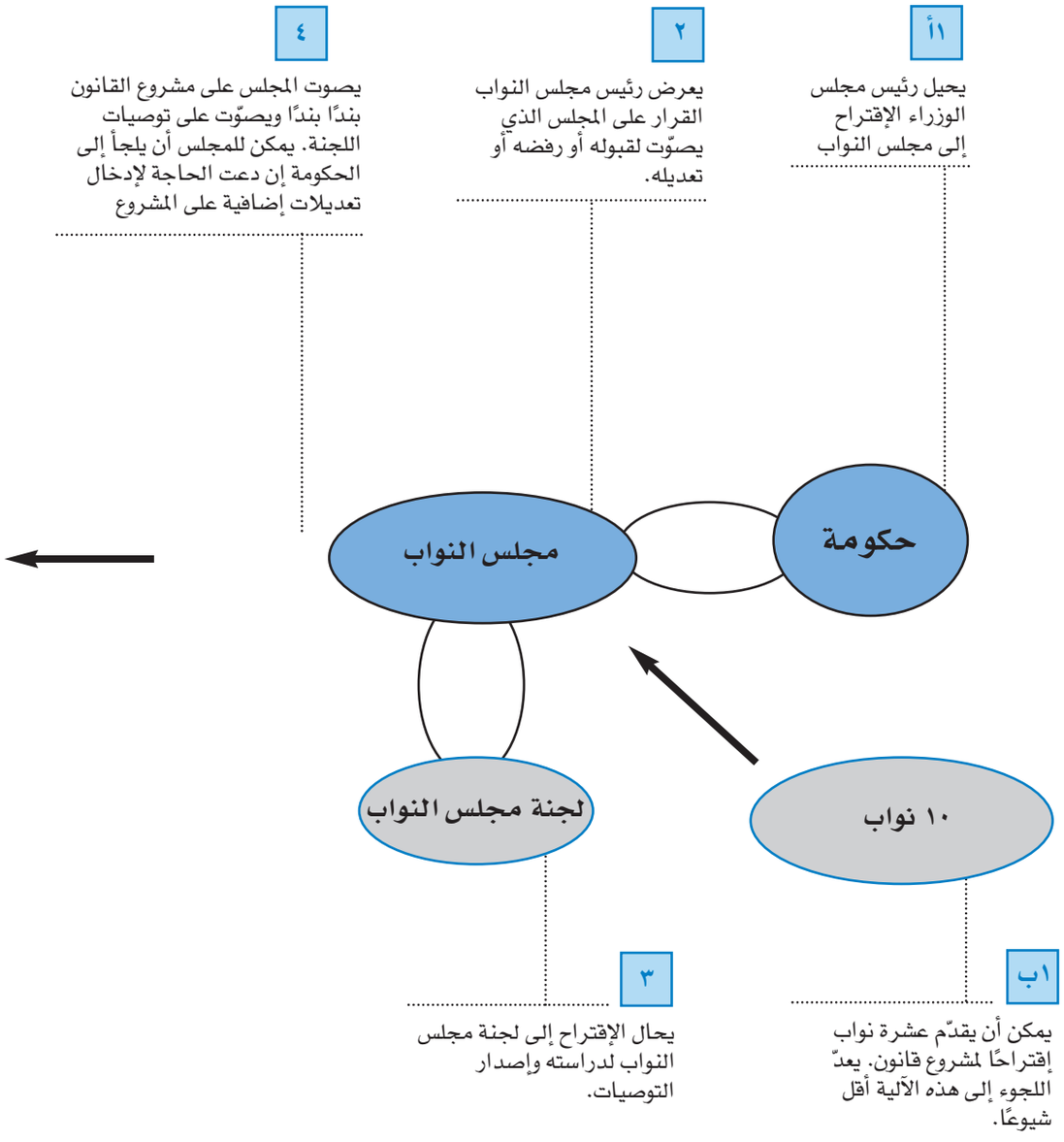
السلطة القضائية

يتألف **نظام المحاكم المدنية** من ثلاث درجات. يتمّ النظر أولاً بالقضايا في محاكم الدرجة الأولى أو محاكم الصلح بحسب أهميتها. تتلقى **محكمة التمييز** طلبات نقض الأحكام الصادرة عن محكمة الإستئناف. تنظر **المحكمة القضائية العليا** في جميع القضايا الإدارية. وثمة محاكم خاصة ببعض المسائل التقنية (مثل الضرائب والجمارك) ومحاكم روحية تنظر في قضايا الأحوال الشخصية.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 55

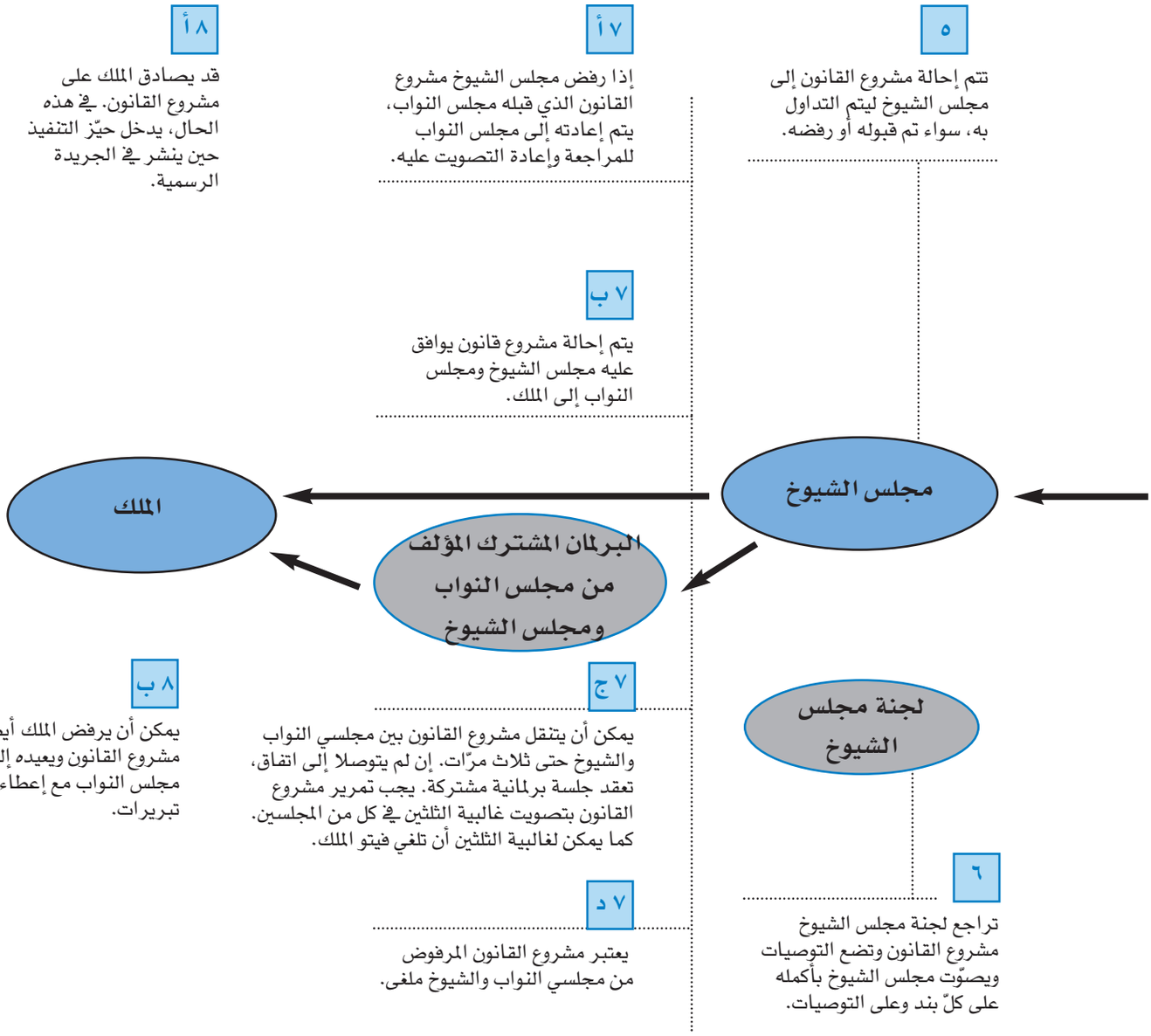
العملية التشريعية في الأردن

تصف العملية التشريعية كيفية تحوّل مشروع قانون إلى قانون. لدى جميع الدول الديمقراطية عملياتها التشريعية. تخيّلوا أنّنا نودّ تمرير قانون يتطرّق إلى المسائل الداخلية في الأردن:



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 54

٢- التحضير لحملة المدافعة



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 57

الضغط

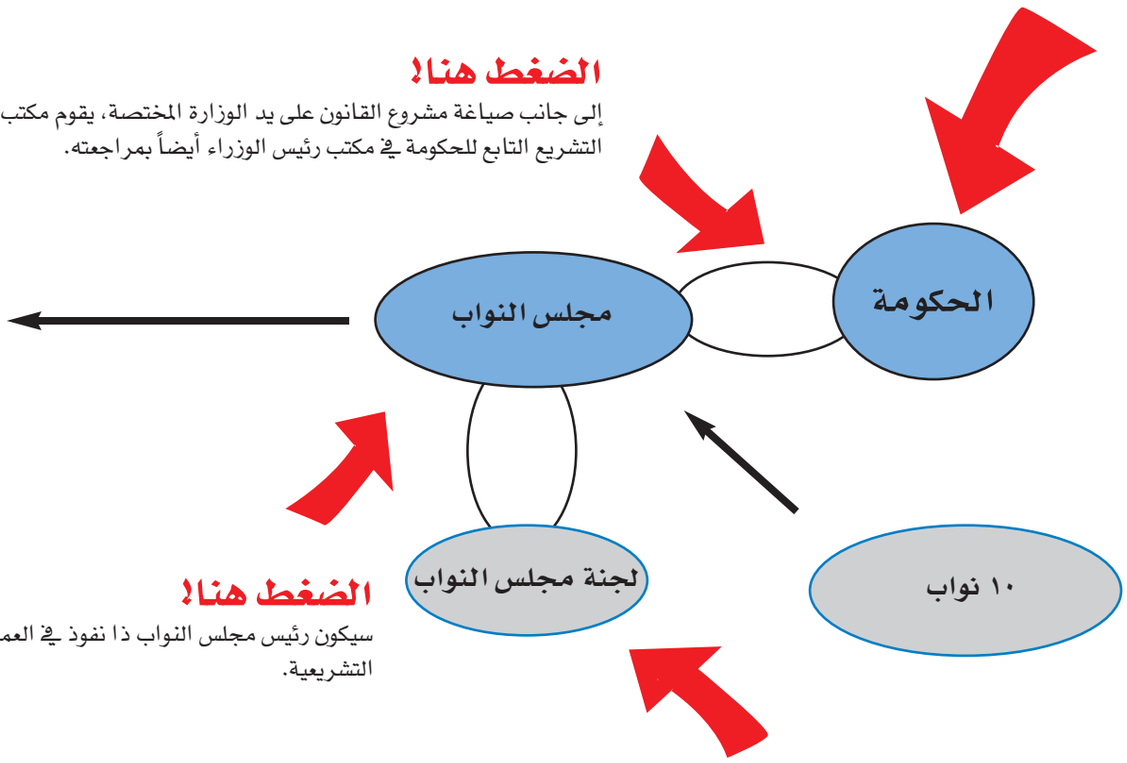
ابحثوا عن فرص في العملية التشريعية للتأثير على صانعي القرار:

الضغط هنا!

يطلق الوزراء وطواقمهم العملية التشريعية وبإمكانهم إجراء إستشارات مع الخبراء والمعنيين. في الأردن، غالبًا ما يقوم أمين عام الوزارة أو المسؤول الثاني الأعلى رتبة في الوزارة بصياغة التشريعات. وعلى الأرجح ستطلب الحكومة من اللجنة مراجعة مشروع القانون.

الضغط هنا!

إلى جانب صياغة مشروع القانون على يد الوزارة المختصة، يقوم مكتب التشريع التابع للحكومة في مكتب رئيس الوزراء أيضاً بمراجعته.



الضغط هنا!

سيكون رئيس مجلس النواب ذا نفوذ في العملية التشريعية.

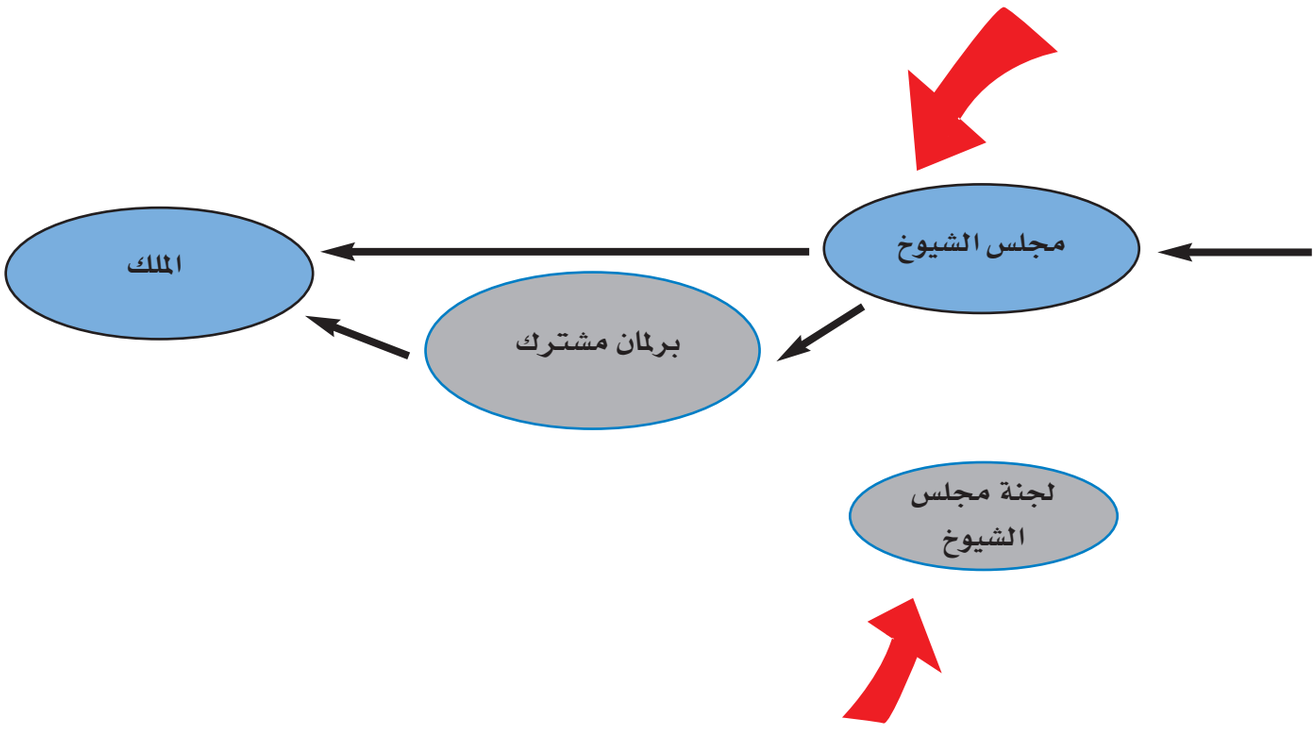
الضغط هنا!

يمكن أن يطلق أعضاء اللجنة العملية التشريعية ويسمحوا بإجراء المشاورات.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 56

الضغط هنا!

الضغط على رئيس مجلس الشيوخ.



الضغط هنا!

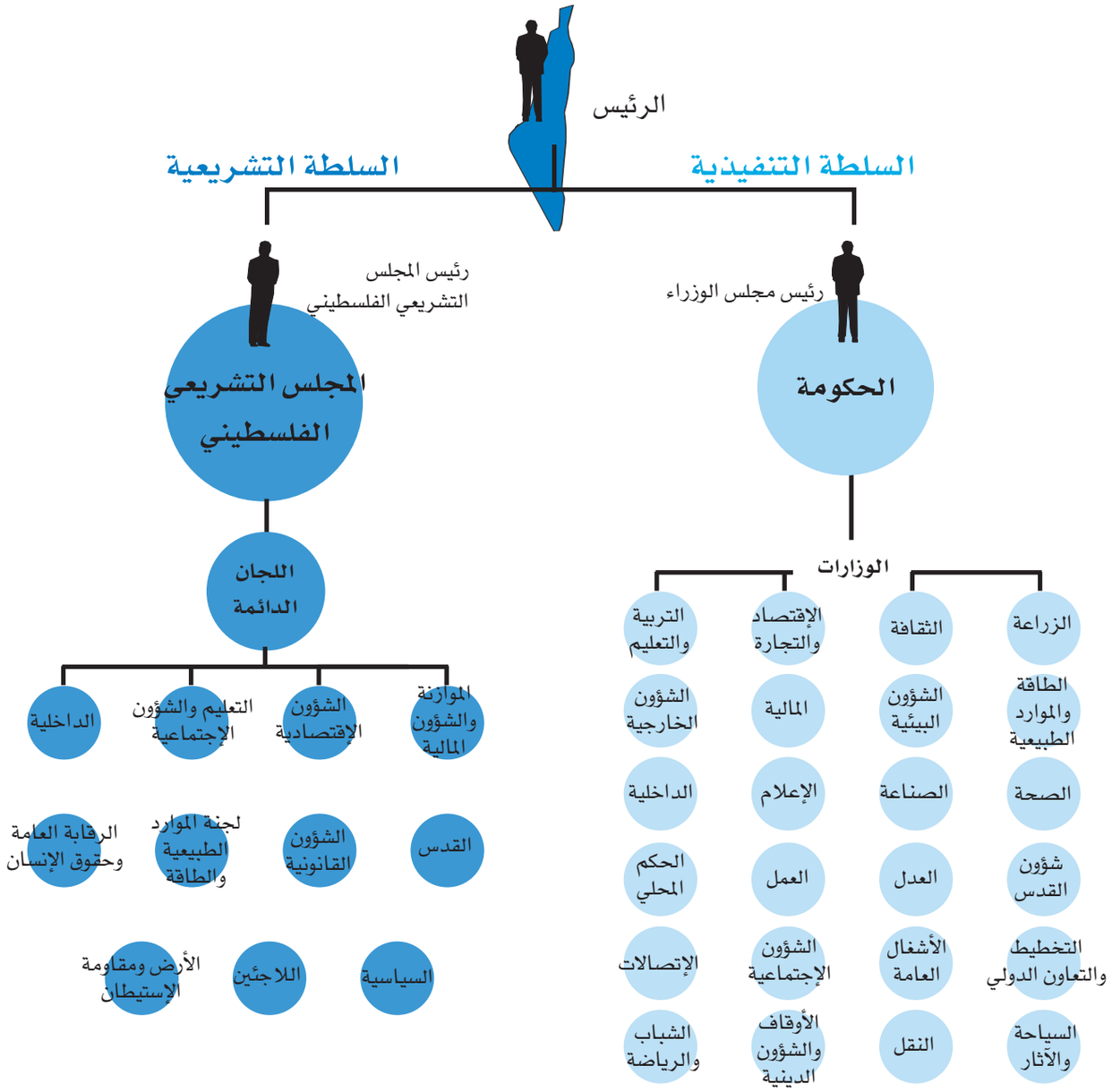
تقوم لجنة مجلس الشيوخ بتحضير توصيات ليصوّت عليها مجلس الشيوخ بأكمله.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 59



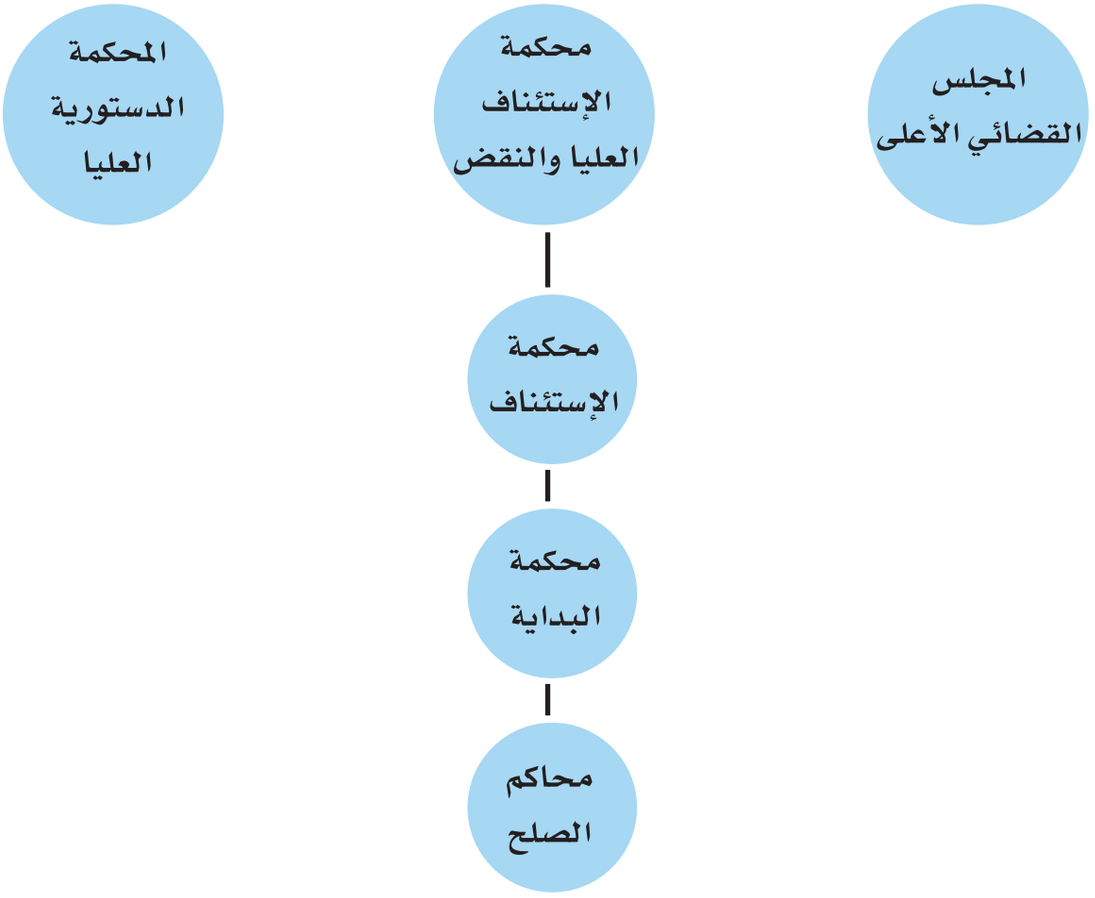
هيكلية الحكم في فلسطين

تأسست السلطة الوطنية الفلسطينية في العام ١٩٩٤ كمنظمة إدارية إنتقالية بالإسم في الضفة الغربية وقطاع غزّة. تعتبر السلطة الوطنية الفلسطينية ديمقراطية وبرلمانية من حيث الهيكلية وهي قائمة على مبادىء التعددية وضمان حقوق الشعب وحريّاته. تكمن السيادة الوطنية في أيدي الشعب الذي هو مصدر السلطة من خلال إستطلاعات الرأي والإنتخابات العامة أو الممثلين المنتخبين.



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 58

السلطة القضائية



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 61

السلطة التنفيذية

تمثل السلطة الوطنية الفلسطينية السلطة التنفيذية في فلسطين. يترأسها الرئيس الذي ينتخب مباشرة من الشعب. يعتبر الرئيس رأس الدولة وهو يساعد السلطة الوطنية الفلسطينية في القيام بواجباتها وممارسة سلطتها بموجب القانون الأساسي.

تمثّل السلطة الوطنية الفلسطينية الهيئة التنفيذية والإدارية المسؤولة عن تطبيق القوانين التي يصدرها المجلس التشريعي الفلسطيني. إنها مؤلّفة من رئيس الوزراء و٢٤ وزيرًا كحدّ أقصى. تضع الحكومة السياسة العامة ضمن نطاق صلاحياتها، في ضوء البرنامج الذي يتمّ المصادقة عليه في المجلس التشريعي. كما تقوم بتطبيق السياسات العامة التي توافق عليها السلطات المختصّة. تضع الموازنة العامّة من خلال تقديمها إلى السلطة التشريعية. تعدّ الجهاز الإداري وتشرف عليه وتتابعه. تتابع تطبيق القوانين وتضمن الإلتزام بأحكامها. تملك السلطة الوطنية الفلسطينية الحق بتقديم مشروع قانون إلى المجلس التشريعي وإصدار لوائح واتخاذ الإجراءات اللازمة لتطبيق القوانين.

السلطة التشريعية

يمثّل المجلس التشريعي الفلسطيني السلطة التشريعية في فلسطين. يتألف المجلس التشريعي الفلسطيني من مجلس واحد يضمّ ١٣٢ عضوًا منتخبًا. تمتدّ ولايته على طول الفترة الإنتقالية (بما أن السلطة الوطنية الفلسطينية أنشِئت كبنية إنتقالية). تتضمّن مهامها الرئيسة:

١- بناء النظام القانوني وتوحيده.
٢- تكريس الأعراف البرلمانية المعاصرة في المساءلة والشفافية وضمان فصل السلطات.
٣- تعزيز الديمقراطية وبناء أسس لها وإشراك شرائح أكبر في صنع القرارات.
٤- حشد أوسع دعم والمساعدة القضائية العربية والدولية للمواقف السياسية الوطنية الفلسطينية.
٥- بناء الإرادة السياسية لتطوير عمل اللجان المختصّة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 60

السلطة القضائية

إن السلطة القضائية مستقلّة تترأسها المحاكم بمختلف أنواعها ودرجاتها. يحدّد القانون شكلها وإختصاصها وتصدر أحكامها وفقًا للقانون.

يبدي **المجلس الأعلى للقضاء** الرأي حول مشاريع القوانين التي تنظم أية مسائل متعلّقة بالسلطة القضائية، بما فيها النيابة العامة.

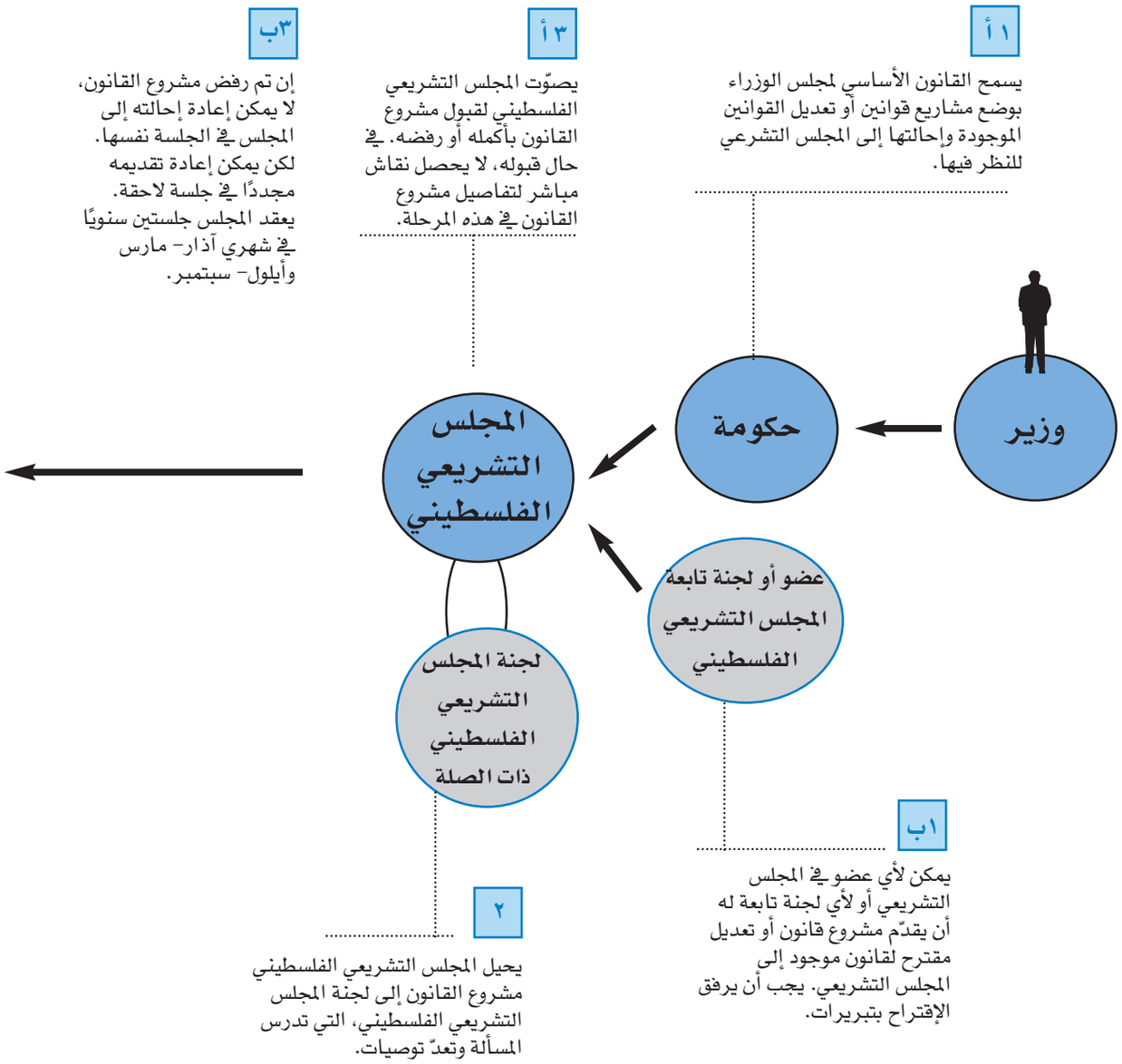
تتولّى **المحكمة العليا** مؤقتًا جميع الأعمال الموكلة إلى المحاكم الإدارية والمحكمة الدستورية العليا، إلا إذا كانت تقع ضمن نطاق إختصاص جهة قضائية أخرى وذلك بموجب القوانين المرعية الإجراء.

تنظر **المحكمة الدستورية العليا** في دستورية القوانين ومشاريع القوانين والأنظمة وغيرها بالإضافة إلى تفسير نصوص القوانين الأساسية والفصل في نزاعات الإختصاص بين الجهات القضائية والجهات الإدارية ذات الإختصاص القضائي.

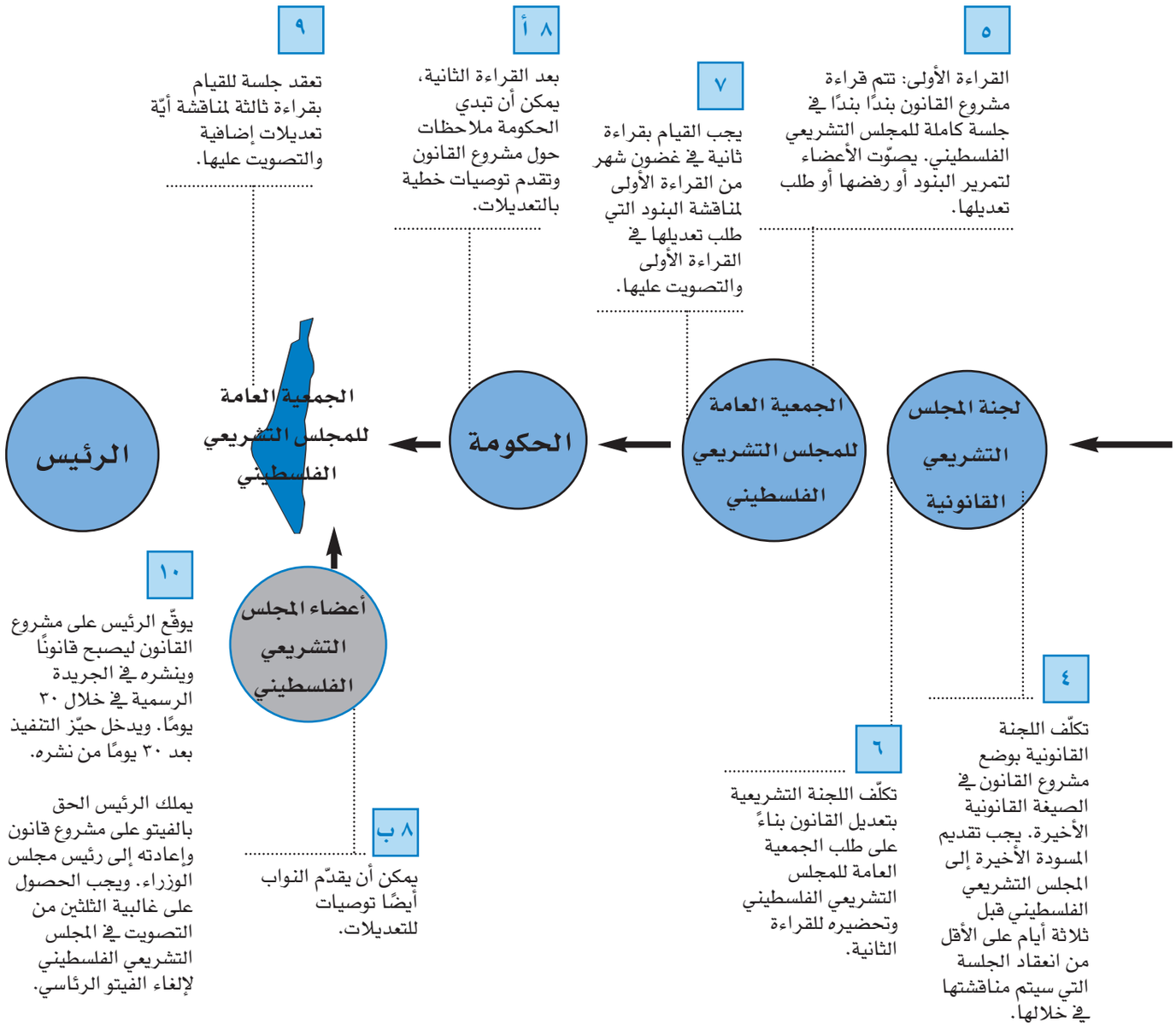
advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 63

العملية التشريعية في فلسطين

بغية القيام بمدافعة ناجحة، من المهم فهم واقع العملية التشريعية في أراضي السلطة الفلسطينية، والإجراءات للمصادقة على القوانين أو تعديلها، ونشاطات المدافعة التي يمكن القيام بها في كلّ مرحلة. ثمة خياران لتقديم مشروع قانون في فلسطين. أولاً، يمكن أن تقدّم الحكومة إقتراحًا للمجلس التشريعي الفلسطيني أو يمكن لعضو أو لجنة تابعة للمجلس القيام بذلك.



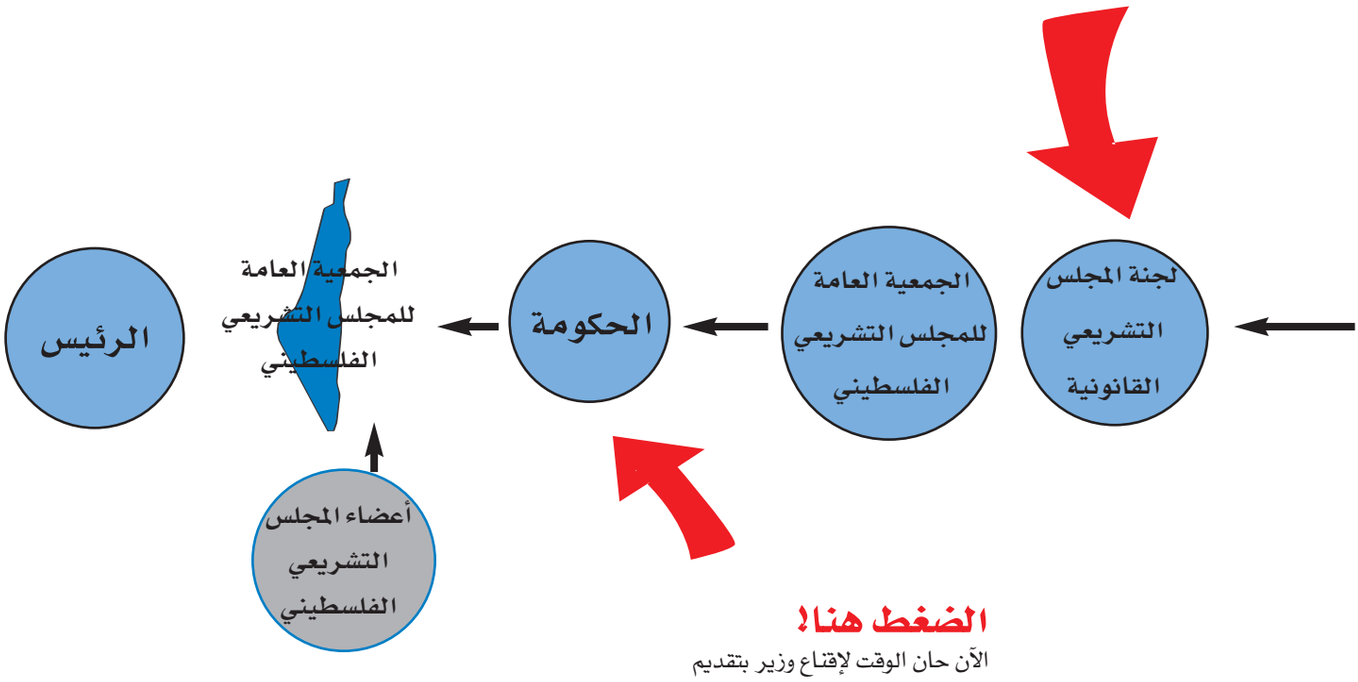
advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 62



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 64

الضغط هنا!

اعملوا بكدّ لتقديم حجج مقنعة لأعضاء اللجنة القانونية وطاقمهم وأي خبراء يقدّمون لها النصح. أدعوهم إلى ورشات عمل حول الموضوع أو قوموا بتنظيم نشاطات تسلّط الضوء على المطالبة بمشروع القانون. ابذلوا كلّ جهدكم لإقناع اللجنة القانونية قبل القراءة الثانية!



الضغط هنا!

الآن حان الوقت لإقناع وزير بتقديم ملاحظات إلى مجلس الوزراء. اعملوا مع جميع أعضاء مجلس الوزراء لإقناعهم بإعتماد الملاحظات وتقديمها بشكل رسمي إلى المجلس التشريعي للمناقشة. أظهرت التجارب أن هذه المقاربة يمكن أن تكون فعّالة للغاية.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 67

ج- ماذا علينا أن نعرف أيضًا عن العملية التشريعية؟

بعد فهم العملية التشريعية، ثمة بعض النقاط الإضافية التي يجب فهمها:

عمليات إتخاذ القرار الرسمية/ غير الرسمية. يمكن اتخاذ القرارات بشكل رسمي بحسب الإجراءات المطلوبة مثل التصويت ضمن لجنة، أو بشكل غير رسمي، أي بعبارة أخرى من دون أن تكون المحاسبة مطلوبة. يجب أن نعرف كيف تتخذ القرارات التي تختصّ بهدف حملتنا. هل تتخذ ضمن لجنة تسجّل محاضرها وتصويتها؟ أو هل يأخذ رئيس اللجنة القرارات بشكل غير رسمي خارج إطار اللجنة؟ إن كانت القرارات تتخذ بشكل غير رسمي، سنضطر إلى الإعتماد على الضغط خلف الكواليس على صانعي القرارات أو على المستهدفين الثانويين الذين بإمكانهم التأثير على صانعي القرارات.

روزنامة. يجب أن نحدّد أحداث الروزنامة التي تؤثّر على عملية اتخاذ القرارات من أجل تحضير نشاطات المدافعة خاصتنا بما يكفي مسبقًا. إن كانت حملة المدافعة خاصتنا تعنى بتخصيصات الموازنة، يجب أن نعرف متى تحضّر الموازنات الوطنية والمحلية.

الأحداث والظروف ذات الصلة. أخيرًا، علينا تحديد الأحداث والظروف الحالية التي قد تؤثّر على نتيجة حملتنا. في خلال فترات التوتر المدني، مثلاً، عادة، لا تحتلّ مسائل مثل حقوق المرأة الأولوية. إن تم تعليق جلسات مجلس النواب، ستتوقف حملة مدافعة تركّز على تغيير التشريع. قد يتنبّه المشرعون أكثر (أو أقل) لمسألة ما إن كانوا وسط حملة إنتخابية.

يمكن أن يساعدنا تحليل عملية اتخاذ القرارات وتحديد الأحداث التي بإمكانها تسهيل حملتنا أو إعاقتها في توقيت نشاطاتنا بشكل يضمن إحداث أكبر تأثير.

الآن بعد ان فهمنا العملية التشريعية ومداخل المدافعة، حان الوقت للتفكير في مَن مِن المشرّعين نودّ استهدافهم.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 66

د- كيف نقوم بتحليل المشرّعين؟

الضغط هو فن إقناع المسؤولين الرسميين بدعم قانون أو معارضته وتطبيق ذلك القانون. في حملة مدافعة تسعى إلى تحقيق تغيير في التشريعات، يعدّ الضغط، أي اللقاء المباشر مع المشرّعين، جزءًا مهمًا للغاية من نشاطات المدافعة الخاصة بنا. بغية الضغط على المسؤولين الحكوميين، علينا تحديد الأنواع المختلفة من المشرّعين في مراكز النفوذ.

يخلط المدافعون أحيانًا بين كلمتي «ضغط» و«مدافعة». تستخدم حملات المدافعة الناجحة العديد من النشاطات مثل ورشات العمل والتظاهرات والمسيرات واللقاءات مع المسؤولين الحكوميين لتحقيق أهداف المدافعة الخاصة بها. وحدها اللقاءات مع المسؤولين الحكوميين تسمّى ضغطاً. يعدّ الضغط إحدى الوسائل التي بإمكاننا إستخدامها لتحقيق هدف المدافعة خاصتنا.

طبّق
الضغط
العملية التشريعية
المشرعون
حجج مقنعة
فرص
خطط الضغط
خطط الاعلام

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 69

يمكن تقسيم المشرّعين إلى خمس مجموعات. تتطلّب كلّ مجموعة استراتيجية تواصل مختلفة:

	نوع	توصيف	إستراتيجية التواصل
	**مناصر** (يتصرّف كمناصر)	المناصرون هم مشرّعون يؤمنون بحملة المدافعة خاصتنا ويدعمونها بنشاط. يوصلون رسائل المدافعة خاصتنا إلى مدافعين آخرين ويكونون متحدّثين ظاهرين بإسم الحملة.	توفير مدافعين لديهم معلومات موثوقة يمكن استخدامها لإقناع مشرعين آخرين بالإنضمام إلى قضيتنا.
	**حليف**	الحلفاء هم المشرّعون الذين يدعمون حملة المدافعة خاصتنا لكن لم يشاركوا أو يساهموا فيها كثيرًا بعد.	محاولة إقناع الحلفاء بالإنخراط أكثر بحملتنا.
	**محايد**	المحايدون هم المشرعون الذين لا يدعمون أي طرف في مسألتنا.	المحايدون هم المستهدفون الأساسيون في جهود المدافعة خاصتنا. علينا الإستفادة من حلفائنا ومناصرينا لاستمالتهم إلى جانبنا. محاولة منع المعارضين
	**معارض معتدل**	المعارضون المعتدلون هم المشرّعون الذين سيصوتون حتمًا ضدنا لكن لا يملكون الوقت أو الموارد أو الرغبة للعمل ضدنا.	حاول أن تمنع المعارضين المعتدلين لحملة المدافعة خاصتنا من أن يصبحوا أكثر نشاطًا ومجاهرة بمعارضتهم.
	**معارض شديد**	المعارضون الشديدون هم الأشخاص الذين يعملون على القضاء على هدف المدافعة خاصتنا.	يجب أن نشرح بوضوح لماذا لا يجب أن ينضم المشرّعون الآخرون إلى معارضينا الشديدين.

كلّما أمكن، يجب أن ننمّي إهتمام المشرّع بقضيتنا. مثلا، إن كنّا نقوم بحملة المدافعة لتخفيف العنف ضد المرأة، قد تكون نائب في البرلمان عانت من العنف حليفة جيّدة.

الآن، فهمنا العملية التشريعية وحدّدنا المشرّعين الذين نودّ استهدافهم. تقتضي الخطوة التالية تحضير حجج مقنعة تدعم موقف المدافعة خاصتنا.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 68

هـ- كيف يمكننا تحضير حجج مقنعة للمشرّعين؟

يملك الوزراء السلطة للتأثير على العملية التشريعية لكن قد لا يكونوا على اطلاع على حملة المدافعة خاصتنا. يعدّ أحد التحديات كون المشرّعين عادة منشغلين جدًا ولا يملكون الوقت لقراءة الوثائق. قبل اللقاء بهم، علينا تحضير المواد التي تمثّل موقفنا في المدافعة باستخدام حجج مقنعة مثل بيان موجز أوملخص تنفيذي (في التقارير) أو ورقة بالوقائع أو عرض. نحضّر هذه المواد لأننا نريد أن يستخدمها المشرّعون في حججهم.

ورقة موجزة Briefing Paper

الورقة الموجزة هي وثيقة قصيرة تلخص موقف المدافعة خاصتنا. لا يجب أن تتخطى الصفحة أو الإثنتين ويجب أن تتضمّن عناصر خمسة:

١- خلفية المشكلة

٢- تجارب شخصية ذات صلة بالمشكلة

٣- الحلّ الموصى به للمشكلة

٤- العمل المطلوب الذي يجب أن يتخذه المشرّع للتطرّق إلى المشكلة

٥- معلومات للتواصل (أسماء وأرقام هاتف وعناوين البريد الإلكتروني)

يجب أن يتدرّب مرسلو الحملة (والأمثل حتى أن يحفظوا عن ظهر قلب) العناصر الخمسة الواردة في ورقتنا الموجزة، ليتمكنوا من التعبير عن أنفسهم بشكل طبيعي وبثقة لدى الإجتماع بوزير.

طبّق
الضغط
العملية التشريعية
المشرعون
حجج مقنعة
فرص
خطط الضغط
خطط الاعلام

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 71

تلخيص تنفيذي Executive Summary

يجب أن يتضمن أي تقرير مهما كان طوله تلخيصًا تنفيذيًا في بدايته. ولا يجب *أن يتعدّى طوله الصفحتين* وأن يقدّم جميع النقاط الأساسية الواردة في التقرير الكامل.

ورقة بالوقائع Fact Sheet

يجب أن يتمكّن المشرعون من الوصول بسرعة إلى المعلومات الأساسية المتصلّة بقضية المدافعة خاصتنا. تلخّص ورقة الوقائع النقاط الرئيسة الواردة في البيان الموجز، بما فيها توصيف المشكلة وتبريرات الحلّ المقترح وأثره وفوائده. يجب صياغتها بلغة بسيطة مع تسليط الضوء على الإحصاءات التي تمّ الحصول عليها من مصادر موثوقة. أخيرًا، يجب ان تعرض البيانات المرتبطة بالمشكلة والحلّ المقترح في سياقات مختلفة.

مواد العرض Presentation Materials

من المهمّ ان نفكّر بشكل خلاّق في كيفية إبقاء المشرّعين مطّلعين على جهود المدافعة خاصتنا و*مساعدتهم على إطلاع الآخرين*. في كلّ مرّة نسهّل فيها للمشرّعين مناقشة قضيتنا، نزيد من فرص تحقيق نتيجة إيجابية لحملتنا. ويعدّ توفير عروض إلكترونية، بما فيها صور بيانية وغيرها من الوسائل البصرية المساعدة، إحدى التقنيات لتحقيق ذلك.

تعلّمنا العملية التشريعية وكيفية تحليل التشريعات. كما قمنا بتحديد مشرّعينا المستهدفين لإجراء وبتحضير حجج مقنعة. تكمن المهمة الأخيرة للضغط في التمهيد للتوصل إلى الفرص لمقابلتهم وتقديم حججنا.

و- كيف نوجد فرصًا لمقابلة المشرّعين؟

تعدّ إحدى أفضل الطرق لإيصال رسالة المدافعة خاصتنا إلى صانعي القرار المستهدفين لإجراءاللقاءات وجهًا لوجه. يمكن أن تكون مقابلة الوزراء مربكة، لذا من الحكمة التعمّق في التحضير لكي نكون أكثر ثقة بأنفسنا. هناك أربع خطوات مهمة لإجراء لقاء فعّال:

- إختيار توقيت مناسب
- فهم مصالحهم

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 70

- إحضار مواد خطية
- توقّع العمل

حين تكونون في اجتماع، تذكّروا أن تصغوا بشكل نشط وتتكلّموا بثقة. قبل المغادرة، أعطوا الوزير نسخة عن الورقة الموجزة وأعربوا عن امتنانكم للفرصة بلقائهم. بعدئذٍ، أرسلوا رسالة متابعة تعيدون فيها ذكر ما تم مناقشته وأي خطوات وافقوا عليها في الاجتماع لتنفيذها في المستقبل. تذكّروا إلزامهم بهذه الإتفاقات.

الآن بعد أن استعرضنا جميع مكونات الضغط، بإمكاننا الإنتقال إلى استراتيجية المدافعة الرئيسة الثانية، وهي العمل مع الإعلام

أي نوع من النشاطات بإمكاننا تنظيمها للمسؤولين الحكوميين؟

- كتابة رسالة أو توجيه رسالة إلكترونية .
- إجراء إتصال هاتفي .
- تحديد الموعد للقاء وجهًا لوجه .
- تقديم عريضة .
- دعوة مسؤولين رسميين إلى مناقشة عامة .
- تقديم شهادة أمام لجنة .
- تنظيم إجتماع على فطور مع تقديم عرض .
- إشراك المعنيين الدوليين .
- إجراء تجمّع أو مسيرة والطلب من المسؤولين الخروج ومقابلة المتظاهرين .
- دعوة المسؤولين لزيارة المجموعة المتأثرة .
- إقامة حدث إجتماعي/ ثقافي في محيط البرلمان .
- بناء علاقة مع الطاقم التشريعي .

طبّق
الضغط
العملية التشريعية
المشرعون
حجج مقنعة
فرص
خطط الضغط
خطط الاعلام

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 73

الإستراتيجية الثانية: العمل مع الاعلام

حين لا نستطيع الوصول مباشرة إلى مستهدفينا الأوليين من خلال الضغط، بإمكاننا تركيز جهود المدافعة خاصتنا على العمل مع الإعلام. في هذه الحال، نحتاج إلى تحضير استراتيجية إعلامية.

يعتبر تأثير الإعلام على المجتمع عميقًا. يتمتّع الإعلام، كأداة ترفيهية ومصدر معلومات وأداة تواصل، بسلطة هائلة لقولبة آراء الناس وقراراتهم في جميع أطرالمجتمع. إن دور الإعلام هو:

١- نقل معلومات عن المجتمع إلى جمهور عريض.
٢- التحقيق في مسائل لا يملك الأفراد الوقت أو الموارد للبحث عنها بأنفسهم.
٣- التأثير بالرأي العام من خلال مقالات إفتتاحية وتغطيات إعلامية.
٤- مساءلة الحكومة والمنظمات والمؤسسات نيابة عن المواطنين (المعروفة أيضًا بإسم «الصحافة المدنية».)
٥- فضح المسائل أو المشاكل التي لا يودّ الأشخاص أو المنظمات تعميمها أويودّون تفادي مناقشتها.

بغية العمل بفعالية مع الإعلام، علينا تعلّم التالي:

أ- لماذا علينا العمل مع الإعلام؟
ب- لماذا علينا جذب انتباه الإعلام؟
ج- لماذا نبني علاقات مع الإعلام؟
د- أية أدوات بإمكاننا استخدامها لمقاربة الإعلام؟
هـ- لماذا من المهمّ متابعة الإعلام؟

لنبدأ بالخطوة الأولى: فهم لماذا من المهمّ العمل مع الإعلام.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 72

أ- لماذا علينا العمل مع الإعلام؟

ثمة العديد من الأسباب التي يجب أن تدفعنا للعمل مع الإعلام. فبإمكانه:

- إعطاء حملتنا ومنظمتنا المزيد من الصدقية والظهور الإعلامي
- تشجيع المناقشة العامة حول مسألتنا
- تحسين قدرتنا على جمع الأموال

مع أنّه بإمكاننا إستخدام نشاطات أخرى لإيصال رسائل المدافعة الخاصة بنا مثل توزيع المنشورات أوتنظيم التجمّعات أو مقابلة الوزراء ، يبقى استخدام الإعلام الطريقة **الأسرع** للوصول إلى جمهور عريض.

ثمة نوعان من الإعلام بإمكاننا استخدامه لحملة المدافعة خاصتنا: **المدفوع والمكتسب**. يعني الإعلام المدفوع أن مالاً دفع مقابل الإعلان. تعتبر الإعلانات أمثلة عن الإعلام المدفوع. أما الإعلام المكتسب، فيعني أننا أقنعنا الإعلام بأن المعلومات مهمة بما يكفي لتبرير التغطية المجانية. وتعتبر مقالة عن إضراب موظفي فندق مثالاً عن الإعلام المكتسب- لا يدفع الموظفون المضربون لتلقي انتباه الاعلام.

بغية الإستفادة من الإعلام المكتسب، علينا معرفة كيفية جذب إهتمام الإعلام.

قد تكون التغطية الإعلامية مجانية لكن لا يتم الحصول عليها من دون استثمار مجموعتنا لوقت وعمل وموارد .

خطط
أ- الأهداف العامة والخاصة
ب- المؤشرات
ج- المعنون
ج- الأشخاص المستهدفون
د- استراتيجية
هـ- الرسالة
و- مواطن القوة والضعف
ز- تعبئة الموارد

طبّق
خطط الضغط

العمل مع الاعلام
أهمية الاعلام
جذب انتباه الاعلام
بناء علاقات مع الاعلام
ادوات لمقاربة الاعلام
المدافعة الإلكترونية
اهمية متابعة الاعلام

بناء الائتلافات

نشاطات

قيّم

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 75

ب- كيف نجذب انتباه الإعلام؟

لا تنتظر حملة المدافعة الناجحة الإعلام ليلاحظ نشاطاتها. بل على العكس، علينا السعي بنشاط وراء الفرص للحصول على انتباه الإعلام. غير أن فهم كيفية لفت انتباه الإعلام بواسطة معلومات جديرة بالورود في الأخبار يعتبر أحد أهم التحديات بالنسبة إلى منظمات المجتمع المدني. كما أن المنظمات غالبًا ما تدعو الإعلام لتغطية أحداث غير جديرة بالورود كأخبار. تعتبر إحدى الأمثلة الشائعة الطلب من مراسل تغطية ورشة عمل لا تتمتّع بقيمة إخبارية.

ما الذي يعتبر جديرًا بأن يكون خبرًا؟

المعلومات الجديرة بأن تكون أخبارًا هي أي شيء يمكن أن يعتبر فريدًا من نوعه أو غامضًا أو ساخرًا أو دراماتيكيًا أو فكاهيًا. غالبًا مايكون موضوع القصص الجديرة بالورود كأخبار:

- الجدال والنزاع
- الظلم والخداع والفساد والإستغلال
- أمورًا أو أحداثًا تضمّ عددًا كبيرًا من الأشخاص
- أمورًا قد تدفعنا إلى إعادة النظر في مواقفنا أو معتقداتنا
- تجارب شخصية تعطي وجهًا إنسانيًا لقضية أوسع
- المشاهير المتأثرين شخصيًا بمسألة
- الأعياد والإحتفالات بأحداث مهمة
- الأثر المحلي للقصص الوطنية.

كيف يمكن جعل حملة المدافعة خاصتنا جديرة بالورود في الأخبار؟

يجب أن تجذب قصة جديرة بالورود في الأخبار جمهورًا عريضًا وأن تجيب على الأسئلة : من؟ متى؟ أين؟ لمَ؟ كيف؟ بوضوح وبسرعة.

«الحبكة» (Hook) هي عبارة مصمّمة للفت انتباه القارىء بسرعة وإقناعه بالإستمرار بالقراءة.

تعتبر إحدى الطرق لجعل حملة المدافعة خاصتنا جديرة بالورود في الأخبار إستخدام «حبكة» لإثارة إهتمام القارىء. مثلاً إقامة تجمّع من أجل حقوق الطفل في يوم الطفل العالمي (الأول من حزيران- يونيو) يمكن أن تزيد من القيمة الإخبارية لتجمعنا.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 74

ويعد أيضًا وضع الإطار طريقة أخرى لكسب انتباه الإعلام.
ويكمن الهدف في استخدام كلمات لرسم صورة في ذهن المراسل والجمهور. مثلاً، حين نشدّد على كون حملتنا ضد العنف الأسري لصالح «العائلة»، سيعتبر أي معارض «عدوًا للعائلة».

يعني وضع الإطار رسم خط وهمي لكن واضح بيننا وبين معارضينا.

عيّنة عن حبكة إعلامية Sample News Hooks

جدال: «ما زالت الحكومة معلّقة»
مصلحة الإنسان الدرامية : «اكتشاف عصابة إتجار جنسي.»
مشاهير: «جاكي تشان يزور كمبوديا»
الأعياد والأحداث العامة:
٨ آذار – مارس – اليوم العالمي للمرأة
٢٢ نيسان- أبريل – يوم الأرض
الأول من أيار – مايو – عيد العمّال الدولي
الأول من حزيران – يونيو – اليوم العالمي للطفل
الأول من كانون الأول – ديسيمبر – اليوم العالمي لمكافحة الإيدز

الآن وقد علمنا ما يهمّ الإعلام، علينا تعلّم كيفية التخاطب معه.

ج- كيف نبني علاقات مع الإعلام؟

بغية إيصال معلومات حول حملة المدافعة خاصتنا من خلال الإعلام، علينا أولاً...

- أن نكون صريحين ومحترفين والوصول إلينا سهلاً.
- أن نحترم المواعيد والموضوعية.
- أن نتكلّم عن معرفة وبثقة عن المشكلة.
- أن نثقّف أنفسنا حول آرائهم وأسلوبهم.

بعدها علينا وضع لائحة بمعلومات تواصل مع الإعلام. يجب أن تتضمّن اللائحة عناوين وأرقام هاتف وعناوين بريد إلكتروني حديثة حول جميع تفاعلاتنا مع المراسلين والصحافيين والمحرّرين.

طبّق
خطط الضغط
العمل مع الاعلام
أهمية الاعلام
جذب انتباه الاعلام
بناء علاقات مع الاعلام
ادوات لمقاربة الاعلام
المدافعة الإلكترونية
اهمية متابعة الاعلام
بناء الائتلافات
نشاطات
قيّم

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 77

د- أية أدوات بإمكاننا إستخدامها لمقاربة الإعلام؟

بواسطة لائحة الإعلام، بإمكاننا تحديد الإعلاميّن الذين نودّ مقاربتهم بمعلومات حول حملة المدافعة خاصتنا. ثمة عدد من الأدوات الإعلامية الشائعة التي يمكننا استخدامها لدى مقاربة الإعلام:

- جولة صحافية
- موجز صحفي
- رسالة لعرض فكرة
- بيان صحافي
- مؤتمر صحافي
- مقابلات
- مقالات آراء القرّاء
- عدّة صحافية
- فرصة لالتقاط صورة
- انترنت
- هواتف خليوية ورسائل قصيرة



- Press Tour
- Press Briefing
- Pitch Letter
- Press Release
- Press Conference
- Interviews
- Opinion Editorial
- Press Kit
- Photo Opportunity
- Internet
- Mobile Phones and texting

يمكن أن تكون **الجولة الصحافية** Press Tour للصحافيين من الإعلام المحلي والوطني وحتى الدولي أداة قوية جدًا لنيل الدعم والظهور للمشاريع والبرامج. تعدّ إحدى الغايات الرئيسة للجولات الصحافية تقديم النجاحات أو الإنجازات بالتفصيل و/ أو إظهار نقاط ضعف المشاريع والبرامج ومشاكلها. فبإمكانها إثبات وجهة نظركم بواسطة وسائل بصرية.

يهدف **الموجز الصحفي** Press Briefing إلى إبقاء الصحافيين مطلّعين بدل إطلاع الجمهور مباشرة من خلال الصحافي. يمكن أن تكون طريقة فعّالة لإعطاء المراسلين أفكارًا حول قصص، وهي فرصة جيدة لطاقمكم لمقابلة المراسلين. يمكن أن يوفّر القيام بموجز صحفي شهري دوريًا معلومات للصحافيين بإمكانهم إستخدامها لقصص. فكّروا في إجرائه في مكان عمل المشروع أو بالإشتراك مع شركاء آخرين. تذكّروا أن ما من شيء «لا يصلح للنشر».

الرسالة لعرض فكرة Pitch Letter هي اقتراح خطي يرسل لتشجيع المراسلين والمحرّرين على تغطية أحداث إخبارية أو أفكار قصص محدّدة. لا تتضمّن كلّ المعلومات حول القصّة، بل فقط ما يكفي للفت

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 76

الإنتباه وبالتالي، يجب أن تكون مكتوبة جيدًا ومقتضبة. ويجب أن يليها تواصل مباشر مع الصحافي أو المحرّر أو منتج الراديو أو التلفزيون المستهدف. تعتبر الرسائل لعرض أفكار مفيدة بشكل خاص إن أردتم أن تتم إستضافة فرد من منظمتكم على التلفزيون أو الراديو للتكلّم عن عملكم.

البيان الصحافي Press Release يهدف إلى إيصال رسالة إلى الإعلام لينقلها بدوره إلى الجمهور. يستخدم البيان الصحافي الجيّد وقائع وإحصاءات وإقتباسات، لكن أولاً يكون لديه قصة جديرة بالورود كخبر ومناسبة. قد يعرض البيان الصحافي موقفًا أو يروّج لحدث أو ينشر ما توصّلت إليه الأبحاث أو ينكر شيئًا. يمكن أن تستخدم البيانات الصحافية، بصفتها وسيلة تواصل، كطريقة منتظمة للإتصال بالإعلام أو كجزء من حملة إعلامية أوسع. ويجب أن تتضمّن فوق كلّ شيء معلومات جديرة بالورود كأخبار.

المؤتمر الصحافي Press Conference هو وسيلة شائعة للترويج لنشاطاتكم. لا يجب تنظيمه إلا إن كان لديكم أمر فريد من نوعه ومهمّ لإيصاله أو شيء جديد تخبرونه أو تقرير جديد أو ردّ سريع على خبر عاجل، ولا تملكون الوقت للوصول مباشرة إلى الإعلام. تذكّروا أن تتخيّلوا ما الذي تودّون مشاهدته على التلفاز أو كإقتباس في الصحيفة. لا تحدّوا تفاعلكم مع الإعلام بنسق التواصل هذا.

المقابلة Interviews توفّر فرصة لتوضيح سوء التفاهم وتقديم البرامج أو المواقف بوضوح والتواصل بشكل مباشر وإيجابي مع جمهور واسع. تذكروا أن الصحافيين يحبّون المفاجآت وسينتهزون دومًا الفرصة ليطرحوا عليكم أسئلة عن أشياء أخرى. تذكّروا أيضًا أن تبقوا دومًا مسيطرين على الوضع. قوموا بالتخطيط لإستراتيجية إعلامية مسبقًا لتقرّروا ما الذي تودّون تحقيقه من خلال المقابلة. تذكروا أن «تكرّروا وتكرّروا وتكرّروا» رسالتكم!

مقالة آراء القرّاء Opinion Editorial هي مقالة يكتبها الزوّار حول مسائل محدّدة تهمّ جمهور الإعلام. في الصحف، يكتب الزوّار الكتّاب مقالة يعطون فيها آراءهم، المتخصّصة أحيانًا، حول قضية أو حدث. غالبًا ما تخصص البرامج الإخبارية على التلفزيون أو الراديو وقتًا لآراء الضيوف أيضًا. يمكن أن تساهم

طبّق
خطط الضغط
العمل مع الاعلام
أهمية الاعلام
جذب انتباه الاعلام
بناء علاقات مع الاعلام
ادوات لمقاربة الاعلام
المدافعة الإلكترونية
اهمية متابعة الاعلام
بناء الائتلافات
نشاطات
قيّم

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 79

مقالات آراء القرّاء أيضًا في جعل جمهوركم يدرك المشكلة ويساعد في إيصال رسالة منظمتكم إلى العلن. اتصلوا بالمحرّر واسألوه عن أي متطلّبات محدّدة لمقالات آراء القرّاء لأن السياسة تختلف بحسب الصحف.

العدّة الصحافية Press Kit عبارة عن ملف يتضمّن كلّ المعلومات التي قد يحتاج إليها فرد في الإعلام لتحضير قصة عن حملتنا. من المهم أن نزوّدهم بالمعلومات الكاملة لأنهم قد يفكّرون في كتابة قصة لكن يعدلون عن ذلك إن كان عليهم إجراء الأبحاث ووقتهم محدود. عادة، نجمع عدّة صحافية تحضيرًا لمؤتمر صحافي أو لحدث إعلامي أو في بداية حملة مدافعة جديدة. يتم إرسال العدّة الصحافية مرّة واحدة لكلّ فرد من الإعلام، لكن يمكن استخدام الوثائق المنفردة من العدّة الصحافية على حدة، ما يسمح لنا بأن نكون مزوّدين بمعلومات للإعلام طوال الوقت. يمكن أن تحتوي العدّة الصحافية:

- **رسالة تقديم مرفقة** Cover letter تحتوي إسم المتحدّث ومعلومات للتواصل معه، بالإضافة إلى إسم منظمتنا وعنوانها.
- **بيانًا صحافيًا** Press release حول حدث أو نشاط خاص بنا.
- **معلومات عن الخلفية** Background information حول المسألة وتوصيف منظمتنا وحملة المدافعة الخاصة بنا.
- **إقتباسات** Quotes عن أشخاص مهمّين معنيين بحملتنا أو بيانًا لرئيس منظمتنا.
- **ورقة أسئلة وإجابات** Q &A sheet تشرح المسألة بطريقة بسيطة، سهلة القراءة.
- **ورقة بالوقائع** factsheet تعرض المشاكل والأسباب والإحصاءات والحلول المقترحة والحجج المضادة في نسق سهل القراءة.
- **نسخاً عن التغطيات الإعلامية السابقة** Copies of past media حول المسألة ومنظمتنا وحملة المدافعة الخاصة بنا.
- **رسومًا بيانية أو صورًا أو غيرها من البيّنات البصرية.**
Charts, photographs, or other visual evidence.

فرصة لإلتقاط صورة Photo Opportunity يمكن أن تنقل الصور رسائل لا يمكن أن تعبّر عنها الكلمات. تستخدم جميع وسائل الإعلام، بإستثناء الراديو، الصور للمساعدة على لفت انتباه جمهورهم. بإمكاننا استخدام الصور لإقناع الإعلام وجمهورنا المستهدف بأهمية حملة المدافعة خاصتنا. تعتبر أفضل الصور تلك التي تكون واضحة وتجذب الإنتباه. إن كنّا لا نتوقّع الحصول على فرصة مناسبة لالتقاط صورة، بإمكاننا أن نوجد واحدة. قوموا بدعوة مؤيدينا إلى مكان مثير للإهتمام من الناحية

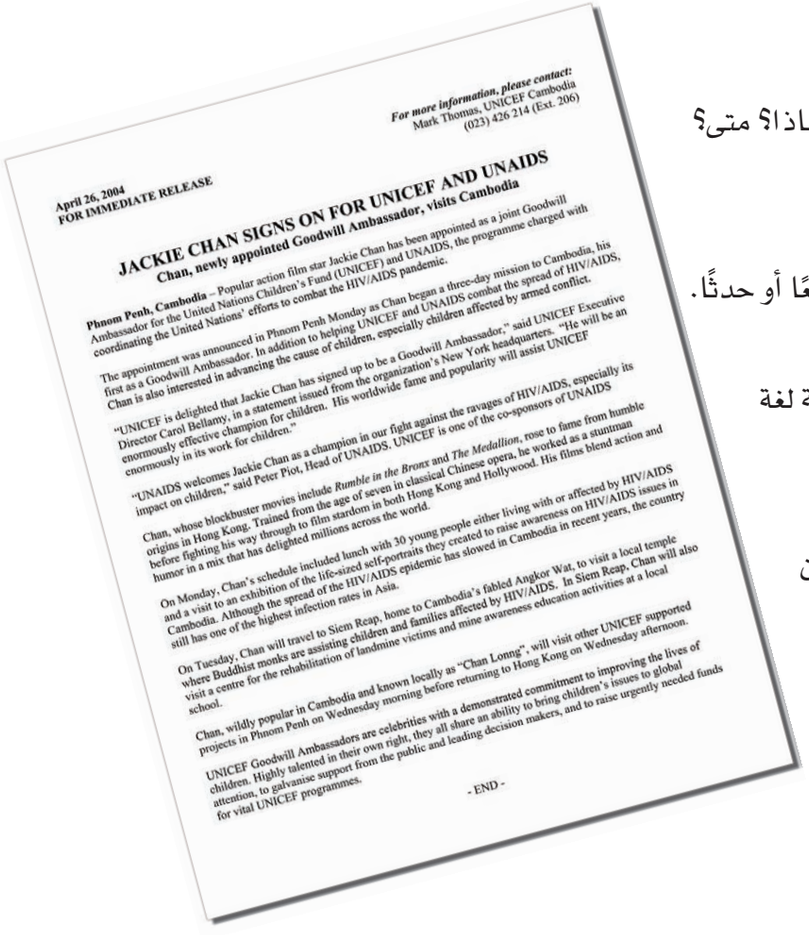
advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 78

البصرية وذي معنى لحملتنا. اصنعوا لافتات كبيرة لتعزيز رسائل الحملة والتقطوا عدّة صور لنحظى بمجموعة صور نختار منها.

البيانات الصحافية والمقابلات والمؤتمرات الصحافية هي أدوات إعلامية أساسية، لذا ستكون فكرة جيدة إستعراض هذه المواضيع بتفاصيل أكثر.

البيان الصحافي

مع أننا سنحضّر عدّة صحافية واحدة لكلّ قناة إعلامية، سنرسل العديد من البيانات الصحافية. البيان الصحافي هو ملخّص قصير (لا يتعدّى الصفحتين!) عن موضوع أو نشاط أو حدث إخباري مصمم لجذب انتباه الإعلام. كل وسائل الإعلام (المطبوعات والراديو والتلفزيون) معتادة على تلقّي البيانات الصحافية والكثيرة منها تعوّل عليها للبقاء مطّلعة على الأخبار التي تصدر. إحرصوا على تضمينه معلومات للإتصال بنا ليتمكّن الصحافي أو المراسل من الوصول إلينا ليعرف المزيد عن المسألة أو ليتحقق من معلومة.



For more information, please contact:
Mark Thomas, UNICEF Cambodia
(023) 426 214 (Ext. 206)

April 26, 2004
FOR IMMEDIATE RELEASE

JACKIE CHAN SIGNS ON FOR UNICEF AND UNAIDS
Chan, newly appointed Goodwill Ambassador, visits Cambodia

Phnom Penh, Cambodia – Popular action film star Jackie Chan has been appointed as a joint Goodwill Ambassador for the United Nations Children's Fund (UNICEF) and UNAIDS, the programme charged with coordinating the United Nations' efforts to combat the HIV/AIDS pandemic.

The appointment was announced in Phnom Penh Monday as Chan began a three-day mission to Cambodia, his first as a Goodwill Ambassador. In addition to helping UNICEF and UNAIDS combat the spread of HIV/AIDS, Chan is also interested in advancing the cause of children, especially children affected by armed conflict.

"UNICEF is delighted that Jackie Chan has signed up to be a Goodwill Ambassador," said UNICEF Executive Director Carol Bellamy, in a statement issued from the organization's New York headquarters. "He will be an enormously effective champion for children. His worldwide fame and popularity will assist UNICEF enormously in its work for children."

"UNAIDS welcomes Jackie Chan as a champion in our fight against the ravages of HIV/AIDS, especially its impact on children," said Peter Piot, Head of UNAIDS. UNICEF is one of the co-sponsors of UNAIDS

Chan, whose blockbuster movies include *Rumble in the Bronx* and *The Medallion*, rose to fame from humble origins in Hong Kong. Trained from the age of seven in classical Chinese opera, he worked as a stuntman before fighting his way through to film stardom in both Hong Kong and Hollywood. His films blend action and humor in a mix that has delighted millions across the world.

On Monday, Chan's schedule included lunch with 30 young people either living with or affected by HIV/AIDS and a visit to an exhibition of the life-sized self-portraits they created to raise awareness on HIV/AIDS issues in Cambodia. Although the spread of the HIV/AIDS epidemic has slowed in Cambodia in recent years, the country still has one of the highest infection rates in Asia.

On Tuesday, Chan will travel to Siem Reap, home to Cambodia's fabled Angkor Wat, to visit a local temple where Buddhist monks are assisting children and families affected by HIV/AIDS. In Siem Reap, Chan will also visit a centre for the rehabilitation of landmine victims and mine awareness education activities at a local school.

Chan, wildly popular in Cambodia and known locally as "Chan Long", will visit other UNICEF supported projects in Phnom Penh on Wednesday morning before returning to Hong Kong on Wednesday afternoon.

UNICEF Goodwill Ambassadors are celebrities with a demonstrated commitment to improving the lives of children. Highly talented in their own right, they all share an ability to bring children's issues to global attention, to galvanise support from the public and leading decision makers, and to raise urgently needed funds for vital UNICEF programmes.

- END -

يجيب البيان الصحافي الفعّال على أسئلة «من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ لمَ؟ كيف؟» بسرعة وبوضوح.

من هوالفاعل؟ قد يكون الفاعل شخصًا أو مجتمعًا أو حدثًا.

ماذا يحصل؟ الفتوا نظر القارىء بسرعة بواسطة لغة بسيطة وجذّابة.

أين سيحصل؟ إن كان حدثًا، أين سيعقد؟ إن كان مسألة، أين الأشخاص المتأثرين بها؟

متى سيحصل؟ أحرصوا أن يكون التاريخ والتوقيت واضحين بالنسبة إلى الحدث.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 81

أما بالنسبة إلى مشكلة، فركّزوا على أية وتيرة وأية مدّة كانت تحصل فيها المشكلة.

لماذا يستحق الورود كخبر؟ فكّروا في وجهة نظر القارىء. ما الذي قد يهمّه أو يثير اهتمامه؟

كيف نصف إنخراطنا بالأمر؟ كيف تؤثّر حملة المدافعة خاصتنا على الوضع؟ هل تؤثر المعلومات الواردة في البيان الصحافي على المجتمع؟

مقابلات إعلامية

يجب أن يكون السعي النشط للحصول على مقابلات مع الإعلام جزءًا من كلّ حملة مدافعة. توفّر لنا المقابلات الإعلامية فرصة ممتازة للتعبير عن رسائل المدافعة خاصتنا مباشرة لجمهورنا من خلال الإعلام. قبل فترة طويلة من وقت المقابلة، علينا اختيار شخص من منظمتنا ليؤدّي دور الممثّل الإعلامي أو المتحدّث. يجب أن يتمتّع هذا الشخص بخبرة في التعاطي مع الإعلام وبصدقية لدى جمهورنا المستهدف.

يجب أن يتحضّر متحدثنا لمقابلة من خلال حفظ تلخيص موجز حملة المدافعة خاصتنا ثم التدرّب على تلاوة الرسائل الأساسية. قبل تعيين موعد لأية مقابلة أو ظهور، يجب أن يتدرّب المتحدّث على الإجابة عن أسئلة صعبة أو حسّاسة.

يجب أن يكون متحدّثنا جذّابًا لجمهورنا المستهدف وليس لنا. يعتبر أفضل متحدّث ذاك الذي يوحي بالثقة وينقل رسالة واضحة. تذكّروا أن طريقة كلامهم مهمّة بقدر ما يقولونه.

سيساعد التمرين متحدّثنا في أن يصبح مرتاحًا في التكلّم عن رسالتنا والدفاع عن حملة المدافعة خاصتنا. قبل إجراء مقابلة مع فرد من الإعلام، علينا أن نطرح على أنفسنا الأسئلة التالية:

لماذا يريد الصحافي أو المراسل إجراء مقابلة معنا؟ ما الذي يودّون تحقيقه؟ هل طلبوا مقابلة لأننا نعتبر خبراء في المسألة؟ هل يتمتّع الصحافي بخبرة كبيرة في ما يتعلّق بهذه المسألة؟

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 80

ما الذي نودّ تحقيقه من خلال المقابلة؟ قد نرغب في لفت الإنتباه إلى حملة المدافعة أو إلى الأشخاص المتأثرين بالمسألة أو إضعاف صدقية حجج معارضينا.

من هو جمهورهم وما هي وجهة نظرهم حول المشكلة؟ يجب أن تتطرّق رسائل المدافعة إلى مشاغل الجمهور الذي يهتمّ بوسيلة الإعلام هذه. استعلموا عن متوسّط عمرهم وجنسهم وموقعهم الجغرافي وخلفيتهم الثقافية وإنتماءاتهم السياسية. ثم قدّموا الرسالة بطريقة تقنع ذلك الجمهور.

نصائح للمقابلات

راديو أو مطبوعات	تلفويون
✱ احرصوا على إيصال رسالتكم. ✱ تكلّموا ببطء وبوضوح. ✱ ابقوا إيجابيين وحيويين. ✱ كونوا هادئين. لا تشعروا بالإهانة أو تغضبوا بسبب أسئلة قاسية. ✱ اطلبوا إعادة قراءة الإقتباسات للتحقق من دقّتها. ✱ إن طرح عليكم أكثر من سؤال على حدة، أجيبوا عن الذي تعتبرونه الأهم في البداية.	✱ ارتدوا ملابس محافظة والأفضل أن تكون من لون واحد- غير مقلّمة أو منقّطة. ✱ خذوا معكم صديقًا أو امرأة لتتأكدوا أنّكم تبدون بأفضل حلّة. ✱ لا ترتدوا مجوهرات مبهرجة وتبرّجًا مفرطًا. ✱ انظروا إلى الشخص الذي يجري معكم المقابلة وليس إلى الكاميرا. ✱ اجلسوا مستقيمين ولا تتململوا. ✱ كونوا جاهزين لتكرار رسالتكم إن تسنّت لكم الفرصة لقول بضع كلمات أخيرة.

مؤتمر صحافي

مع أن المؤتمر الصحافي يتطلّب استثمارًا أكبر للوقت والموارد من أي نشاطات أخرى، فهو يزيد بشكل كبير من فرصنا في لفت نظر الإعلام والحصول على تغطية، سواء أكنّا ننظّم مؤتمرًا صحافيًا أم موجزًا صحفيًا ام جولة صحافية أم نقاشًا عامًا أم تظاهرة، علينا التخطيط لها قبل وقت طويل.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 83

مؤتمر صحافي

لائحة للتحقق منها

قبل أسبوعين

- ☑ إعتماد مكان مناسب. إختيار مكان آمن وسليم ومناسب للأحداث العلنية. الحصول على الإذن لاستخدام المكان للمؤتمر والتأكد من أنّه يلبي المتطلّبات التقنية للإعلام- إضاءة، كاميرات، مذياعات، إلخ...
- ☑ إختيار يوم وتوقيت. إختيار يوم وتوقيت لا يتعارضان مع أحداث أو أعياد أخرى معروفة وجديرة بالورود كأخبار.
- ☑ تحضير المتحدّث بإسمنا وأي متحدثين آخرين. البدء بكتابة الخطابات.
- ☑ إستقدام أية معدّات أو طواقم تقنية إضافية.
- ☑ تجميع المعدّات الصحافية.

قبل بضعة أيّام

- ☑ إعادة زيارة الموقع والتأكد من أن المكان جاهز للمؤتمر.
- ☑ دعوة الصحافة. إرسال بيانات صحافية (ومعدّات صحافية لأي فرد من الإعلام الذين ربما لم يتلقّوا واحدة بعد.) إجراء إتصالات متابعة للتأكد أي أفراد من الإعلام سيحضرون المؤتمر الصحافي.
- ☑ التدرّب على الخطاب مع المتحدّث. تذكّروا أنه عليكم جعلهم يجيبون عن أسئلة تشكّل تحدٍّ.

يوم المؤتمر

- ☑ الوصول باكرًا للتحقّق من كل شيء. تجربة معدّات الصوت والفيديو والإضاءة.
- ☑ تعيين شخص لتسجيل المعلومات للتواصل مع أفراد الإعلام عند وصولهم ومساعدتهم في أية مسألة. البدء في خلال عشر دقائق من الوقت المحدّد. يجب توفّر نسخٍ إضافية عن جميع المعدّات مثل العدّة الصحافية.
- ☑ تعيين شخص لتيسير الأسئلة. الإتفاق على من سيجيب عن أي نوع من الأسئلة.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 82

الخطابات. ستوفّر معظم الأحداث الرسمية مثل المؤتمرات الصحافية أو التظاهرات فرصة لمتحدّثنا بإلقاء خطاب. يكون الخطاب الجيد، على غرار البيان الصحافي المصاغ جيّدًا، قصيرًا وبسيطًا ومقنعًا. يتضمّن الخطاب الجيد ثلاثة عناصر أساسية: مقدّمة، نقطتي دعم أو ثلاث وخاتمة. استخدموا نكتًا وإحصاءات وروايات شخصية وتفاصيل شديدة الوضوح والفكاهة لإقناع الجمهور بأهمية حملة المدافعة.

من المهمّ للمتحدّث التدرّب على إلقاء الخطاب. إجعلوا أشخاصًا آخرين يستمعون إلى الخطاب ويعطون نقدًا بنّاءً. تابعوا التمرين إلى أن يصبح المتحدث واثقًا من نفسه ومتمكنًا من إلقاء الخطاب بسلاسة وطبيعية.

منذ منتصف التسعينيات، ظهرت طريقة جديدة للعمل مع الإعلام والتواصل مع الجميع وباتت تزداد أهمية المدافعة: إنّه عملنا مع الإعلام الإلكتروني.

هـ- ما هي المدافعة الإلكترونية؟

تعني المدافعة الإلكترونية إستخدام تكنولوجيا المعلومات كجزء من حملة المدافعة. تتضمّن تكنولوجيا المعلومات والإتصالات الإنترنت والبريد الإلكتروني والهواتف الخليوية وغيرها من التقنيات اللاسلكية. بما أن الإنترنت وغيره من تكنولوجيا المعلومات والإتصالات بإمكانها الوصول إلى جماهير هائلة ، لا يمكن أن يتجاهل المدافعون إمكاناتها وعليهم قياس كلفة إدماج المدافعة الإلكترونية وفوائدها في حملتهم.

تتضمّن تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات الأساسية الأكثر إستخدامًا في المدافعة **الرسائل الإلكترونية** و**مجموعات المناقشة** (المعروفة أيضًا بإسم مجموعات إخبارية أو الخادم المزوّد باللوائح). تقتضي **المراسلة الإلكترونية إرسال** وتلقّي رسائل إلكترونية من كمبيوتر، ويمكن استخدامها لتزويد الجمهور المستهدف بالمعلومات وتعبئته. تعتبر فائدة البريد

ليست المدافعة الإلكترونية نشاطًا معزولاً عن غيره. يجب أن تكون جزءًا من استراتيجية حملة أوسع.

طبّق
خطط الضغط
العمل مع الاعلام
أهمية الاعلام
جذب انتباه الاعلام
بناء علاقات مع الاعلام
ادوات لمقاربة الاعلام
المدافعة الإلكترونية
اهمية متابعة الاعلام
بناء الائتلافات
نشاطات
قيّم

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 85

االإلكتروني أن بإمكانكم إرسال المعلومة نفسها لمجموعة كبيرة من الناس بكلفة ضئيلة جدًا. تتيح **مجموعة المناقشة** للمدافعين تلقي المعلومات الآنية والتواصل مع أشخاص آخرين مهتمّين بمسألتهم.

منابر الإعلام الإجتماعي Social Media Platforms

يمكن القيام بالمدافعة الإلكترونية من خلال **منابر الإعلام الإجتماعي** مثل **فايسبوك** أو **مايسبايس** أو **تويتر** أو **يوتيوب**، وهي بعض المواقع الأكثر رواجًا [١]. من وجهة نظر المدافعة، تسمح المنابر الإجتماعية للأعضاء بالتواصل مع أشخاص آخرين يتشاطرون إهتمامات مشتركة. تمثّل المنابر طريقة مهمة للتعرف على مؤيدين جدد وإشراكهم في النشاط. يسمح لكم **فايسبوك** و**مايسبايس** بإنشاء صفحات إلكترونية فردية أو لمجموعة لنشر معلومات وتحديد المؤيدين وتبادل المعلومات الشخصية للتواصل. غالبًا ما يحضّر منظمو الحملات العرائض من خلال هذه المنابر. قد لا تعترف الهيئات الحكومية بهذه العرائض بشكل رسمي، لكنّها تتمتّع بطابع مقنع حين تقترن بالعديد من التواقيع. أظهر استطلاع رأي أجري في العام ٢٠٠٩ على شبكات لا تبغي الربح و شبكات إجتماعية، أنه هناك العديد من المجموعات الإستثنائية على موقع فايسبوك تضمّ أكثر من نصف مليون عضو، عادة ما يكون متوسط حجم المنبر ١٣٠٠ شخصًا.

من خلال **تويتير**، يمكن للأعضاء أن ينقلوا الأخبار وقت حصولها لـ «متتبعيهم» عبر رسائل مقتضبة يمكن تلقيها عبر الإنترنت أو الهاتف الخليوي. يتمتّع هذا الموقع بشعبية لا بأس بها في بعض البلدان وهو يصل مئات آلاف الأعضاء ببعضهم بعضًا. إن كانوا يملكون الحافز، يمكن لمستخدمي تويتر أن يتخاطبوا وينظموا ردًّا بسرعة هائلة أي في خلال ساعات أو ليلة، ما يلفت النظر بسرعة إلى مسألة. لكن بما أن تويتر توقّف عن تقديم خدمة الإرسال المجاني إلى الهواتف الخليوية في معظم البلدان، فقد يكون المنبر أقل جاذبية لمستخدمي الهواتف الخليوية، وفقًا لتعرفة الرسائل القصيرة في البلد. كما تتيح مواقع مثل www.twitscoop.com للقراء متابعة الميول على تويتر ووضع رسم بياني لها.

يمكن ان يقوم أي شخص بتحميل فيديوهات على منابر مثل **يوتيوب**. وفيما يمكن أن تكون الفيديوهات طريفة ومن إعداد شخصي، يمكن أن تكون جدية أكثر وتغطية مهمة لأحداث عامة مثل أعمال قمع حكومية في تظاهرة. يمكن إرسال صور وفيديوهات مأخوذة بالكاميرا مباشرة إلى يوتيوب إن كان الشخص يملك حساب بريد إلكتروني على الهاتف الخليوي.

لدى المنابر الإعلامية الإجتماعية إستخدامات عدّة. غير انّ الناحية السلبية هي أنّه عادة ما يكون

[١] رؤية : www. facebook.com, www.myspace.com, www.twitter.com, www.youtube.com.

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 84

المحتوى صعب الإيجاد على المنبر. يتمتّع منظمو الحملة بسيطرة أقلّ على النقاش لأنّه يعتمد كما هو معروف على مشاركة آلاف الأشخاص. وفيما بإمكان المنابر الإعلامية الإجتماعية تأدية دور مهمّ في مجال المدافعة اليوم، لا يجب التعويل عليها وحدها لتعطي نتيجة، ويجب أن تكون جزءًا من استراتيجية حملة أوسع.

تشير الدراسات القليلة المتوفّرة إلى أنّه فيما المنابر الإجتماعية مفيدة للحملة، يجب أن تتضمّن كلّ إستراتيجية حملة إلكترونية **مكوّنًا داخليًا**. هذا يعني، أولاً وقبل كلّ شيء، وجود موقع إلكتروني للحملة. توفّر المواقع الإلكترونية الظهور والشرعية اللذين نحتاج إليهما للغاية. في العالم الإلكتروني اليوم، يوازي غياب الموقع الإلكتروني عدم الوجود: لا يمكن لأحد إيجادكم. كما تتطلّب حملة المدافعة الإلكترونية الداخلية المحافظةعلى لوائح للمراسلة وربما إنشاء منابر أخرى، مثل تطبيقات تسمح للمؤيدين بتوجيه رسائل مكتوبة مسبقًا لصانعي القرارات، أو تتيح للمواطنين مراقبة مخالفات الإنتخابات والتبليغ عنها.

الهواتف الخليوية

يستمر استخدام **الهواتف الخليوية** و**الرسائل القصيرة** في النمو في مجال المدافعة الإلكترونية: أصبح استخدام الهواتف الخليوية أكثر شيوعًا من الكمبيوتر، وهي لا تتطلّب اتصالاً بشبكة الإنترنت وبإمكانها أن تصل أشخاصًا في مناطق معزولة عن المجتمع العام. ثمة العديد من الإستخدامات للهواتف الخليوية في مجال المدافعة الإلكترونية:



- **جمع الأموال**. يمكن أن يقدّم مستخدمو الهواتف الخليوية هبات صغيرة للحملات تضاف لاحقًا إلى فاتورة هاتفهم، كما تمّ ذلك بنجاح في الكويت والبحرين والأردن في العام ٢٠٠٦ لدعم ضحايا العدوان على لبنان.
- **إشراك المؤيّدين**. تستخدم الهواتف الخليوية أيضًا لإشراك مؤيدين جدد، وخاصة شبّان، في حفلات وأحداث عامة أخرى[٢]. تعتبر إحدى الطرق لإشراك المؤيّدين إجراء إستطلاعات رأي عبر الهاتف الخليوي.

[٢] مثلاً يعلّق منظمو الحفلات الموسيقية لافتات أو يعلنون أنّ على الأشخاص المهتمين بمكافحة العنف ضد المرأة أن يدخلوا رمزًا خاصة في هواتفهم. سيتلقى الأشخاص الذين يقومون بذلك أسئلة حول الإنضمام إلى حملة. إن وافقوا، فبإمكان المنظمون عندئذ إضافة أرقام الهواتف إلى لائحة التوزيع خاصتهم. بما أن العديد من المستخدمين غير ملمّين بالمميّزات الخاصة في الهواتف، يضع منظمو الحملة متطوّعين في الأحداث لتعليم المؤيدين المحتملين كيفية إدخال الرموز، إلخ..

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 87

- **جمع المعلومات ونشرها**. تعتبر الهواتف الخليوية مفيدة في جمع معلومات من الجمهور (المعروفة بإسم إستخدام الجمهور كمصدر للمعلومات)، على الرغم من وجود مخاوف متعلّقة بموثوقيّتها. من الممكن أيضًا تطبيق استراتيجية الندّ للندّ بإستخدام هواتف خليوية، لأن الناس، والشبّان بشكل خاص، يقبلون عادة بإرسال معلومات إلى أصدقائهم.
- **الشبكات الميسّرة**. تسمح برامج البرمجيات المجانية مثل FrontlineSMS للمستخدمين بإرسال وتلقّي الرسائل بين مجموعات من الناس من خلال الهواتف الخليوية والكمبيوترات المحمولة.
- **الضغط**. تعتبر الإتصالات الهاتفية أكثر فعالية من الرسائل الإلكترونية، ويمكن أن يسهّل المدافعون للمستخدمين الإتصال بممثلي حكومتهم بنقرة بسيطة.

يعتبر التحدي في ما يتعلّق بالهواتف الخليوية أنّ الرسائل القصيرة يمكن أن تكون مكلفة. يوصي بعض الخبراء في المدافعة الإلكترونية تحويل التواصل مع الأعضاء المنتسبين من الهواتف الخليوية إلى الرسائل الإلكترونية.

أمثلة عن أنشطة مدافعة إلكترونية

- جمع التواقيع لعريضة إلكترونية
- الطلب من المؤيّدين توجيه رسائل مكتوبة مسبقًا لصانعي القرارات
- تنظيم مقاطعة المنتجات الإستهلاكية
- تنظيم تظاهرة عفوية
- الإبلاغ عن مشاهدة صانعي القرارات
- إرسال رسائل قصيرة للمؤيدين لزيارة ممثلهم
- الطلب من المؤيّدين أن ينشروا شعار الحملة على موقعهم الإلكتروني وفي رسائلهم الإلكترونية لإظهار تأييدهم لقضيّتكم

ما هي منافع المدافعة الإلكترونية؟

تساعد المدافعة الإلكترونية المدافعين في:

- **توفير مصدر بديل للمعلومات**، خاصة حين لا يثق الناس بالحكومة وبالمصادر التجارية
- **بلوغ جمهور أوسع بطريقة غير مكلفة**

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 86

- **تلقّي ونقل المعلومات بسرعة** وتوثيق الأحداث
- **السماح بإستخدام الجمهور** في النشاطات (تقارير يقدّمها الجمهور)، بما فيه الرصد الجغرافي لإنتهاكات حقوق الإنسان وإجراءات الإنتخابات والبيئة
- **إحباط محاولات الحكومة للرقابة الإلكترونية**
- **الترويج الدعائي للرأي العام**

ما هي سيئات المدافعة الإلكترونية؟

لدى المدافعة الإلكترونية السيئات التالية:

- **تتطلّب المدافعة الإلكترونية على الأقل بعض النفاذ إلى الإنترنت أو الهواتف الخليوية** – لا يملك الجميع نفاداً إلى هذه الخدمات، لذا فالحملات التي تستهدف هؤلاء الأشخاص فقط تستهدف نخبًا بطبيعة الحال.
- **ثمة تكاليف أولية وتكاليف دورية** مرتبطة بإستخدام مزوّد خدمات وشراء برمجية (برمجيات) منابر، وبما أن الصناعة حديثة العهد فهي مكلفة للمنظمات غير الحكومية
- **ليست منخفضة الكلفة بالنسبة إلى الحملات لدرجة أن تتمكن من تحمّل جميع الأوجه التقنية للمدافعة الإلكترونية**، خاصة وأنّه يجب تحديث المنابر بانتظام.



advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 89

- **يعاني المؤيدون «سأم الرسائل الإلكترونية» ويفقدون إهتمامهم بالحملة** مع الوقت
- **لن يكون كلّ الأشخاص الذين ينضمّون إلى المدافعة الإلكترونية ملتزمين**
- **يمكن أن تلاحق الحكومة المدافعة الإلكترونية مثل الرسائل القصيرة من مصدرها** [٢]
- **تم استخدام المدافعة الإلكترونية في الماضي للتحريض على العنف**
- **يمكن أن توقف الحكومة إرسال الرسائل القصيرة وتقطع الوصول إلى المواقع الإلكترونية.**

كيف نعرف إن كانت المدافعة الإلكترونية ناجحة؟

من الصعب تقييم نجاح المدافعة الإلكترونية، لكن ثمة بعض المؤشّرات التي يمكن قياسها. مثلاً، يمكن متابعة عدد الرسائل الإلكترونية التي يطّلع عليها المؤيدون وإحتساب معدّل ردّهم. هذه المعلومات مهمّة في تقييم ما إذا كان الناس على لائحة المراسلة يعانون «سأم الرسائل الإلكترونية»، وما إذا حان الوقت لتحديث اللائحة وإيجاد مؤيّدين جدد.

من الممكن أيضًا تقدير عدد المتطوّعين والمؤيدين الذين قامت بحشدهم أو بتعبئتهم الحملة. بإمكاننا أيضًا معرفة عدد الأشخاص الذين يوقّعون على عريضة وعدد الرسائل التي توجّه إلى صانع قرار، (مع أن الإدارة السليمة لحملة رسائل بما فيها إحصاء عدد الرسائل الإلكترونية التي يتم إرسالها تتطلّب مهارات تقنية). غير أنّه من الصعب قياس تأثير العرائض والرسائل على صانعي القرار. ما نعرفه هو أن العدد مهم: حين يتلقّى صانعو القرارات ٣٠٠٠٠ رسالة إلكترونية، يعيرون المسألة إهتمامًا.

في الواقع، إن مجال المدافعة الإلكترونية ما زال في بداياته وثمة بعض التقارير التقييمية المتوفّرة للقارىء المهتمّ. حتى الآن، تفيدنا هذه التقارير بأن التمويل يبدو منخفضًا (مع أننا نعرف أن بإمكانه أن يكون مرتفعًا بالنسبة إلى جمع الأموال للحملات)، وأن الناس يميلون أكثر إلى التطوّع إستجابة لدعوة إلكترونية بدل المساهمة فيها بأموال. فيما تضيف المزيد من الحملات مكوّنًا إلكترونيًا إلى استراتيجيتها، تميل المنافسة بين الحملات للفت انتباه المؤيّدين إلى الإزدياد. يبقى أن نرى أثر جهود حملة إلكترونية منظمة جيدًا لجمع الأموال على المدى الطويل.

[٢] يمكن تخفيف هذا الخطر من خلال إستخدام شريحة وحدة المشترك (Sim card) المدفوعة سلفًا وإخراج البطارية (ليس فقط إطفاء الهاتف).

advocacy book corrected 1/15/13 4:38 PM Page 88

للمزيد من المعلومات حول المدافعة الإلكترونية، زوروا المواقع التالية:

- **ديدجي آكتيف** . www.digiactive.org ديدجي آكتيف هي منظمة تطوّعية مخصصة لمساعدة الناشطين من عامة الشعب على إستخدام الإنترنت والهواتف الخليوية لزيادة تأثيرهم.
- **فايسبوك** www.facebook.com فايسبوك هو منبر إعلامي إجتماعي مجاني حيث يمكن للأفراد إنشاء صفحات إلكترونية ونشر أخبارهم وتنزيل صور والتواصل مع أصدقائهم. من الممكن أيضًا إنشاء مجموعات على فايسبوك.
- **فرونتلاين إس إم إس** www.frontlinesms يوفّر فرونتلاين إس إم إس برامج برمجيات مجانية للإتاحة للمستخدم إرسال وتلقّي رسائل قصيرة في ما بين مجموعات من الناس عبر الهواتف الخليوية والكمبيوترات المحمولة.
- **غلوبال فويسز** هو مجتمع مؤلّف من أكثر من ٢٠٠ كاتب مقالة على الشبكة حول العالم يعملون معًا لتوفير ترجمات وتقارير من مقالات على الشبكة وإعلام المواطنين حول العالم.
  www.globalvoicesonline.org (بالإنكليزية) و
  http://ar.globalvoicesonline.org/ (بالعربية)
- **موبايل آكتيف** www.mobileactive.org موبايل آكتيف هو شبكة من الأشخاص يستخدمون التكنولوجيا الجوّالة لإحداث أثر إجتماعي.
- **مايسبايس** www.myspace.org مايسبايس هو منبر إعلامي إجتماعي مجّاني آخر يسمح للمستخدمين بنشر معلومات عن أنفسهم والتواصل مع أصدقائهم والبقاء على إطلاع على أخبارهم.
- **سميكس** www.smex.org يوفّر موقع تبادل الإعلام الإجتماعي تدريبًا ومشورة للمجتمع المدني والمنظمات التي لا تبغي الربح في لبنان والتي تسعى لإستخدام الإعلام للمضي قدمًا بمهامها.
- **تاكتيكال تكنولوجي كووبراتيف** www.tacticaltech.org تاكتيكال تيك هي منظمة غير حكومية دولية تساعد المدافعين عن حقوق الإنسان على استخدام المعلومات والإتصالات والتكنولوجيا الرقمية لزيادة أثر عمل المدافعة خاصتهم إلى الحد الأقصى.
- **تويتر** www.twitter.com تويتر هو منبر مجاني لكتابة مقالات صغيرة على الشبكة حيث يمكن للأفراد أن يبثّوا الأخبار ساعة حصولها لـ «متتبّعيهم» بواسطة رسائل مقتضبة يمكن تلقّيها عبر الإنترنت أو الهاتف الخليوي.
- **يوتيوب** www.youtube.com يوتيوب هو منبر مجاني لتنزيل مضامين سمعية وفيديو ومشاطرتها.

ليس فهم الأحداث الجديرة بالورود كأخبار وبناء علاقات مع المراسلين، وتطوير أدوات إعلامية، وتحضير استراتيجية حملة مدافعة إلكترونية، الأوجه المهمة الوحيدة لعملنا مع الإعلام. **تعدّ متابعة الإعلام لرؤية إلى أي مدى تسير حملتنا الإعلامية جيّدًا وجهًا مهمًا آخر.**

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 1

١- المقـدمـة

في العالم العربي، نادرًا ما توثق حملات المدافعة. ويشكّل هذا خسارة لجميع المدافعين، بما أنّه لا يمكن نقل الدروس المستقاة الى قادة آخرين ملتزمين من المجتمع المدني. من خلال توثيق عملنا في مجال المدافعة، نوفر للعاملين في مجالات مماثلة دروسًا مهمة لتوجيه عملهم.

تم جمع الحالات التالية من منظمات متمرسة في الأردن ولبنان وفلسطين في منتصف العام ٢٠٠٩ لإظهار كيف تم إجراء الحملات، ولبرهنة كيف يمكن تطبيق الإستراتيجيات المتنوعة في ظروف مختلفة. تتبع جميع الحالات نسقًا مشابهًا، مع أنها لا تتضمن جميعها العوامل كافة. وتضمّ تلك:

- الهدف
- الهيكلية
- الإستراتيجية
- التحديات
- عوامل النجاح
- الدروس المستقاة
- الأثر

الأهداف

كما نستنتج من خلال الحالات، يمكن أن يكون مدى أهداف المدافعة واسعًا أو محددًا، يتراوح بين حملة ترمي إلى تحقيق المساواة بين الجنسين أو تهدف إلى تعديل قوانين مختلفة إلى حملة ترمي إلى إنشاء مكتبة بلدية في مجتمع صغير. إن الأساس هو أن يعبّر هدف المدافعة عما تودون من أصحاب القرار تغييره.

الهيكلية

تظهر حالاتنا أن الحملات نادراً ما تتمتع بهيكليات رسمية، فقليلة هي التي تطور خطّة استراتيجية

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 3

خاصة بها. ومن بين حالاتنا المعروضة نجد أن اثنتين فقط تملكان عنصراً تقييمياً. في الحالات التي دمجت فيها المراقبة في تصميم الحملة مثلاً حملة المعوقين في لبنان، نجد أن المنظمين لجأوا في نهاية المطاف الى العمل عن كثب مع الحكومة لضمان تطبيق القانون.

استراتيجيات

تعتبر حملات الضغط أكثر استراتيجية مستخدمة، تتبعها عن كثب النشاطات الإعلامية ونشاطات التثقيف العام. لا تستخدم الأبحاث سوى في بعض الحالات. ونادرًا ما يلجأ المدافعون إلى التعبئة العامة أو إلى النظام القضائي أو المفاوضات أو إلى توجيه المشاريع ومراقبتها.

التحديات

اتّضح أنّ الحملات التي لم تواجه تحديات كبيرة كانت تتمتع بصلات جيدة بمجتمعاتها أو أنشأت علاقات مع الوكالات الحكومية ذات الصلة. عرفوا متى عليهم أن يستنظروا معارضة وتعلموا كيفية التعامل معها. وقد أقرّ بعض من الذين واجهوا معارضة علنًا أنهم لم يحللوا مصالح أصحاب القرار بما يكفي أو فشلوا في استباق بعض النتائج. أما الآخرون، فقد اقرّوا أنهم لم يقوموا بما يكفي من الأعمال التحضيرية وأن بعضًا من شرائح المجتمع لم تكن جاهزة للتعديلات المقترحة.

ربما كانت أصعب التحديات: (١) التقلبات السياسية التي عكّرت سير الحملات في لبنان وفلسطين، (٢) غياب أية إرادة سياسية لدى مسؤولي الحكومات و (٣) غياب الإهتمام الشعبي. وعلى الرغم من أن المنظمات ملتزمة بشكل كبير بالقضية، تواجه الحملات مشاكل بسبب غياب الوحدة، الأمر الذي يبدّد جهودها. والجدير ذكره هو أنّه حتى حين أخفقت الحملات، لم يستسلم منظموها وهم مستمرون في العمل في سبيل قضاياهم حتى يومنا هذا.

عوامل النجاح

تستخدم الحالات المعروضة مقاربات متنوعة. غير أنه من الممكن تحديد بعض عوامل النجاح المشتركة التي ذكرها منظمو الحملة:

- **وضع إطار لحلّ مقترح كوسيلة لحماية جزء من المجتمع بدل إلقاء اللّوم على كاهل أي شخص. «حماية العائلة» أو «حماية الطفل» هما مثالان عن وضع الأطر.**

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 2

- **الذهاب أبعد من حلّ مقترح لمتابعة العملية** وضمان التطبيق الصحيح للإتفاق.
- **ضمان التنوع والتضامن ومستوى عالٍ من التنسيق ضمن الإئتلاف.**
- **بناء علاقات مع أصحاب القرار الرفيعي المستوى** (وزوجاتهم)، الحرص على كونهم على إطلاع على القضية، وإبلاغهم مسبقًا بالنية في قيادة حملة حول مسألة ما.
- **وجود أفراد من الإعلام في اللجنة المعنية بالحملة وتطبيق حملة إعلامية فعّالة.**
- **إشراك عناصر أساسيين** (مثلاً المعوّقين، أهالي المفقودين و النساء اللواتي سلبن الوصاية على أبنائهن في سن صغيرة) وإبقاء منظمي الحملة ملتزمين.
- **رعاية نقاش عام حول قضية حساسة،** عادة من خلال برامج إعلامية مكثّفة أو مبادرات موسّعة للتثقيف العام مع دوام إستخدام مقاربة حذرة إزاء القضايا الحساسة.
- **إقتراح حلول لا تتعارض مع العقيدة الدينية.**
- **إستخدام الأبحاث لتوفير معلومات لإستراتيجية الحملة.**

نأمل أن تساهم الحالات التالية في تزويدكم بمعلومات حول تصميم الحملات من خلال إعطاء أمثلة ملموسة عن الأمور التي نجحت وتلك التي لم تنجح. فمع أن وضع كل حملة فريد من نوعه، تبقى تحديات المفاوضة في قضايا سياسية معلمية معقّدة، والتأثير على أصحاب القرار، وجعل الناس يهتمون بقضية محددة، هي نفسها في كل مكان.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 5



بيروت لبنان	سن وصاية الطفل	وطني	٢٠٠٥- حالياً

في ظل نظام لبنان الطائفي الـ ١٨، ينظم ١٥ قانونًا طائفيًا مختلف السن التي تحتفظ فيها الأمّهات بحضانة أولادهنّ في حالات الطلاق[١]. بعض القوانين تسمح للوالد بالإضطلاع بوصاية الطفل في سن مبكرة ابتداءً من الثانية من العمر. في العام ٢٠٠٥، إلتقت مجموعة من ٢٥ جمعية ومحامين وناشطين في كنف شبكة حقوق الأسرة للدفاع عن حق الأم في إبقاء أولادها معها لمدّة أطول. دعا منظمو الحملة النساء المتأثرات بالقوانين الحالية إلى الإنضمام إلى الحملة.

الهدف

إن هدف الحملة هو أن توحّد الطوائف اللّبنانية السن الدنيا لوصاية الأم، وتحديدها في سن الـ ١٣ للصبيان و ١٥ للفتيات.

هيكلية

تتمتّع الحملة بهيكلية غير رسمية، لكنّها سجّلت منذ سنتين شبكة حقوق الأسرة كمنظمة غير حكومية. يجتمع أعضاء الإئتلاف مرّة كلّ شهر لحوالي ثلاث ساعات. يتم دومًا وضع المحضر. يلتقي الأعضاء غالبًا للتطرّق إلى حالات الطوارىء.

استراتيجيات

ركّزت الحملة على إستراتيجيتين أساسيتين وهما تعزيز الوعي العام، ومناقشة المسألة من خلال حملة إعلامية والضغط على قادة الطوائف المختلفة.

الحملة الإعلامية

كانت الخطوة الأولى من الحملة **إطلاق برنامج تلفزيوني** مكرّس لوصاية الأم. في العام ٢٠٠٥، خصّص تلفزيون «هي» برنامج حواري أسبوعي للحملة مدّته من ٦٠ إلى ٩٠ دقيقة. دعا البرنامج أخصائيين ونساء متأثرات بالمشكلة للتحدث كلّ أسبوع، مع تغطية وجوه وأصوات بعضهنّ لحمايتهنّ. وقد جذبت قصصهنّ الدراماتيكية انتباهًا مهمًا.

[١] تتشاطر ثلاث طوائف نظامها القانوني مع طوائف أخرى.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 4

الضغط

تحضيرًا لحملات الضغط، قامت الشبكة بأبحاث عن المشكلة. راجع المحامون التشريعات في البلدان العربية وحضّروا مشاريع أحكام. لم تنتهك تلك القوانين أيًا من الطوائف، ما خفف من احتمال المعارضة ذات الأسس الدينية. زار المدافعون قادة جميع الطوائف في مناسبات عدّة، وقدّموا لكلّ منهم رزمة من المعلومات وراجعوا محتواها معهم. كما كانوا يرسلونها بشكل منتظم للأشخاص الذين كانوا يستهدفونهم.

اقنع بعض الأعضاء المعنيين بالشبكة رئيس المحاكم الشرعية السنية بلقاء الشبكة وقبل بذلك نتيجة للحملة الإعلامية المنظمة والضغط. لم يعرب أحد عن إعتراض علني خلال الإجتماع، لكن المنظمين إعتبروا أن بعض رجال الدين السنة يعارضون الحملة. دام الإجتماع لأربع ساعات، وكان الضغط على الطائفة الشيعية مصدر تحدٍّ بسب المرجعيات المختلفة: سيستاني (إيران)، وحزب الله وفضل الله وقبلان. إلتقى منظمو الحملة رئيس كتلة حزب الله النيابية الذي وعد بإحالة الملف إلى الشخص المسؤول عن الشؤون الدينية. كما زاروا المرجعيتين فضل الله وقبلان. وحين دُعيت السيدة فاطمة رفسنجاني رئيسة الشبكة إلى إيران بمناسبة مؤتمر المرأة المسلمة، تمّ أيضًا التطرّق إلى القضية هناك.

فيما اكتسبت القضية زخمًا، انضمّ عدد من الشابات اللواتي عانين من الإنفصال المبكر إلى المبادرة. وقد فتحن مجموعة على موقع فايسبوك وجمعن ألفي توقيع على عريضة، أعربن فيها عن رغبة في التغيير.

التحديات

- **إن الإطار اللبناني بشكل خاص معقّد، ويتطلّب تخطيطًا استراتيجيًا والكثير من الجهد والتنسيق والقدرة على الإحتمال.**
- **معارضة القادة الروحيين لقانون مدني اختياري يتضمّن المسائل المرتبطة بالوصاية.**

  يعارض بعض القادة الروحيين إعطاء العائلات خيار عرض قضيتهم أمام محكمة مدنية بدل محكمة دينية.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 7

عوامل النجاح



لقاء الشبكة مع رئيس الوزراء اللبناني فؤاد السنيورة

- **وضع إطار للتعديلات المقترحة ككونها مفيدة للطفل.** إن القادة الروحيين حذّروا من الحركة النسائية، لذا عرض الأمر كمسألة متعلّقة بالأطفال يعتبر أقلّ تهديدًا للبعض.
- **إئتلاف قوي وتحضير حذر في كل خطوة.** إستخدم المدافعون عملية إستشارية للتخطيط لنشاطاتهم والإتفاق حول أفضل شخص لحضور إجتماعات الضغط.
- **إرسال الأعضاء المكوّنين إلى إجتماعات الضغط.** إن معظم الذين حضروا إجتماعات الضغط كانوا ينتمون إلى تلك الطائفة. حين زاروا البطريرك الماروني، كان معظم ممارسي الضغط موارنة، بمن فيهم النساء اللواتي عانين من القانون الحالي.
- **بناء علاقات مع زوجات الأشخاص النافذين.** يحاول الأعضاء الإتصال مباشرة بالمكتب، لكن إن لم يستطيعوا الوصول إلى المسؤول، يتصلون بزوجته.

الدروس المستقاة

- يتطلّب إحداث تأثير تماسكًا في الرسالة. استفادت الحملة من البرنامج التلفزيوني. فقد جذب انتباه جمهور كبير حين عرف الناس بأمره وبدأوا يشاهدونه بشكل منتظم.
- الصبر من المتطلّبات. يستغرق إجراء تعديل في محيط سياسي معقّد مماثل مدّة طويلة ويجب أن يتفادى الناشطون الشعور بالإحباط.
- لم يوثّق المنظمون الحملة بما يكفي وأهملوا إلتقاط الصور، مع أن لديهم صورًا مع رئيس مجلس الوزراء فؤاد السنيورة وأشرطة لبعض المقابلات التي أجروها. أما الأرشيفات الوحيدة عن البرنامج التلفزيوني، فموجودة في محطة التلفزة.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 6

الأثر

بدأت الطائفتان الأرثودكسية والإنجيلية بالعمل على مراجعات متعلّقة بمسألة حضانة الطفل، ما سهّل عمل الحملة.

في تمّوز- يوليو ٢٠٠٦، اعتمدت المحكمة العليا السنية قانون ١٥/١٣، بالإضافة إلى حكم يدعى *المهر*. عادة في الإسلام، يقدّم العريس هدية إلى العروس تستحق عند عقد الزواج أو عند الوفاة أو الطلاق. جاء التعديل ليقيّم قيمة المهر بحسب سعر الذهب وقت عقد الزواج. كما جاء بتعديلات خاصة بالنفقة.

إن مجلس القضاء الأعلى الإسلامي المؤلف من قادة دروز وسنة وشيعة وافق على التعديلات في القانون السنّي، مع أن الدروز والشيعة لم يقبلوا بإجراء التعديلات على قانون الأديان الخاص بهم. **وقّع سماحة المفتي على المشروع وأحاله إلى مجلس الوزراء فوقعه الرئيس السنيورة** الذي أحاله إلى البرلمان وهو الآن أمام لجنة الإدارة والعدل بانتظار الموافقة عليه، ثم ستتم إحالته على حاله إلى الجمعية العامة لمجلس النواب.

حين اندلعت الحرب مع إسرائيل، توقف التقدّم في الحملة. لكن الحملة لم تنتهِ البتة ويركز المنظمون حاليًا على الطائفة الدرزية.

يتوقع إحراز النجاح بشكل أسهل مع هذه الطائفة، لأن المحاكم الدرزية تتصرّف كما لو أنّ القانون تبدّل. قرّرت الشبكة عدم البدء بأية مشاريع جديدة قبل تحقيق أهداف المدافعة.

لن توقف الشبكة عملها قبل أن يصبح التعديل جزءًا من القوانين الـ ١٥ في لبنان ويوضع كل طفل لبناني تحت وصاية أمّه.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 9



بيروت لبنان	امتثال القانون اللبناني لاتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة	وطني	١٩٩٦ - حالياً

خلفية

بدأت لجنة حقوق المرأة اللبنانية بالدفاع عن حقوق النساء العاملات في مجالي الصناعة والزراعة في العام ١٩٤٧. إن هدف لجنة حقوق المرأة الأساسي : النضال من أجل تعديل القوانين المجحفة بحق المرأة.

على الرغم من الجهد الذي بذلته اللجنة بالتعاون مع هيئات أخرى تعنى بقضايا المرأة، لم يتحقق إلا الشيء اليسير على سبيل المثال، أعطيت المرأة حق الانتخاب والترشح في العام ١٩٥٣.
غير أنه في العام ١٩٧٥ اندلعت الحرب الأهلية وفي العام ١٩٨٢ ، اجتاحت إسرائيل الأراضي اللبنانية واحتلت الجنوب، ووصل جنودها إلى العاصمة بيروت، مما جعل النشاط من أجل حقوق المراة مستحيلاً.

كانت الحرب لا تزال دائرة في العام ١٩٧٩ ، فغاب لبنان عن توقيع اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة. استمرت لجنة حقوق المرأة اللبنانية في حضور المؤتمرات الدولية، وفي إبقاء مسألة حقوق المرأة اللبنانية حاضرة على الساحة الدولية. وبعد نضال مكثف من قبل الهيئات النسائية اللبنانية وقع لبنان على هذه الاتفاقية العام ١٩٩٦. مع ثلاثة تحفظات و هي حول:

- الجنسية (المرأة اللبنانية المتزوجة من غير لبناني لا تستطيع إعطاء جنسيتها لأولادها أو زوجها)
- الأحوال الشخصية (في لبنان ١٩ قانون للأحوال الشخصية واللجنة تناضل من أجل قانون مدني للحوال الشخصية)
- الإحالة إلى المحكمة الدولية في حال حصول أي مشاكل متعلقة بتعارض مع اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة.

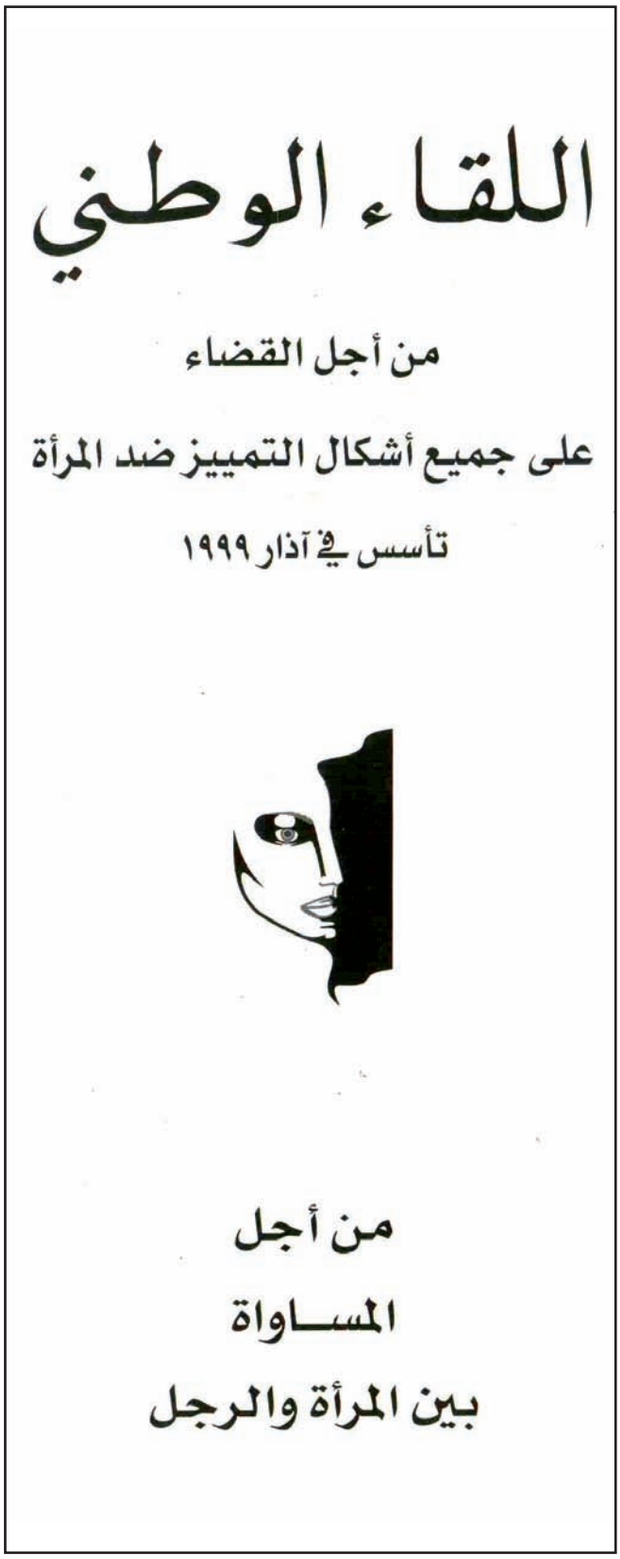
advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 8

في العام ١٩٩٦ انتخبت رئيسة لجنة حقوق المرأة اللبنانية رئيسة للمجلس النسائي اللبناني، و عقد المؤتمر العالمي الأول حول الكوتا في العام ٢٠٠٠، وقد حضرته ممثلات عن هيئات نسائية عربية وأجنبية. كان هدف المشاركين توضيح مفهوم الكوتا التي تعتبر مؤقتة حتى يعتاد المجتمع اللبناني على وجود المرأة في مركز القرار. وقد صدر عن هذا المؤتمر توصيات بعضها موجهة إلى الحكومة اللبنانية من أجل إقرار حق الكوتا النسائية.

هدف

في العام ١٩٩٩، قامت لجنة حقوق المرأة اللبنانية بدراسة مقارنة لاتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة والدستور اللبناني، وأشارت إلى أنه يجب تعديل خمسة قوانين لبنانية لتمتثل للبنود الواردة في الاتفاقية الدولية للقضاء على التمييز ضد المرأة والتي وافقت عليها الدولة. تتضمن هذه القوانين قانون العمل وقانون العقوبات و قانون التجارة وقانون الضمان الإجتماعي/ (العمل، وتعاونية موظفي الدولة).

ثم عقدت لجنة حقوق المرأة اللبنانية مؤتمرًا صحافيًا تدعو فيه هيئات المجتمع



advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 11

المدني المعنية بقضية المرأة والديمقراطية للعمل سوياً من أجل تنفيذ الاتفاقيات الدولية ورفع التحفظات عنها. وفي اجتماع موسع اتفق على تشكيل هيئة تحت اسم اللقاء الوطني للقضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة.

هيكلية

يعقد المؤتمر الوطني اجتماعات كل شهر، واجتماعات الجمعية العامة كل ثلاثة أشهر، أو لمرات أكثر إن دعت الحاجة. تضطلع لجنة حقوق المرأة اللبنانية بمهام الأمانة العامة. يحصّل المؤتمر الوطني رسوم اشتراك لكنها غير كافية لتغطية تشاطات مثل طباعة النشرات والأبحاث،إلخ...

استراتيجية

يستخدم اللقاء الوطني **الأبحاث وبناء الإئتلافات والضغط والتعبئة العامة والنشاطات الإعلامية** كاستراتيجيات في حملته لتعديل القوانين اللبنانية لكي تراعي نصوص الاتفاقيات الدولية حول حقوق المرأة.

والجدير ذكره أن الحملة استطاعت التعاون مع عدد من النواب الذين دعموا التعديلات المقترحة، والذين أيضاً لهم الحق بتقديم المشاريع إلى البرلمان. ينظم اللقاء تظاهرات واعتصامات إضافة إلى العديد في المناسبات العامة.

التحديات

- **ثمة آراء مختلفة في الحركة النسائية اللبنانية حول المسائل التي يجب أن تعطى الأولوية في ما يتعلق بقوانين الأحوال الشخصية والجنسية.** مثلاً هل يجب أن يركز التحرك المتعلق بالجنسية على السماح للمرأة أن تعطي جنسيتها لزوجها وأولادها أو لأولادها فقط. هذا النوع من الإختلاف الاستراتيجي شائع داخل الحركة النسائية ويشير إلى أن اللاعبين المحوريين لم ينجحوا في وضع لغة وأهداف مشتركة، ما أدى إلى إضعاف الحركة ككل، والدليل على ذلك هو كون المشرعين اللبنانيين لم يتطرقوا بعد إلى مسألة الجنسية.

- **ان لجنة حقوق المرأة اللبنانية واللقاء الوطني يعتبران ان إعطاء الأولاد جنسية الأم حق مكتسب، أما إعطاء الزوج فيلزمه مرسوم تجنيس.** واستناداً إلى الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة لقد طرحت اللجنة شعارًا :«لأنهم أولادي جنسيتي حق لهم».

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 10

الدروس المستقاة

- **من المهم فهم كيفية ترجمة النظريات إلى أفعال.** ساهمت خبرة لجنة حقوق المرأة اللبنانية الواسعة في بناء دفاعها على أساس مقاربة واقعية.
- **أجرى الآخرون أبحاثًا، فلنستفد منها.** يمكن للمرء أن يوفر جهدًا ويتعلم من أخطاء الآخرين، وذلك من خلال القيام باستعراض للأبحاث قبل البدء بأي نشاط. إن التحضير مهم، وليس من الضروري دومًا القيام بالأعمال كلها بأنفسنا.

الأثر

نجح اللقاء الوطني في تعديل عدد من النصوص المتعلقة بقانون العمل، على سبيل المثال في الماضي، كان من الممكن صرف امرأة من العمل قبل بلوغها الشهر الخامس من الحمل. اليوم، لا يحق لصاحب العمل أن يصرف امرأة حاملاً.

بالنسبة إلى جرائم الشرف (المادة ٥٦٢ من قانون العقوبات)، ما تعدل هو العذر المحل الذي كان يُحلّ القاتل من كل عقاب إذا أثبت انه قتل بدافع الحفاظ على الشرف. غير أن العذر المخفف بقي في المادة المذكورة.

تقدمت الحملة بتعديلات تطال كل مواد قانون العقوبات ذات الصلة بـ: التحرش الجنسي وخطف الفتاة بدون إرادتها والعلاقات الجنسية وغير ذلك. وما زال المدافعون يتابعون الموضوع خاصة في ما يتعلق بجرائم الشرف وتطالب بإلغاء المادة (٥٦٢) لأن القتل، دفاعاً عن الشرف أو لأي سبب آخر، جريمة يجب معاقبة مرتكبها.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 13



بيروت لبنان	حملة حقي ليصوت الأشخاص المعوقين بكرامة واستقلالية	وطني	٢٠٠٥-٢٠٠٨ حالياً

اتخذت السياسة العامة في لبنان على مرّ التاريخ مقاربة إقصائية إزاء الإعاقات، مثلاً إنشاء مدارس خاصة للأشخاص المعوّقين بدل تسهيل اندماجهم في النظام المدرسي العادي.[٢] يضمن قانون الإعاقات،الذي تم تمريره في العام ٢٠٠٠ بعد حملة استمرت ١٠ سنوات للمواطنين حق المشاركة في جميع أوجه المجتمع. حين بدأت الحكومة بمراجعة القانون الإنتخابي في العام ٢٠٠٥، رأى فيها المدافعون فرصة للضغط من أجل وضع أحكام لتحسين الوصول إلى أقلام الإقتراع.

الهدف

أن تدمج الحكومة أحكامًا لتحسين وصول المعوقين إلى أقلام الإقتراع في القانون الإنتخابي الجديد.

هيكلية

يوفّر العديد من المنظمات في لبنان خدمات للأشخاص ذوي الإعاقة، على الرغم من أن البعض منها فحسب يركّز على المدافعة. عمل اتحاد المقعدين اللبنانيين بالشراكة مع جمعية الشبيبة للمكفوفين على تنظيم حملة «**حقي**». لدى الإتحاد فروع عدّة وأكثر من ١٣٠٠ عضوًا في جميع أنحاء البلد. أما الجمعية فهي حقوقية مطلبية، أسست في العام ١٩٨٧ وتعمل على تطبيق قانون لبنان للإعاقات. دعا المنظّمون منظمات غير حكومية من كلّ منطقة للإنضمام إلى الحملة وعملت مع الجمعية الديمقراطية اللبنانية وغيرها من المنظمات المعنية بالإنتخابات.

استراتيجية

تضمنت الإستراتيجيات **زيادة وعي** الجمهور والأشخاص المعوقين والمنظمات غير الحكومية و**الضغط** على المسؤولين الحكوميين والمرشحين السياسيين وتنفيذ **حملة إعلامية** شاملة.

الوعي العام

بغية إنشاء طلب للوصول، عقدت الحملة دورات حول القانون الإنتخابي وقوانين الإعاقات لأعضائها وناقشت حق التصويت بكرامة واستقلالية. كما شجعت الأعضاء على الإنضمام إلى الحملة كمراقبين خلال الإنتخابات.

٢ تقدّر الحكومة اللبنانية أن ٢٪ من الشعب لديه شكل من أشكال الإعاقة، فيما تحدّد الأمم المتحدة الرقم بقرابة الـ ١٠٪.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 12

الضغط



نظمت الحملة **مناظرات عامة متلفزة** مع المرشحين السياسيين لمناقشة إلتزاماتهم المرتبطة بالإعاقات. تلقى المرشحون معلومات حول أولويات الحملة بشأن تطبيق قانون الإعاقات. رفع المدافعون توصيات إلى الهيئة الوطنية لإصلاح القانون الإنتخابي والتقوا بجميع أعضائها. كما قاموا بالضغط على وزارة الداخلية والبلديات ورؤساء البلديات. علّقت الحملة عقب أحداث عام ٢٠٠٥ المؤسفة، واستئنف الحوار في العام ٢٠٠٧. لم يحرز تقدّم قبل العام ٢٠٠٨، وفيما كان السياسيون يتحضرون للإنطلاق إلى جلسات حوار الدوحة، نظم الإئتلاف إعتصامات في المطار. «انتظرناهم طيلة النهار. كان الحدث الوحيد الذي نظّم في تلك الفترة المتوترة، لذا تلقينا تغطية على الصفحة الأولى في كلّ الصحف. كانوا يتحدّثون عن الموضوع حتى في الدوحة.»

الحملة الإعلامية

عملت الحملة عن كثب مع الإعلام، و حتى ناقشت معه أفكارًا حول الإسم للحملة. تضمّنت النشاطات بناء القدرة الإعلامية في إعداد التقارير حول الوصول وبث فقرات على التلفزيون والراديو، وعلّقت لافتات إعلانية وصورًا في جميع أنحاء لبنان. كانت تربط علاقات طيبة جدًا بين المنظمين والإعلام لدرجة أن المراسلين كانوا يبلغونهم بمشاهدتهم رئيس مجلس الوزراء في مراكز الإقتراع، ما مكّن المدافعون من الإسراع وإجراء مقابلات مباشرة في مكان الحدث. إضطر وزير الداخلية إلى عقد مؤتمر صحفي مرتين لتفسير سبب عدم إمكانية الوصول إلى المراكز. وتبيّن أن وجود المراقبين الدوليين تكتيك جيد جدًا لجذب إهتمام الإعلام. لشكر الإعلام على دعمه، عقدت الحملة إحتفال إمتنان لهم في مبنى نقابة الصحافة.

المراقبة

وضع مراقبو الحملة وطوّروا دليلاً لتقييم الوصول إلى مراكز الإقتراع. في الإنتخابات الفرعية في العام ٢٠٠٧، تمكنوا من قيادة مركزين نموذجيين وكلفوا فرقًا مختلفة بمراقبة امكانية الوصول إلى مراكز اقتراع أخرى. كما دعوا منظمات غير حكومية من العالم العربي لمشاهدة التجربة اللبنانية والتعلّم منها.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 15

التحديات

- **تغيير طريقة تصرّف المسؤولين الحكوميين من عقلية إقصائية إلى عقلية دامجة.**
- **جمع الأحزاب السياسية في مناظرات متلفزة من دون الإنحياز إلى حزب معيّن.**

عوامل النجاح

- **كانت الحملة تتمتع بمكونات واضحة وشبكات موجودة للتواصل معها.** حشدوا المكونات للإنضمام إلى الحملة من خلال مراقبة إمكانية الوصول في مراكز الإقتراع.
- **قام المسؤولون والمرشحون السياسيون الذين تلقّوا الملفات التي تحتوي المعلومات بمساهمة إيجابية.** تعهّد نائب بنشر ملحق في الصحيفة يلقي الضوء على عمل اتحاد المقعدين اللبنانيين. حتى يومنا هذا، ينشر الإتحاد بانتظام دليلاً فصليًا في جريدة النهار.
- **أصبح العديد من النواب مؤيدين وحتى مناصرين للحملة.** لدى كلّ حزب قائد يكون المسؤول في البرلمان، وقد التقى المنظمون بهم جميعًا خلال الحملة. وقد سهّل هذا العمل معهم في مرحلة التطبيق.
- **أدمج المنظمون أحكامًا لمراقبة الحملة وتقييمها منذ البداية.** تم تقييم الأنظمة اللوجستية وأنظمة الاتصالات، بالإضافة إلى النشاطات الفردية (مثلاً المناظرات). وقد دعيت منظمات غير حكومية شريكة للمشاركة في التقييم.
- **تبيّن أن مراقبة مراكز الإقتراع مفيدة جدًا في ما يتعلّق بإقناع صانعي القرار بالحاجة إلى إدخال أحكام في القانون الإنتخابي الجديد.**
- **وضعت زيادة الظهور على الساحة وصدقية اتحاد المقعدين اللبنانيين الجمعية في مركز يسمح لها بالتأثير على صانعي القرار، ما سهّل عملها بشكل كبير.**

الدروس المستقاة

- **ولّد فتح مراقبة مراكز الإقتراع لجميع المتطوعين حاجة إلى إشراف أوسع.** كان من المهم بمكان ضمان أن المتطوعين ليس لديهم أية إنتماءات سياسية قد تضرّ بالحملة. وقد أنشات الحملة هيكلية متعددة الطبقات لمراقبة المتطوعين.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 14

الأثر

- **اعتمد البرلمان القانون الإنتخابي الجديد وقد تضمّن توصيات الإئتلاف.** تخصّص الحكومة حاليًا أموالاً للإعاقات، غير أنّها تبقى محدودة.

- **أصدرت الحكومة أيضًا مرسومًا تطبيقيًا.** عمل المدافعون عن كثب مع وزارة الداخلية لوضع خرائط وتقييم امكانية الوصول إلى مراكز الإقتراع، وبناء قدرات العاملين في الوزارة، ووضع مسودة المرسوم التطبيقي. خلال التحضير لإنتخابات عام ٢٠٠٩، وفّرت الحملة تدريبًا حول إمكانية الوصول لأكثر من ٣٠٠٠ متطوّع لمراقبة الإنتخابات. عملت الحملة في وقت قياسي على تجهيز ١٧ مركز اقتراع التي سجلت أعلى نسبة مقترعين.

- **أصدرت الحملة بالتعاون مع وزارة الداخلية دليلاً شاملاً حول الانتخابات** ضم للمرة الأولى في لبنان فصلاً كاملاً عن اقتراع الأشخاص ذوي الحاجات الخاصة، بالإضافة إلى كافة المتطلبات لإتاحة الاقتراع للأشخاص الصم. كما روّجت على نطاق كبير لدليلٍ توعوي حول معايير الدمج في اليوم الذي سبق يوم الانتخاب، وقد احتل دليل الحملة ست صفحات من ملحق صحيفة «النهار» الشامل حول الانتخابات.

- **غطت نشاطات حملة «حقي» يوم الانتخابات ثلاثون وسيلة إعلامية** مختلفة، منها ٢٢ محطة تلفزيونية محلية وأجنبية وإذاعة راديو واحدة.

- **رصدت الحملة إقبالاً كبيراً للناخبين المعوقين في مراكزها الثابتة، حيث سجلت خمسماية واحدى واربعين عملية اقتراع، ما اعتبر مؤشراً على ارتفاع نسبة اقتراع الاشخاص المعوقين.** وقد وثّق المتطوعون ٢٥٠ انتهاكًا لقانون الإعاقات يوم الإنتخابات.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 17



بيروت لبنان	"حقّنا في أن نعرف"	وطني	١٩٩٠ - حالياً

منذ اندلاع الحرب الأهلية في العام ١٩٧٥، يقدّر المدافعون أنّه تم اعتقال نحو ١٧٠٠٠ شخص بطريقة غير شرعية في لبنان. تم إطلاق سراح البعض منهم، لكن معظمهم لا يزال مفقوداً. إن التوافق العام هو أن سوريا تقف خلف الإختفاءات التي طالت كلّ المجموعات في المجتمع اللبناني. أُطلقت حملة «**حقنا في أن نعرف**» على يد أقرباء وأصدقاء المفقودين، لزيادة الوعي حول المسألة وضمان أن يستخدم المسؤولون الحكوميون قنوات شرعية لإعتقال الأفراد ومقاضاتهم.

الهدف

أطلقت الحملة الأساسية في العام ١٩٩٠. كان هدف الحملة ان تُنشىء الحكومة اللبنانية لجنة وطنية للتغييب القسري. ويجب أن يكون لدى اللجنة تفويضًا يسمح لها بالقيام بثلاثة أمور أساسية:

١- وضع لائحة بضحايا الإختفاء القسري لتوفير إحصاء دقيق للأشخاص المفقودين وأسمائهم للحكومات والمجتمع المدني، والتعرف وتحديد أماكن المقابر الجماعية في كلّ لبنان.

٢- تصنيف الضحايا بحسب الحزب المسؤول عن التغييب القسري. غيّب الكثير من اللبنانيين على أيدي الميليشيات اللبنانية المحلية، لكن في الوقت عينه، فُقِد آخرون على أيدي القوى الإقليمية التي كانت موجودة على الأراضي اللبنانية، أي منظمة التحرير الفلسطينية واسرائيل وسوريا.

٣- إنشاء قاعدة بيانات حمض نووي لعائلات المفقودين.

يجب أن يكون هدف اللجنة الحفاظ على حق العائلات في معرفة مصير أحبّائهم وإعلان جميع المعلومات التي يتم التوصّل إليها والتوصية بتقديم تعويضات للضحايا.

هيكلية

منذ التسعينيات، عملت العديد من المنظّمات على قضية المفقودين وركّز كل منها على جانب معيّن: الأشخاص المعتقلين على يد الميليشيات اللبنانية، أو الأشخاص الذين يعتقد أنّهم في سوريا، أوالأشخاص الذين رُبط اختفاؤهم بإسرائيل أو فلسطين. تتضمن المجموعات التي تعمل حاليًا على

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 16

جذب الإنتباه إلى قضية المفقودين المركز اللبناني لحقوق الإنسان، و لجنة دعم المعتقلين والمنفيين اللبنانيين (سوليد)، ولجنة أهالي المخطوفين والمفقودين في لبنان.

في ظلّ الوجود السوري، كانت سوليد تعتبر مصدر تهديد للعلاقات اللبنانية- السورية ، وكانت قوى الأمن تضيق عليها باستمرار. لم تكن تستطيع المنظمات غير الحكومية أن تتضافر معها للعمل على المسألة. لكنّ الوضع تبدّل منذ الإنسحاب السوري في نيسان- أبريل ٢٠٠٥ واليوم تنضم منظمات المجتمع المدني إلى المسعى للتطرق إلى مسائل متعلّقة بحقوق الإنسان.

في تموز- يوليو ٢٠٠٨، تم تقديم خطة عمل موحّدة، وقّعت عليها ١٧ منظمة غير حكومية إلى رئيس الجمهورية، ما يشير إلى أن معظم المنظمات غير الحكومية العاملة على هذه المسألة اتفق على مسار عمل واحد لحلّ المشكلة. وقد وقّع خطة العمل مقرّر لجنة حقوق الإنسان في البرلمان اللبناني، غسان مخيبر.

استراتيجية

استخدمت الحملة مزيجًا من أعمال **الضغط** و**النشاطات الإعلامية** و**التثقيف العام** لتحقيق هدفها. يحضّر أيضًا المنظمون لاستخدام نظام المحكمة كجزء من استراتيجيتهم.



advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 19

الضغط

التقى مُمارسو الضغط بمسؤولين حكوميين أساسيين وبممثلين عن الأحزاب السياسية الرئيسة للحصول على دعمهم لقضيتهم، وهي معرفة مصير المعتقلين ومكانهم. وعلى الرغم من أن انطباعات الإجتماعات إيجابية دومًا، نادرًا ما تحصل متابعة. كما ان مؤيدي الحملة تجمعوا يوميًا على مدى أربع سنوات أمام مبنى الإسكوا التابع للأمم المتحدة في بيروت للإحتجاج على التغييب. بالإضافة إلى ذلك، حضر منظمو الحملة دورتين للجنة حقوق الإنسان التابعة للامم المتحدة، والتي ذكرت في تقريرها عن سوريا في نيسان- ابريل ٢٠٠١ «إدعاءات حول إعدام وتغييب غير قانوني للعديد من اللبنانيين [...] الوطنيين».

سافر مدافعون مرتين إلى سوريا في العامين ٢٠٠٢ و٢٠٠٣. في المرة الأولى، سافر ٥٦ فردًا من العائلات بالباص للإجتماع بوزير الداخلية السوري، الذي أكّد لهم وجود معتقلين لبنانيين في البلد. طلب لائحة بأسماء المفقودين، وثلاثة أشهر كفترة سماح لمتابعة اللائحة. كان الجواب على الكثير من جهود المتابعة دعوة لمطلقي الحملة للعودة إلى سوريا من أجل اجتماع. كانت أيضًا محاولة ناجحة أخرى قامت بها مجموعة صغيرة لدخول البلد في العام ٢٠٠٣ ناجحة، لكن لم يسمح لهم بمقابلة أي مسؤول في خلال تلك الرحلة وبالتالي، لم تكن مثمرة.

يحضر منظمو الحملة مؤتمرات وطنية ودولية بشكل منتظم وقد بنوا اتصالات مع منظمات دولية لحقوق الإنسان ووكالات تابعة للأمم المتحدة وسفارات قد تساعدهم في لفت الإنتباه إلى المسألة.

الإعلام

في الماضي، قام اعضاء من الحملة ببث رسائلهم عبر التلفاز والراديو، يدعون الناس إلى التقدّم والتبليغ عن فقدان أحبائهم. اليوم، تجري الحملة دورات في صفوف المدارس والجامعات لزيادة الوعي العام حول المسألة. كما تعقد مؤتمرات صحفية بشكل منتظم لإبقاء المسالة أمام أعين الإعلام.

النظام القانوني

نظرًا إلى أنّ جهود الضغط والإعلام لم تعطِ النتائج المطلوبة، يركّز المدافعون على نظام المحكمة كوسيلة لإسماع صوتهم. في المؤتمر الصحفي الذي عقد في أيار-مايو ٢٠٠٩، جدّد منظمو الحملة

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 18

مطالبتهم الحكومة بتعويض لعائلات ضحايا التغييب القسري بناءً على حقهم بالمعرفة، وهددوا بتقديم عريضة إلى مجلس شورى الدولة إن لم تتحرك الحكومة.

التحديات

- **غياب الإرادة السياسية لدى المسؤولين اللبنانيين.** ما زال المسؤولون الحكوميون الذي كانوا في السلطة خلال وعقب الحرب الأهلية يتولون مقاليد السلطة إلى اليوم.
- **غياب الإهتمام العام.** لم ينجح منظمو الحملة في جذب إهتمام الجمهور إلى هذه المسألة.
- **فشلت الدعوة لإنشاء لجنة تحقيق دولية،** كما اعتبر ذلك أمرًا غير واقعي من وجهة النظر السياسية. غير أن منظمي الحملة يؤمنون بتجربة جميع العلاجات المحلية.
- **ما من اتفاق يسمح لمنظمة دولية بزيارة السجون السورية.** فعلى الرغم من أن اللجنة الدولية للصليب الأحمر وقّعت مذكرة تفاهم مع الحكومة اللبنانية في العام ٢٠٠٢، تسمح لها بدخول السجون اللبنانية، غير أنه لا اتفاق مماثل مع سوريا.

عوامل النجاح

أبقى منظمو الحملة قضيتهم حيّة وعلى جدول الأعمال الوطني وذلك في وجه التخويف والمضايقة والإهمال والنكران. هم يعدون هذا النجاح لإيمانهم وحملاتهم المستمرّة.«لقد تمكّنا من المضي قدمًا بخطى صغيرة. أمامنا طريق طويل، لكن حين تقرعوا بابًا سينفتح في نهاية الأمر». يكرّس افراد العائلات ساعات طويلة لنشاطات الحملة ولم يضعف التزامهم، حتى مع مرور السنين.

الأثر

كان التقدم في الحملة بطيئًا، لكن حقّقت بعض الإنجازات. في العام ٢٠٠٠، أسست لجنة تحقيق وطنية أولى للمفقودين لجمع روايات عائلات المفقودين. نُشر ما توصلت إليه اللجنة في تقرير قصير استخلص أن كّل شخص فُقد منذ أكثر من أربع سنوات يجب أن يعتبر ميتًا. أُنشِئت لجنة ثانية ذات مهمة مماثلة في العام ٢٠٠١، غير أنّه هذه المرّة، طلب من العائلات تقديم أدلة عن مصير أحبائهم. تم تجديد الولاية خمس مرّات، لكن لم يصدر يومًا أي تقرير عمّا توصّلت إليه.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 21



أُنشئت لجنة ثالثة لبنانية-سورية مشتركة في حزيران-يونيو ٢٠٠٥، لكنّها لم تنشر أيًا مما توصلت إليه حتى الآن.

في ايار- مايو ٢٠٠٩، أصدرت منظمة هيومان رايت واتش تقريرًا تحث فيه اللجنة على تعميم كل المعلومات التي تلقتها الهيئة في السنوات الاربع الاخيرة .

في العام ٢٠٠٦، ضمّن المبعوث الخاص لأمين عام الأمم المتحدة مشكلة المعتقلين اللبنانيين في سوريا في تقريره حول تطبيق قرار مجلس الأمن رقم ١٥٥٩ الذي قدّمه إلى مجلس الأمن.
في بلدان أخرى مثل إيطاليا، بدأت البرلمانات تعترف بالمشكلة.

في بداية العام ٢٠٠٩، أجرى المدافعون لقاءات مع وزارة العدل ووزارة الداخلية ورئيس الجمهورية، لتجديد النقاش حول إنشاء لجنة وطنية وقاعدة بيانات حمض نووي وطنية. وافقت وزارتا الداخلية والعدل على خطة عمل المنظمات غير الحكومية المقترحة، وأحالتها إلى رئيس مجلس الوزراء. لم تتحرك الحكومة، لكن يأمل منظمو الحملة أن تساعد الحكومة الجديدة التي تشكّلت في العام ٢٠٠٩ في إنشاء اللجنة الوطنية، ووضع قضية المغيّبين قسريًا على المسار الصحيح باتجاه حلّ جادّ للمشكلة.

للمزيد من المعلومات زيارة: www.solide-lb.org و www.solida.org

advocacy cases arabic 1/15/13 4:42 PM Page 20



عمّان الأردن	قانون الحقوق	وطني	٢٠٠٦ (٦ أشهر)



يتمتع الأردن بقوانين سليمة في ما يتعلّق بحقوق الأفراد الأساسية ومسؤولياتهم حين يخضع الشخص للتفتيش أو يلقى القبض عليه. غير أنّه ينقص التطبيق الصحيح على يد الشرطة والمحاكم. غالبًا ما لا يدرك المواطنون أنّه يحقّ لهم وجود محامٍ لدى اعتقالهم. لا يعرف المواطنون - و أحيانًا الشرطة- أن المدة القصوى لإحتجاز شخص من دون توجيه تهمة هي ٢٤ ساعة. كما يواجه اللاجئون الأجانب مشكلة مصادرة هوياتهم.

الهدف

كان هدف الحملة أن يطوّر المسؤولون الحكوميون الأردنيون إرشادات قانونية وعملية حول المعايير الوطنية، بالإضافة إلى تثقيف عامة الشعب حول حقوق الفرد عند الإعتقال وتعليم أعضاء الشرطة وقوى الأمن المعايير الوطنية والدولية.

استراتيجية

ركزت الحملة على الضغط و التثقيف العام. إنطلاقًا من معرفة أن المشكلة تفاقمت بسبب النقص في المعلومات حول الحقوق والواجبات، قرّرت جمعية ميزان التركيز على تعليم جمهورين مستهدفين: الشرطيين و عامة الشعب، وخاصة ذوي التحصيل العلمي المحدود. توجّب عليها أولاً أن تشرك المسؤولين الحكوميين المعنيين لكي يدعموا مواد التعليم ونشاطاتها.

الضغط

التخطيط التعاوني: بغية انتاج المواد التعليمية وتوزيعها على الشرطيين والمحاكم، ستحتاج جمعية ميزان إلى مؤسسات حكومية ذات صلة- في هذه الحالة مديرية الأمن العام التابعة لوزارة العدل والمركز الوطني لحقوق الإنسان شبه المستقلّ- للمساعدة في تحضير المواد والمصادقة على المشروع النهائي.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 23

بغية إشراك الجميع، نظمت جمعية ميزان ورشة عمل تعريفية للمنظمات غير الحكومية المعنية بالمسائل القانونية وبحقوق الإنسان، وللوكالات الحكومية ذات الصلة، لشرح أهدافها لإفادة الجمهور منها وتخفيف الإنتهاكات واستنباط الأفكار حول العمل المطلوب.

تحضيرًا للإجتماع التعريفي، طلب من المجلس القضائي تحديد أهم البنود المرتبطة بالإحتجاز، وطلب من منظمة غير حكومية تحديد البنود المرتبطة بالبحث، وطلب من مديرية الأمن العام تحديد البنود المتعلّقة بالإعتقال. قبل الإجتماع، تلقى المشاركون ملفًا بجدول الأعمال تضمن نسخًا عن أهم البنود وعيّنات عن المواد التعليمية التي طوّرت في بلدان أخرى لإستخدامها كمرجع في النقاش.

راجع المجتمعون البنود التي يجب إلقاء الضوء عليها و اتفقوا على استراتيجية إعلامية للتثقيف العام تتضمن نشرة ومنشورة، وفقرات على الراديو والتلفزيون، تقدّم نسخة لقانون الحقوق تلقى تأييدًا شعبيًا.



advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 22

كان تكتيكاً مهمًا في هذه الحملة تفادي ذكر المشكلة بطريقة تتعرّض لمسؤولي الحكومة الأردنية وتخفّف من قابليتهم على التعاون. بالتالي، لم يكن الأمر يومًا متعلّقًا بـ'نقص في التطبيق' بل بـ'إلقاء الضوء على نقاط أساسية في القانون والتشديد عليها'. كان لا بدّ من أن ينتج عن ذكر النقص في التطبيق أخذ المسؤولين الحكوميين موقفًا علنيًا وقولهم 'بالطبع يتم تطبيق القانون'.

التثقيف العام والإعلام

نظمت بعدها جمعية ميزان سلسلة من الإجتماعات لتبسيط نصوص المواد. بعد الإنتهاء من ذلك، كانت الخطوة التالية مراجعة دائرة الأمن العام و المركز الوطني لحقوق الإنسان لضمان موافقتهما على المصادقة على النشرة. تلى ذلك مؤتمرًا صحافيًا لتقديم نسخة عامة عن قانون الحقوق التي تلقى تأييدًا شعبيًا وإعلان إطلاق الحملة. غطت هذا الحدث وكالة الأنباء الأردنية بترا وصحيفة *جوردان تايمز*.

كانت جمعية ميزان قد نظمت في وقت سابق مسابقة على أمل الحصول على أفكار خلاقة لصور الحملة، لكن النتيجة كانت متواضعة وتم إختيار شركة تصميم صور لتطوير المواد.

مع جهوز المواد، وجّهت جمعية ميزان رسالة إلى مدراء مديرية الأمن العام والمركز الوطني لحقوق الإنسان والمجلس القضائي، سائلة إياهم أن يوزعوا المنشورات في حرمهم، مثلاً في مراكز الشرطة وفي المحاكم. وافقوا على القيام بذلك. كما أنّه كلما زار محامو «ميزان» المحاكم أو مراكز الشرطة، كانوا يوزعون نسخًا. بالإضافة إلى ذلك، وفّرت «ميزان» موادًّ للمنظمات الدولية والوطنية المهتمة بمسائل الحقوق قامت بعشرات فقرات الراديو والتلفزيون على محطات وطنية رائجة.

نظمت جمعية ميزان العديد من المحاضرات وورشات العمل المبنية على مسألة قانون الحقوق. ظهر منظمو الحملة في العديد من برامج الراديو والتلفزيون المحلية وعلى محطات تلفزة عربية أخرى مثل قناة العربية. غير أن كلفة البث المرتفعة حدّت من قدرة الحملة على إستخدام وسائل الإعلام كأداة تثقيفية.

عوامل النجاح

العلاقات المبنية مع الوكالات الحكومية المختصّة. تعمل جمعية ميزان على قضية الحقوق منذ مدة طويلة وقد قامت ببناء علاقات ثقة مع مؤسستين معنيّتين بهذه القضية وهما مديرية الأمن العام والمركز الوطني لحقوق الإنسان. وقد سهّل هذا العمل بشكل كبير.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 25

تعمّد منظمو الحملة تفادي وضع مسؤولي الحكومة في موقع الدفاع. سمح التركيز على الحاجة إلى تسليط الضوء على القانون وتعزيزه، مع تفادي استخدام العبارات التي توحي أن القانون لا يطبق بشكل صحيح ما يتيح لمسؤولي الحكومة الحفاظ على ماء الوجه، وإلا كان من غير المرجّح أن يتعاونوا في المشروع.



التحديات

لم يتم مواجهة أية تحديات مهمة. وبما أن ميزان جمعية لديها أصلاً علاقات عمل جيدة مع المؤسسات الحكومية المعنية، لم تواجه أية تحديات مهمة.

الأثر

كان أثر الحملة زيادة الوعي العام حول الحقوق المدنية وتعريف الجمهور الأوسع إلى إطار العمل القانوني الوطني للإعتقال وتوجيه التهم والإحالة إلى المحاكم.

للمزيد من المعلومات زيارة: www.mizangroup.jo و http://www.ammonnews.net/

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 24



عمّان الأردن	حملة ضد الزواج المبكر	المستوى الوطني المستوى المحلّي	١٩٩٧ - ٢٠٠٠

في منتصف التسعينيات من القرن الماضي، كان لا يزال السن القانوني الأدنى للزواج في الأردن ١٤ للفتيات و١٥ للفتيان. لاحظ اتحاد المرأة الأردنية أن العديد إن لم يكن جميع النساء اللواتي يلجأن إلى خدمات الإتحاد، تكون بسبب مشاكل زوجية لمتزوجات في سن مبكرة جدًا. من الواضح أن الزواج المبكر له آثار سلبية، وقد آن الأوان لاتخاذ خطوات في هذا الإطار.

الهدف

هدف الحملة أن يمرّر البرلمان الأردني قانونًا يحدّد ١٨ عامًا السن القانوني الأدنى للزواج للنساء والرجال.

هيكلية

لم تتمتع الحملة بهيكلية رسمية وقد يسّر اتحاد المرأة الأردنية مجموعة عمل حول القضية. كان من بين المشاركين الآخرين المعهد الدولي لتضامن النساء و اللجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة، بالإضافة إلى خمسة أعضاء من الإعلام وممثلين عن معاهد أبحاث. وبما أن مجموعة العمل كانت على اتفاق تام حول المسألة، لم تحصل أية صعوبات في التنسيق.

استراتيجيات

تضمنت الإستراتيجيات المستخدمة في حملة الزواج المبكر، التي أطلقت في العام ١٩٩٧، مزيجًا من **التثقيف العام والضغط والنشاطات الإعلامية.**

التثقيف العام

بما انّ الفتيات العرضة للزواج في سن مبكرة كنّ عادة في سن ارتياد المدرسة، بدا أن المؤسسات التعليمية هي المكان الأكثر استراتيجية لبدء الحملة. نظم اتحاد المرأة الأردنية نشاطات تثقيف عام في ٦٠٠ مدرسة، بما فيها مدارس رسمية وخاصة ومدارس وكالة الغوث لتشغيل وإغاثة اللاجئين (الأونروا). ركزت الدورات على مكالمة الشبان الذين تتراوح أعمارهم بين ١٤ و ١٧ عامًا عن الآثار السلبية للزواج المبكر من وجهات النظر الإجتماعية والعاطفية والإقتصادية والصحية. كما نظّم الإتحاد أيضًا مؤتمرات للنساء في مراكزه الخمسة عشر ومكاتبه العشرة الفرعية وفي جامعات مختلفة.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 27

لاقت الحجج العاطفية والإقتصادية التي استخدمتها الحملة أصداءَ لدى الشبان وأهاليهم. أشار المعلمون إلى أن المراهقة هي بحدّ ذاتها سنّ صعبة بسبب التحولات الجسدية والعاطفية التي تحيط البلوغ فيما يسعى المراهقون لبناء هويتهم. كما أن شخصًا غير مستقلّ ماديًا سيحتاج على الأرجح إلى العيش مع والديه أو حمويه، وهذا ليس دومًا وضعًا مرغوبًا فيه. كما تقدّم الإتحاد بحجّة أن الأردن صادق على الإتفافية الدولية لحقوق الطفل والتي تحدّد أن الأفراد يعتبرون أطفالاً إلى أن يبلغوا سن الـ ١٨. بالتالي، من وجهة النظر القانونية، لا يمكن للأطفال أن يتزوجوا قبل بلوغ سن الرشد القانونية.

الضغط.

من العام ١٩٩٧ إلى العام ١٩٩٨، جمع الناشطون تواقيع آلاف النساء والرجال دعمًا للحملة. تم تقديم العريضة إلى البرلمان والمسؤولين الحكوميين. أما نشاط الضغط الآخر، فكان عقد مؤتمر للقادة الروحيين والعلماء الإجتماعيين وعلماء النفس والداعمين الأساسيين مثل المحامية والناشطة أسماء خضر. قدّم المنظّمون شهادات بالطلب من النساء اللواتي عانين من الزواج المبكر بتلاوة قصصهنّ. نتج عن المؤتمر إعلانًا يؤيّد تحديد سن قانونية دنيا أعادت التشديد عليه الأميرة بسمة. غير أنّه كان من الصعب إقناع بعض الأعضاء المحافظين في البرلمان.

الحملة الإعلامية

استخدمت الحملة استراتيجية اعلامية لنشر رسالتها الأساسية. وضع الفنّان الأردني المعروف جلال الرفاعي الرسوم لكتاب هزلي، وإعلانًا لاقيا رواجًا بشكلٍ خاص. كما صدرا في الجريدة اليومية «الدستور». ظهرت قائدتا الحملة أمينة الزعبي وأسماء خضر مرّات عدّة على شاشات التلفاز لمناقشة الحملة والحاجة إلى تغيير القانون. كما ذكرنا آنفًا، تضمنت مجموعة العمل غير الرسمية للحملة أعضاءً من الإعلام.

التحديات

واجهت الحملة عددًا من التحديات الرئيسة:

- **إن مسألة الزواج المبكر حساسة على المستويين الثقافي والسياسي.** كان بعض الناس مقتنعاً بشدة أنه يجب السماح بالزواج في السن المذكورة في القرآن.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 26

- **لم يتوقع منظمو الحملة إدخال بند إستثنائي في القانون.**
- **تبين أن كون ثقافة الزواج المبكر مترسخة هو تحدٍ آخر لمنظمي الحملة.** حين سأل المعلّمون الأهالي عن تزويج بناتهم في سن مبكرة، كان الجواب دومًا نفسه «هي أرادت ذلك». قال بعض الأهالي إن لديه الكثير من الأولاد ولا يستطيع تحمّل تكاليف تربيتهم، لذا من الافضل تزويجهم.

عوامل النجاح

استخدمت الحملة العديد من الإستراتيجيات الجيدة للحصول على الدعم:

- **بدأ منظمو الحملة بتحضير صانعي القرار قبل وقت لا بأس به من الحملة.** مثلاً، كانوا يقابلون أفرادًا رئيسيين ويقولون لهم سنبدأ بالتفكير في محاولة تغيير القانون.
- **فهم منظمو الحملة الحساسية الثقافية للمسألة وأمضوا سنتين في تحضير الرأي العام.**

الأثر

كانت الحملة ناجحة مع بعض التحفّظات. حصل منظمو الحملة على إلتزام من مجلس النواب في العام ١٩٩٩ لتعديل القانون في العام التالي، وصادق مجلس الشيوخ عليه ووقّعه الملك ليصبح قانونًا في العام ٢٠٠٠. إن سن الزواج القانونية في الاردن هي الآن ١٨ عامًا للرجال والنساء، لكن النص الأخير للقانون لم يكن مرضيًا للناشطين إذ تضمن بندًا إستثنائيًا يسمح للشيخ بالزواج بفتاة قاصر إن ارتأى أن ذلك يصبّ في مصلحتها. لم تعطَ أية معايير عماّ يشكّل مصلحتها. نتيجة لذلك، أصبح الإستثناء قاعدة. مثلاً، في حالات الإغتصاب، يشجع القضاة الزواج المبكر كطريقة لتفادي إرسال الرجل إلى السجن. يعتبر معارضو الزواج المبكر أنّه لا يجب أن توجد أية إستثناءات للقاعدة، خاصة في حالة الأيتام.

للمزيد من المعلومات زيارة: www.jordanianwomenunion.org

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 29



عمّان الأردن	قانون حماية الأسرة	المستوى الوطني المستوى المحلي	٢٠٠٦-٢٠٠٨

في العامين ٢٠٠٦- ٢٠٠٧، تم التبليغ عن ١٣٢ حالة عنف أسري في الأردن، مع إصابة العديد من النساء بجروح خطيرة. ويعتقد أن عدد الحالات الفعلي مرتفع أكثر بكثير لأن نساء عدّة لم يبلّغن عن الحوادث. لم يجرّم العنف الأسري ولم تكن توجد أية أحكام لحماية المرأة من زوجها.

الهدف

كان هدف الحملة أن يمرّر البرلمان الأردني قانون حماية الأسرة لحماية أفرادها من العنف الأسري.

الهيكلية

انطلقت المبادرة حين قرّر أعضاء شبكة إقليمية العمل معًا، غير أن كل منظمة عملت لمجتمعها المحلي. في حالة الأردن، سافر أربعة أشخاص من الاردن الى مصر للمشاركة في ورشة عمل لتعلّم كيفية الإشراف على حملة وتقييمها. بعد التدريب، تم تحديد ثلاث مسائل ذات أولوية للمجتمع الأردني: الزواج المبكر والجنسية والحماية من العنف الأسري.

اتخذ خبراء اجتماعيون وقانونيون ودينيون القرارات بطريقة تشاركية ولم تهيمن أية مجموعة محددة في اتخاذ القرارات.

استراتيجية

ركزت استراتيجيات الحملة على التثقيف العام والضغط. شارك العديد من المنظمات في المناقشات ودعم الحملة.

التثقيف العام

بعد وضع مشروع قانون، قادت جمعية المعهد الدولي لتضامن النساء حملة تثقيف عام مكثّفة مع ١٠ إلى ١٢ معلّماً يعملون في المجال منذ نحو سنتين. دمج المعهد مناقشات القانون في جميع نشاطاته على الأرض والتي تضمّنت مئات المناسبات، مكرسًا يومًا بأكمله لأهمية قانون حماية

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 28

الأسرة في مناسبات أطول. صمّم التعليم حول أهمية العنف الأسري على مقاس المجموعات المستهدفة المختلفة مثل ربّات المنازل والطلاّب وقادة المجتمع المدني والمحامين والنواب. استخدم المعهد أسئلة وأمثلة للتطرق إلى تصرّفات المجموعات ذات الثقافة العالية مثل المحامين. أما بالنسبة إلى المجموعات ذات مستوى القراءة المنخفض، فيستخدم الميسّرون تقنيات تفاعلية لتصوير العنف الأسري. سألوا نساءً ما إذا كنّ يعتبرن منع رجل لزوجته من زيارة أقربائها أو حرمانها من المال أعمال عنف. هذه التقنيات جعلت الحاجة إلى قانون أسري محدّد ماسّة جدًا لجميع فئات الشعب.

الضغط



طلب من كلّ عضو في الشبكة الإقليمية وضع مشروع لقانون العنف الأسري الذي يتصوره لبلده بالتحديد. وضع الإتحاد قانون عنف أسري مفصّلاً على مقاس المجتمع الأردني. ناشد الإتحاد المحامين والقضاة والناشطين للمشاركة قبل وضع مشروع القانون. كما تم مناقشة الأمر مع جمعية ميزان وغيرها من منظمات المجتمع المدني في الإجتماعات الأسبوعية. كما حضر الإجتماعات ممثلون من مختلف الأقسام الرسمية، وغير الرسمية وعاملون إجتماعيون ومحامون وقضاة وأخصائيون بقانون الشريعة، وناشطون في مجال حقوق الإنسان. في الوقت نفسه، كانت وزارة التنمية الإجتماعية تضع مشروعًا لنسخة مختلفة من القانون. عمل الإتحاد لدمج النسختين في مشروع نهائي أحيل إلى البرلمان. ناقش البرلمان القانون وأجرى التعديلات التي ارتآها مناسبة. بالإجمال، شاركت ٣٠ منظمة في مناقشة المشروع. بالإضافة إلى الإجتماعات الأسبوعية، عقد المدافعون إجتماعين شهريًا في مجال تعزيز أهمية المشروع.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 31

بالإضافة إلى تحضير مشروع والتوصل إلى توافق حوله، قدّم ممارسو الضغط مواد بحث للأشخاص المستهدفين والتقوا بهم بصورة دورية لمناقشة المشروع. نظّموا نشاطات لتفسير أهمية القانون للبرلمانيين ليوافقوا على الحاجة إليه في المجتمع الأردني. شددت الاستراتيجية عمدًا على كيفية سعي البنود المقترحة إلى حماية الأسرة بأكملها. كانت إحدى الحجج أنّه في حال وقوع حادث عنيف، سيوفّر القانون حلاً بديلاً عن إرسال الزوج إلى السجن (حيث سيفترق عن عائلته) على شكل أمر تقييدي. بعد المصادقة على القانون وصدوره في الجريدة الرسمية، استمرّ الإتحاد في تنظيم نشاطات لمجموعات مختلفة لمساعدتها على فهم كيفية الإستفادة من القانون الجديد.

استفادت الحملة من قيادة الأمينة العامة للجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة ورئيسة مجلس إدارة المعهد الدولي لتضامن النساء،المحامية والناشطة الأردنية المعروفة أسماء خضر. بالإضافة إلى ذلك، كانت الأميرة بسمة مؤيدة ناشطة ومتحدثة بإسم الحملة.

التحديات

- **كان دمج أصوات عدّة في مناقشة المشروع صعبًا.** أحيانًا، كان يوجد عدد كبير جدًا من الأشخاص في الإجتماعات.

- **اعتقد معظم البرلمانيين أن قانون الجزاء كافٍ وأنّه ما من حاجة إلى قانون حول العنف الأسري.** كان من بين المعارضين أيضًا أشخاص أنكروا كون العنف الأسري مشكلة، وغيرهم كانوا يخشون من أن يطلق القانون المقترح منحى من إعطاء النساء حقوقًا مفرطة. في الوقت نفسه، أغنى ايضًا هؤلاء الأشخاص النقاش ووسعوا آفاق تفكير الناس. جاء التحدي الحقيقي عن طريق المجاهرين بمعارضتهم في البرلمان الذين تمكّنوا من عكس بعض التقدّم الذي أحرزه ممارسو الضغط. غير ان الناشطين لم يخففوا يومًا من وتيرة نشاطاتهم.

عوامل النجاح

تضمنت عوامل النجاح الأساسية:

- **وضع إطار للمسألة على أنّها توفّر *حماية للأسرة بأكملها*.** باعتماد هذه الحجة، خفّف الناشطون معارضتهم.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 30

- **إجراء حملة تثقيف عام شاملة.** ساعد أخذ المسالة إلى نطاق المناقشة العامة في تحضير الناس للتغيير وكسب دعمهم.

- **مقاربة الموضوع بحذر مع الجمهور.** إن العنف الأسري مسألة حسّاسة في الأردن ويميل الناس إلى عدم التجاوب حين يتم التطرّق إلى الموضوع. يبدأ معلّمو المعهد الدولي لتضامن النساء الدورة بعرض الاوضاع وسؤال المشاركين إن كانوا يعرفون حالات مماثلة. إن بدأتم بالتكلّم عن العنف الأسري، سيقول الناس لا نعاني هذه المشكلة هنا. لذا بدأنا دوراتنا بأمثلة. روينا قصصًا. حين بدأ أشخاص من الجمهور بإعطاء أمثلتهم الخاصة، عرفنا أن الوقت مناسب للتعريف بفكرة القانون.

- **كسب النفاذ إلى صانعي القرار ذوي المستوى الرفيع.** ساعدت المشاركة الناشطة للأميرة بسمة بشكل خاص في كسب النفاذ إلى صانعي القرار.

- **دعم الإعلام القضية ووفّر للحملة الكثير من التغطية.**

الأثر

كان أثر الحملة تمرير قانون حماية الأسرة في العام ٢٠٠٨. غير أنّه لم يتم إدماج جميع الاحكام المطلوبة. مثلاً يعتقد بعض المدافعين أن توقيف الزوج لمدة ٢٤ ساعة بعد وقوع حادث مدّة قصيرة جدًا لا تسمح للمرأة بالتعافي بشكلٍ وافٍ.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 33



الأردن	النفاذ إلى خدمات المعلومات للشبان في معن، مدينة في الأردن	المستوى المحلي	تشرين الأول- أكتوبر ٢٠٠٧- نيسان- أبريل ٢٠٠٨



«معان» هو مجتمع محافظ معروف في الأردن حيث لا يُسمح للفتيات أن يتركن منازلهن بمفردهنّ أو التواجد مع رفقة مختلطة. تنيجة لذلك، لديهن نفاد محدود إلى خدمات المعلومات، مثل المكتبة او الإنترنت. ليتغيّر هذا، يجب أن تشعر الأسر أنّه من المقبول أن تخرج بناتهنّ، وأنّهن ذاهبات إلى محيط آمن.

الأهداف

كان للحملة **هدفان**: (١) أن يشجع القادة الروحيون الأهالي على السماح لبناتهنّ بزيارة المكتبة و (٢) أن تعيد بلدية معان بناء مكتبة البلدية المتوقفة مع إضافة خدمات انترنت.

هيكلية وتخطيط

بعد حضور ورشتي عمل- الأولى حول التخطيط والقيادة التعاونيتين، والثانية حول مهارات المدافعة في ظل برنامج بعنوان «بناء إئتلاف شبان للمدافعة والمشاركة المدنية للإصلاح» في الأردن يطبقه مركز الشركاء- الأردن وتموّله المفوضيّة الأوروبية في الاردن- قرّر شابّان من معن تنظيم حملة. استنبطا الأفكار مع مجموعة مهمة من سكان عاديين لكن ملتزمين من «معان»، مؤلفة من نحو عشرة أشخاص، من ضمنهم ثلاث نساء. قررت المجموعة التركيز على إعادة إنشاء المكتبة العامة التي أقفلت منذ عقد بسبب قلّة الكتب والزوّار. بعد اختيار القضية، وضعا لائحة بجميع الأشخاص المعنيين المحتملين، والتقوا بممثلين عن مختلف المنظمات لتقديم الموضوع وطلب الأفكارحول كيفية البدء. بعد ذلك، طوّروا خطة عمل.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 32

استراتيجيات

ركّز منظما الحملة بشكل أساسي على الضغط. وتضمّن ذلك الضغط على البلدية لإنشاء مبنى يلبي حاجات الشابّات والضغط على القادة الروحيين والأهالي حول حاجة الشابات إلى النفاذ إلى خدمات المعلومات. كما نسّق المنظمان أنشطة إعلامية وقاما بنشاطات لرفع الوعي في المدارس لتشجيع الطلاب على زيارة المكتبة. أخيرًا قاما بتعبئة المجتمع لتقديم كتب للمكتبة.

الضغط

(١) تضمن حملات الضغط على القادة الروحيين إجتماعات مع شيوخ في جوامع مختلفة، والطلب منهم ذكر الموضوع في خلال عظات الجمعة، والتشديد على أهمية تعليم الفتيات ونفاذهن إلى المعلومات. كما أصدرا ووزعا موادَ تعليمية ونظّما سلسة من حوارات المجتمعات حول المسألة وطلبا من أشخاص من عامة الشعب دعمهم. لم يؤيد بعض الشخصيات الدينية تشجيع الفتيات على الخروج من المنزل، وتعذّر إقناع هذه الشخصيات بدعم المكتبة. قرر المنظمان التركيز على الأشخاص الأكثر انفتاحًا.

(٢) تضمّن الضغط على بلدية معن إجتماعًا مع رئيس البلدية وأعضاء المجلس البلدي في مناسبات عدّة. كما التقيا بالعديد من الشخصيات الأساسية من معن، بمن فيهم مدير الجامعة ومدير محطة القطار، المعروف بأنّه شخص منفتح الذهن ويقدّم الدعم. كان هدف الإجتماعات الحصول على الضوء الأخضر للحملة وتفادي أية عوائق. لم يواجه المنظمان أية صعوبة في الوصول إلى صانعي القرار. وافقت البلدية على إعادة تشغيل المكتبة المتوقفة وإنشاء محطة انترنت وكانت مستعدة لتسجيل الموافقة خطيًا. بعد إعادة افتتاح المكتبة، بدا واضحًا أن المنشأة صغيرة للغاية، فعادا لمقابلة رئيس البلدية الذي وافق على تخصيص قطعة أرض لبناء مكتبة أكبر مستقبلاً.

الإعلام

تضمنت **النشاطات الإعلامية** بث فقرات على الراديو لتشجيع الشبّان على زيارة المكتبة. لم تتقاضَ محطة الراديو كلفة أي من الفقرات، وبثت أيضًا مقابلة مع منظمي الحملة. كما أدى المنظمان مسرحيات هزلية في ١٢ مدرسة للفتيات، وعلقا ملصقات رسماها بنفسيهما لتشجيع التلاميذ والمعلّمين على زيارة المكتبة.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 35

تعبئة المجتمع

نظّم المدافعان الشابّان حملة مجتمعية لجمع تبرعات كتب للمكتبة وجمعا أموالاً لمحطة الإنترنت. حصدت حملة الكتب ١٠٠٠ كتاب من المجتمع لتبدأ المكتبة بالعمل.

التحديات

- **لم تواجه الحملة تحديات جمّة.** وسيكون التحدي الرئيس في المستقبل تأمين تمويل لبناء مكتبة دائمة أوسع.

عوامل النجاح

- **كان منظما الحملة من المنطقة ومعروفين من المجتمع.** فهما الثقافة وعرفا كيف يجب أن يتصرّفا.
- **شدّد المنظمان على إبقاء أعضاء الإئتلاف مشتركين بالحملة ليشعروا أنهم يحققون شيئًا.**

الدروس المستقاة

- **تعلّم منظما الحملة أن لدى كلّ شخص القدرة على المشاركة في حملة مدافعة.** ثمة قدرة على بذل مجهود في داخل كلّ شخص وبإمكاننا إخراجه ليساهم في المجتمع. كما شعرا بأن كلّ شخص يعمل على حملة يجب أن يحظى بفرصة ليتشاطر أفكاره.

الأثر

كان أثر الحملة افتتاح مكتبة صغيرة في المكاتب السابقة لبلدية معن في نيسان- ابريل ٢٠٠٨. يزور ٨٠ إلى ٩٠ شخصًا المكتبة يوميًا، ويفوق عدد الفتيات عدد الصبيان بفارق ضئيل. تحتوي المكتبة كمبيوترين، لكن ما من اتصال بشبكة الإنترنت حتى الآن. كما خصّص رئيس البلدية قطعة أرض لبناء مكتبة أوسع في المستقبل. يعمل المنظمان على تأمين أموال من وكالات حكومية مختلفة لبناء المكتبة الأوسع، لكن لم ينجحا بعد.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 34

النفاذ إلى خدمات المعلومات للشبان في معن



يعتبر نجاح الحملة عظيمًا لأن معن معروفة بكونها محيطًا يصعب العمل فيه. كان الشبّان ملتزمين بقوة بالحملة وخصصوا وقتهم للجهد المبذول لتحقيق المسعى. يعمل بعضهم الآن كمتطوع في المكتبة. وفّر مركز الشركاء- الأردن مصاريف الحملة الأساسية، بما فيها السفر والطباعة والمواد ومستلزمات الإجتماعات وكلفة الإتصالات.

للمزيد من المعلومات زيارة:

www.partners-jordan.org www.euronews.net/en/article/27/02/2009/women-s-rights-in-jordan/

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 37



رام الله فلسطين	تعديل قانون العقوبات	المستوى الوطني	١٩٩٩ – حالياً

حين أُنشِئَت السلطة الوطنية الفلسطينية في العام ١٩٩٤، كان لدى غزّة والضفة الغربية نظامان سياسيّان مختلفان. إن النظام القانوني في الضفة الغربية موروث من الأردن، فيما النظام في غزة موروث من الوصاية البريطانية. في العام ٢٠٠٣، قدّمت وزارة العدل اقتراحًا إلى المجلس التشريعي الفلسطيني يقضي بمواءمة قانوني العقوبات. خلال القراءة الأولى لمشروع قانون عقوبات الجزاء المعدّل، قررّت منظمات المجتمع المدني أن الوقت مناسب للمدافعة عن التغييرات التي ستحمي المرأة والطفل وتحترم حقوق الإنسان. إنطلاقًا من هذا الهدف، قامت بتشكيل إئتلاف.

الهدف

كان هدف الحملة أن يدخل المجلس التشريعي الفلسطيني في قانون العقوبات موادَّ ذات صلة بجرائم الشرف وحماية المرأة والطفل، بالإضافة إلى تعديل جميع المواد التي تنتهك حقوق الإنسان. هدفت الحملة بشكل خاص إلى:

- إلغاء الأسباب التخفيفية للرجال الذين يقتلون النساء بإسم الشرف
- تجريم العقاب البدني للأطفال، خاصة على يد أفراد أسرة الطفل
- إلغاء عقوبة الإعدام.

هيكلية

شكل إئتلاف مكوّن من مؤسسات ومنظمات تعمل في مجال قضايا المرأة والطفل وحقوق الإنسان، لكل منها إهتمام خاص في تعديل قانون العقوبات. قام الإئتلاف حالما عرفت منظمات المجتمع المدني بأمر مشروع قانون العقوبات، واجتمعت المجموعات فورًا لمناقشة ما يمكن عمله. سجلت محاضر الإجتماعات ووزعت الأدوار لنشاطات المدافعة. لم توضع أية خطة عمل خطّية وكان التخطيط يجري من إجتماع إلى آخر.

استراتيجية

كانت الإستراتيجية الأساسية المستخدمة هي **الضغط** على أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 36

واللجنة القانونية التابعة له، بالإضافة إلى المؤسسات الحكومية ذات الصلة والمسؤولين الرئيسيين. كما استخدم المدافعون، لكن بدرجة أقلّ، **التثقيف العام والإعلام** للفت الإنتباه إلى الحملة، مع أن العادة كانت في أن تجرى هذه النشاطات على حدة وليس ضمن خطة الإئتلاف.

الضغط

بدأت منظمات المجتمع المدني حملتها بدراسة المشروع المقترح وبإجراء دراسات لتعليل تعديلاتهم المقترحة. نظمت ورشات عمل مع خبراء قانونيين، لأنّه في ذلك الحين، لم يكن أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني أو منظمات المجتمع المدني متمرّسين بالعمل التشريعي. واجهت منظمات المجتمع المدني تحديات مرتبطة بقلّة الخبرة لديها في مجالي المدافعة والضغط. حضرت توصيات ومررتها إلى اللجنة التشريعية وأعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني الذين اعتبروهم منفتحي الذهن، وإلى الأعضاء الأساسيين في الأحزاب السياسية. مع اقتراب الإنتخابات الوطنية للعام ٢٠٠٦، احتلّت الشؤون السياسية الأسبقية، وتركت مناقشة مشروع قانون العقوبات لأعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني الجديد.

بعد فوز حماس بالإنتخابات، بدأت منظمات المجتمع المدني بجس نبض المشرّعين والمسؤولين الحكوميين. وفيما كانت تركز في الأساس فقط على المشرعين الذين يدعمون وجهات نظرها، بدأت بعدها بالضغط على جميع الشخصيات الرئيسة، بما فيها وزارة شؤون المرأة ومدير اللجنة القانونية في المجلس التشريعي الفلسطيني وقادة حركة حماس، وأعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني اليساري. غير أنه مرة أخرى غلبت الأحداث السياسية على الحملة: فحين حدد موعد الإجتماع مع اللجنة القانونية التابعة للمجلس التشريعي الفلسطيني، ألقى الإسرائيليون القبض على معظم الأشخاص المعنيين بالأمر. ازدادت حدّة الضغوط السياسية بين غزة ورام الله، فوصلت الحملة إلى حالة جمود.

قرر أعضاء الإئتلاف عدم الإستمرار في المدافعة في سبيل تحقيق جميع التغييرات بل التركيز فقط على البنود المرتبطة بجرائم الشرف. يسمح القانون الفلسطيني الأساسي للرئيس بتمرير قرار من دون الرجوع إلى البرلمان. في العام ٢٠٠٨، علمت منظمات المجتمع المدني أن الرئيس محمود عبّاس ينوي استخدام هذه السلطة لتمرير قانون العقوبات الذي كان يتم التداول فيه في العام ٢٠٠٣. راسلت منظمات المجتمع المدني الرئيس ومستشاريه القانونيين، طالبة منهم عدم

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 39

تمرير قانون العقوبات من دون نقاش، لأن ذلك سيشكل سابقة خطيرة ومبرّرة أن قانون العقوبات يؤثر على جميع أوجه الحياة وأنه من المهم بالتالي إجراء نقاش عام حوله. قامت بالضغط على وزارة شؤون المرأة والرئيس ومستشاريه القانونيين ونقلت أيضًا مطالبها الأساسية إلى بعض أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني. أخيرًا تم تعليق المبادرة. بغية اتخاذ أفضل التدابير، أرسلت منظمات المجتمع المدني توصياتها الأساسية المرتبطة بقانون العقوبات إلى جميع الفعاليات الرئيسة مرة أخرى.

في الأشهر الأخيرة، شهدت فلسطين ارتفاعًا في عدد التقارير المرتبطة بجرائم الشرف، ما لفت انتباه الإعلام. كانت التغطية الإعلامية قاسية جدًا وانتقادية بشكل خاص للرئيس ووزارة شؤون المرأة. قرّرت الوزارة التحرك، وهي الآن في صدد التحضير لتعديل بنود متعلقة بشؤون المرأة بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني وأعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني. في وقت كتابة النص، كانت منظمات المجتمع المدني واثقة أنه سيتم تمرير التعديلات.

التثقيف العام

أجرى مختلف أعضاء الإئتلاف ورش عمل مع أعضاء من مجتمعاتهم لزيادة الوعي حول القضايا.

الإعلام

لم ينظم الإئتلاف حملة إعلامية موحّدة. قام الأعضاء المنفردون بنشاطاتهم المستقلة، التي تضمنت جميع أشكال العمل الإعلامي لزيادة الوعي ولفت الإنتباه إلى القضية. تضمنت النشاطات الأخرى مسابقة فنية ومناسبات عامة في أيام المرأة الدولية ومؤتمرات في قرى مختلفة، بالإضافة إلى فقرات على الراديو والتلفزيون ومقابلات وبرامج حوارية.

تحديات

- **في البداية، لم تحلل منظمات المجتمع المدني مصالح أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني بما فيه الكفاية، وفشلت في تحديد المصالح المشتركة من أجل بناء الدعم لتوصياتها.**
- **فيما لم تحصل أية خلافات مع الإئتلاف، تسببت مبادرة الرئيس التي قضت بتغيير**

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 38

قانون العقوبات من دون الرجوع إلى البرلمان بردات فعل متنوعة من قبل منظمات المجتمع المدني. ناقش أعضاء الإئتلاف هذه المسألة واتفقوا على الإعتراض على مبادرة الرئيس.

حصلت بعض المنافسة بين المدافعين. اعتبر بعض أعضاء الإئتلاف أن لديهم شرعية أكبر وأرادوا التصرّف كمتحدثين ومقابلة مسؤولين من المستوى الرفيع. استلزم الأمر الكثير من المفاوضات ضمن الإئتلاف، وامضوا الكثير من الوقت والجهد للوصول إلى توافق.

لا تدعم جميع منظمات المجتمع المدني المبادرة الاخيرة لتعديل البنود التي تركز على جرائم الشرف.

عوامل النجاح

- **حظيت الحملة بدعم المؤسسات الحكومية والمسؤولين الرفيعي المستوى مثل وزارة شؤون المرأة.**
- **دعمت تلك القضية منظمات دولية مثل صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة، وقد تمكنت من التأثير على وزارة شؤون المرأة إذ كانت تمولها.**
- **كان يتم التبليغ عن عدد متزايد من جرائم الشرف**، ما لفت الإنتباه إلى المسألة وأعطى الحملة أهمية أكبر.
- **محاربة جرائم الشرف لا تتنافى مع أية عقيدة دينية** (بعكس قضية تعدّد الزيجات التي تثير جدلاً أكبر).

الدروس المستقاة

- **من المهم توحيد جهود جميع اللاعبين المعنيين بمن فيهم الحكومة والمنظمات غير الحكومية والإعلام.**
- **في البداية ركزّ منظمو الحملة على تثقيف أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني الذين اعتبروهم قابلين على تقديم الدعم.** لكن تبيّن أن ذلك خاطىء، لأنّه فيما تتابعت النقاشات، تبيّن أن بعض أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني قد فهموا القضايا بينما غيرهم لم يفعلوا، لأنهم لم يحضروا أي ورشات عمل، أو لم يتلقوا أية معلومات عن الخلفية. تعلّم منظمو الحملة

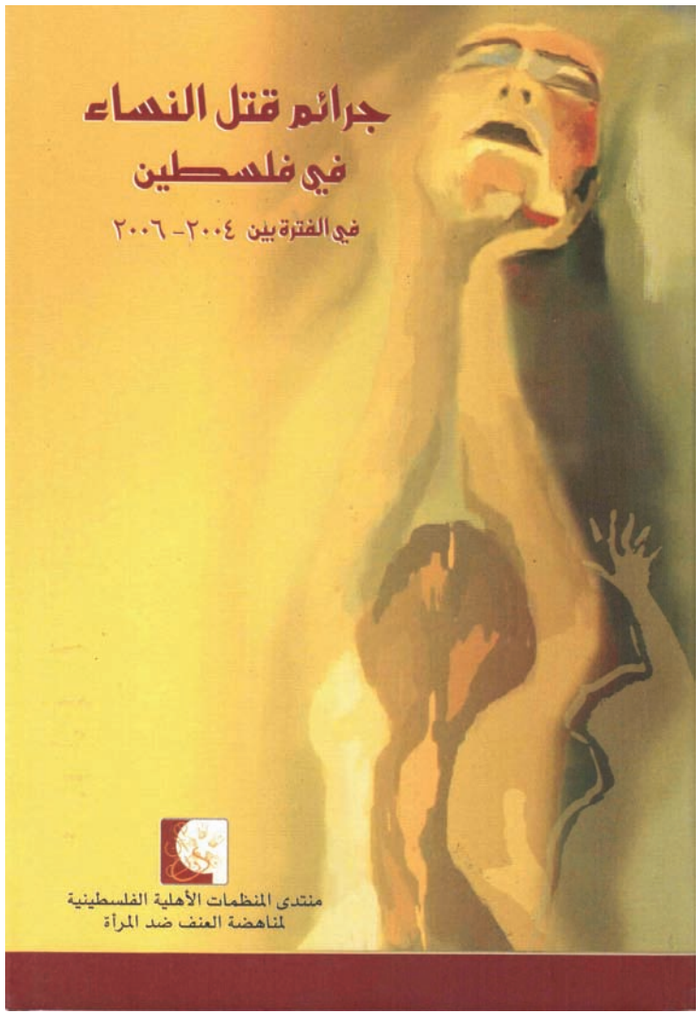
advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 41

أهمية الحرص على أنّ جميع اللاعبين الأساسيين يفهمون القضية.

- **بما أن الحملة يمكن أن تكون طويلة للغاية، من المهم التمييز بين الأهداف على المدى القصير والأهداف على المدى الطويل.** يمكن تحقيق بعض الأهداف خلال مدة قصيرة، لكن الأهداف الأخرى تتطلّب وقتًا أطول بكثير، بالإضافة إلى الصبر والتخطيط والمواظبة.

الأثر

بدءًا من شهر أيّار–مايو ٢٠٠٩، بقي المجلس التشريعي الفلسطيني معلّقًا ولم يتم تمرير قانون العقوبات الجديد. غير أن منظمي الحملة يتوقعون أن يتبنّى الرئيس بنودًا تجرّم جرائم الشرف في المستقبل القريب.



للمزيد من المعلومات زيارة:
www.wclac.org

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 40



رام الله فلسطين	مكافحة العنف ضد المرأة	المستوى الوطني المستوى المحلّي	٢٠٠٠- حالياً

مع ازدياد التقارير حول جرائم الشرف في فلسطين في نهاية التسعينيات، التقت مجموعة من منظمات المجتمع المدني في العام ٢٠٠٠ تحت إسم منتدى المنظمات الأهلية الفلسطينية لمناهضة العنف ضد المرأة، لإطلاق حملة لتغيير التشريعات المرتبطة بجرائم الشرف. **تركز هذه الدراسة على البنية التنظيمية للإئتلاف وإدارته بدل التركيز على نشاطات الحملة.**

الهدف

كان **هدف الحملة** جعل المجلس التشريعي الفلسطيني اكثر حساسية إزاء مسألة جرائم الشرف، وتعديل بنود القانون ذات الصلة لحماية النساء.

هيكلية

بدأ الإئتلاف بمجموعة صغيرة التقت لمناقشة كيفيّة التعاون للفت الإنتباه إلى وضع العنف ضد المرأة. دعا المؤسسون في البدء فقط منظمات تقدم خدمات للنساء ضحايا العنف ضد المرأة للإنضمام إلى الإئتلاف، وأبقوا المجموعة محصورة عمدًا. بحلول نهاية العام ٢٠٠٠، بات في المجموعة ١٢ عضوًا من جميع أنحاء فلسطين، وكانت قد طوّرت أهدافًا شاملة ووضعت معايير العضوية. تم توسيع العضوية لتشمل المنظمات المعنية بالأبحاث والطب والخدمات الإجتماعية. بعد الإنتفاضة الثانية، أصبحت الصعوبة متزايدة للمنظمات المرتكزة في غزة في الإستمرار في المشاركة وتركت بعض المجموعات الإئتلاف. في العام ٢٠٠٧، دعي ثلاثة أعضاء جدد للإنضمام ليصبح مجموع المنظمات ١٥.

ليس المنتدى هيئة مسجّلة رسميًا. يدفع الأعضاء تعرفة عضوية سنوية تقارب ١٠٠ دولار لتغطية التكاليف الإدارية والمصاريف المتصلة بتنظيم المناسبات وتسديد كلفة التغطية الإعلامية. كلّ عامين، تكلّف منظمة مختلفة بمسؤولية إستضافة المنتدى وتنسيق الإجتماعات وتسجيل المحاضر وغيرها من الإتصالات. يلتقي الأعضاء مرّة كل شهر أو لمرّات أكثر إن دعت الحاجة. في فترة معينة، يجتمعون بشكل أسبوعي. تتوصل المجموعة إلى القرارات بتوافق الآراء.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 43

استراتيجية

بدأ المنتدى بالقيام بأبحاث حول العنف ضد المرأة. كما ركّز أعضاء المنتدى على **الضغط والتثقيف العام والنشاطات الإعلامية**.

بغية القيام بالدراسة الأوليّة تحت عنوان جرائم قتل النساء في فلسطين (٢٠٠٤- ٢٠٠٦)، تقدّمت المنظمة المستضيفة بطلب تمويل من أوكسفام كيبيك باسم الإئتلاف. تم إنشاء لجنة توجيهية لإجراء المقابلات مع المتقدمين لمركزي باحث ومساعد على الأرض. أختارت اللجنة التوجيهية فريق البحث وأشرفت عليه والتقت بالباحثين شهريًا لمناقشة منهجية المشروع وتقدّمه. وثّقت الدراسة ٤٨ حالة محتملة من جرائم الشرف في خلال فترة الثلاث سنوات (بما فيها ٣٢ حالة رسمية). يضع التقرير عددًا من الخلاصات، سنسلط الضوء على بعضها في ما يلي:

- ثمة توافق رأي على أن جرائم الشرف تحصل بسبب غياب القانون الذي يعاقب مرتكبيها.
- إن تعليق تحقيقات الشرطة في القضايا هو عامل آخر مساعد.
- تحتاج وزارة الصحة إلى تحسين عملية تسجيل الوفيات لكي لا تسجّل وفيات جرائم الشرف تحت سبب آخر. يشمل هذا تغيير النظام بحيث لا يعود من المسموح لقادة القرى أن يوقّعوا على وثيقة وفاة.
- يجب إعتبار جرائم الشرف مشكلة إجتماعية وليس فردية.

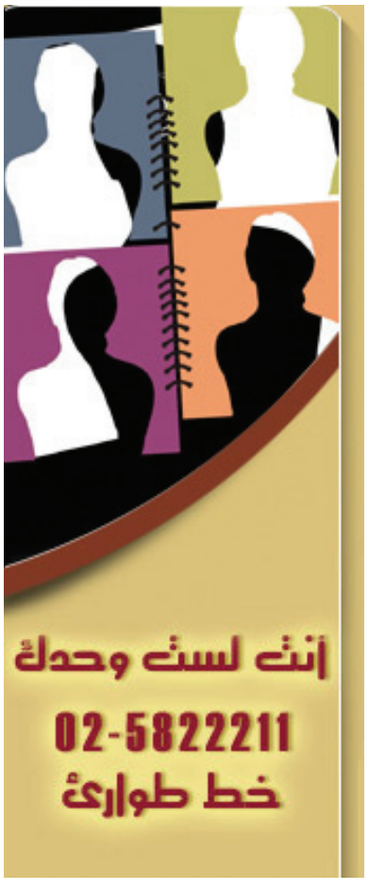
في العام ٢٠٠٨، أجرى الإئتلاف دراسة ثانية بعنوان دليل عملي في التشبيك والضغط والمدافعة لتحديد ممارسات المدافعة الناجحة لدى أعضائها. كان إجراء الدراسة الثانية أصعب لأسباب عدّة:

- لعبت اللجنة التوجيهية الدور نفسه الذي لعبته في الماضي، لكن بسبب وجود اعضاء جدد، كان الأمر كما لو أنّها تبدأ من الصفر.
- ظلّت أهداف الدراسة تتبدّل.
- إعتبر أعضاء الإئتلاف العملية كتقييم لأدائهم وشعروا أنهم موضوعون في وضع الدفاع.

في النهاية، اتفقت اللجنة التوجيهية على أن تركّز الدراسة على ميادين محدّدة من العمل يعمل

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 42

عليها كل عضو مثل قانون الأسرة والمشاركة السياسية وقانون الجزاء والحملة ضد جرائم الشرف.



سلطت الدراسة الضوء على الحاجة في أن يطوّر المنتدى خطّة استراتيجية، وهي عملية قيد الإنجاز حاليًا. فتحت هذه الممارسة نقاشًا مع الإئتلاف حول ما إذا كان يجب أن تبقى منظمة غير رسمية أو أن يعطى طابعًا رسميًا للعلاقة. إن أحد الإنجازات هو أن الأشخاص الذين يمثلون منظماتهم في الإئتلاف (وليس فقط المنسّق) يمضون بقدر ١٥ إلى ٢٠ ساعة أسبوعيًا في نشاطات الإئتلاف. سيستمر المنتدى، بغضّ النظر عن هيكليته، في العمل على التأثير في السياسات والتشريعات المرتبطة بالعنف المبني على الجنس.

التحديات

يميل الممثلون الجدد من المنظمات الأعضاء إلى أن يكونوا أقلّ اطلاعًا على مسائل المرأة. يدرس الإئتلاف وضع معايير أساسية للأشخاص الذين يمثلون منظمتهم في الإئتلاف. مثلاً، من المهم أن يجيد الممثل اللغة الإنكليزية ليتمكن من التحدّث مع الزوار الأجانب. كما أن المهارات في اللغة الإنكليزية ضرورية للقيام بجمع الأموال وصياغة إقتراحات للإئتلاف. فإن كان عدد قليل فقط من أعضاء الإئتلاف يتكلّمون الإنكليزية، فسيثقل كاهلهم بطلبات لعب دور المتحدّث بإسم الإئتلاف وصياغة الإقتراحات.

الدروس المستقاة

يجب أن يكون الممثلون في المنتدى صانعي قرارات في منظماتهم. فيما كان الممثلون الأصليون يحتلّون مناصب صنع قرار ضمن المنظمة، على مرّ السنين، حصل تبديل طبيعي في الطاقم. يميل الأشخاص المعينون حديثًا في الإئتلاف إلى إحتلال مراكز أدنى ضمن منظمتهم ولا يتمتعون بصلاحية التكلّم باسمها. بغية اتخاذ القرارات، يحتاجون إلى العودة

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 45

إلى منظماتهم والحصول على إذن من مدرائهم. نتيجة لذلك، يتطلّب إتخاذ قرار إجتماعات عدّة.



منتدى المنظمات الأهلية الفلسطينية
لمناهضة العنف ضد المرأة

نبذة عن المنتدى:

تأسس منتدى المنظمات الأهلية الفلسطينية لمناهضة العنف ضد المرأة عام 2000 بمبادرة من مجموعة من المؤسسات الأهلية الفلسطينية التي تعمل في مجالات تقوية وتمكين المرأة بشكل عام، ومناهضة العنف ضدها بشكل خاص. ومن خلال تجربتها العملية وجدت أن العديد من النساء الفلسطينيات يتعرضن لكافة أشكال العنف النفسي، الجسدي، الجنسي، الاقتصادي، السياسي والمجتمعي وتم تعزيز ذلك من خلال الدراسات والبحوث التي أثبتت خطورة المشكلة ومردودها السلبي على المرأة والمجتمع بشكل عام.
وللحد من ذلك كان لا بد من تظافر وتكامل جهود المنظمات للحد من هذه المشكلة وإخراجها من الحيز الخاص إلى الحيز العام.

الرؤيا:

يتطلع منتدى المنظمات الأهلية الفلسطينية لمناهضة العنف ضد المرأة أن يكون المجتمع الفلسطيني، مجتمع قائم على احترام حقوق المرأة كحقوق إنسان ومبني على العدالة والمساواة الاجتماعية في ظل دولة فلسطينية ديموقراطية مستقلة تعمل على تحقيق العدالة والمساواة بين أفراد المجتمع.

للمزيد من المعلومات زيارة: sp.awas

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 44



رام الله والضفة الغربية فلسطين	برلمان نموذجي فلسطيني النساء والتشريعات	المستوى الوطني المستوى المحلّي	١٩٩٦-١٩٩٨

ورثت السلطة الوطنية الفلسطينية التي أُنشئت في العام ١٩٩٤، نظامين قانونيين منفصلين، واحد في غزّة (من الوصاية البريطانية) وواحد من الضفة الغربية (من الأردن). إن التمييز المبني على الجنس مترسّخ في القانونين. حين أطلقت السلطة الوطنية الفلسطينية جهودًا لمواءمة القانونين، قرّرت الناشطات في مجال حقوق المراة أن الوقت مؤاتٍ لإطلاق حملة للمطالبة بالحقوق المدنية والمساواة للمرأة الفلسطينية.

الهدف

كان **هدف الحملة** تغيير القوانين الفلسطينية- وتحديدًا التشريعات التي تميّز بين الرجال والنساء- من خلال سلسلة تحرّكات.

استراتيجية

كانت الاستراتيجية الأساسية في هذه الحملة **التثقيف العام** و **التعبئة**.

برلمان نموذجي فلسطيني: «النساء والتشريعات» منتدى امتد على يومين، عقد في غزّة وبلدة رام الله في الضفة الغربية في العام ١٩٩٨ للمطالبة بالحقوق المدنية والمساواة للنساء الفلسطينيات. قامت المنظمات النسائية بالتحضير للبرلمان من خلال عقد المنتديات حول وضع النساء في مدن ومخيّمات لاجئين على أراضي السلطة الفلسطينية. إعتمدت الحملة على المشاركة المدنية واستخدمت المحاكم الدينية كمرجع. أجريت العديد من ورشات العمل لتحضير النساء على عرض مشاكلهنّ.

أجريت التحضيرات في العام ١٩٩٦، وأُطلقت الحملة في العام ١٩٩٧ التي أخذت زخمًا في العامين ١٩٩٨ و١٩٩٩. أُنشِىء ائتلاف نسائي للعمل على قانون الأحوال الشخصية، وقد تزامنت تجربة البرلمان النموذجي مع فترة وضع مشروع تشريعات فلسطينية للمرة الأولى. كان من المهمّ البدء بالمدافعة طالما أنّه ثمة نافذة مفتوحة قبل تمرير التشريع.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 47

هدف البرلمان النموذجي الفلسطيني إلى إحداث تغييرات إجتماعية من خلال خلق فسحة للحوار ضمن المجتمع وفرص لتوسيع التحالفات. وقد سلّط الضوء على وجود قوانين ضد المرأة، (القوانين الأردنية في الضفة الغربية والقوانين المصرية في قطاع غزّة). أشار استطلاع رأي حول التشريع أن قانون الأحوال الشخصية والقانون الجزائي يستدعيان التغيير. كما حفّز البرلمان النموذجي مناقشات حول مسائل المساواة بين الرجال والنساء من خلال إقامة منتديات في أماكن مختلفة. استخدمت اللوحات الإعلانية في الحملة الإعلامية للحضّ على المزيد من النقاشات.

التحديات

واجهت الحملة عددًا من التحديات واتخذت أبعادًا غير متوقّعة:

- **أثار الموضوع نقاشاً محمومًا ضمن المجتمع الفلسطيني من خلال التطرّق إلى مسائل حساسة ذات صلة بالمرأة** والإشارة إلى قوانين الشريعة الإسلامية (الدينية)، ما ولّد جدالاً ومواجهة مع القوى الإسلامية التي اعتبرت الحملة معادية للإسلام.
- **استخدمت الفصائل والقوى السياسية الحملة لمآربهم السياسية الخاصة.** أطلقت حملة مضادة للبرلمان النموذجي في الجوامع، واتّهم قادة الحملة بالترويج للمفاهيم الغربية ومحاربة المفاهيم الإسلامية. ذهب بعض المعارضين لدرجة القول إنّه من المقبول قتل النساء اللواتي يقدن الحملة.
- **حصل جدال محموم في الإعلام، لم تكن قائدات الحملة جاهزات للتعامل معه.**
- **لم تنكس الأفكار والمبادىء المقترحة خلال الحملة الحقوق الفعلية والصحيحة للمرأة.**

عوامل النجاح

- **سلطت الحملة الضوء على وجود طيف من الآراء (متنوعة وتعددية) حول المسائل المرتبطة بالمرأة.**
- **كان على السلطة الوطنية الفلسطينية اتخاذ قرار وتقبّل أن السلطة التشريعية الوحيدة هي المجلس التشريعي الفلسطيني.**
- **لعب المجتمع الفلسطيني دورًا مهمًا في المدافعة.**

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 46

الدروس المستقاة

- **فشل البرلمان النموذجي في بناء التحالفات والإئتلافات مع القوى السياسية والحركة النسائية الموجودة.** وقد انعكس الفشل سلبيًا على الحملة.

- **لم تكن مُنظّمات الحملة جاهزات بما يكفي وكان ينقصهن المبادىء الأساسية للتطرّق إلى الشؤون الإجتماعية والدينية.** لدى المدافعة عن مسائل تتعارض مع المعايير الثقافية الطاغية، يكون التثقيف والتواصل مع القواعد الشعبية ضروريا للنجاح. إن لم تكن المبادىء الاساسية و الحركة النسائية متوفرتين، ما كان يجب إطلاق معركة مماثلة أو كان ينبغي تغيير الأهداف.

- **كان ينقص الحملة رؤيا واضحة وشروطًا قانونية محدّدة وأبحاثًا مناسبة لدعم حججها.** كان يجب أن يكون حجم الاهداف أصغر لزيادة إحتمال النجاح.

- **كان يجب أن تستبق المنظمات التحديات وأن تأخذ بعين الإعتبار المفاهيم والعادات الإجتماعية الطاغية من دون مهاجمتها.** من بين الطرق الأخرى التي كانت لتزيد من فرص النجاح إختيار التوقيت المناسب لإطلاق الحملة ووضع استراتيجية إعلامية ملائمة.

- **عانت الحملة نقصًا في التخطيط حول كيفية إدارة العمل مع الإعلام وكيفية الردّ على الهجوم من قِبَله. كان ينقص مديرات الحملة التدريب في التوجّه إلى الإعلام وإيصال الرسائل.** لم تكنّ أيضًا مهيئات ومرتاحات خلال الظهور في الإعلام. من بين الدروس المستقاة، كانت الحاجة إلى القيام بحملة إعلامية بموازاة الحملة الإجتماعية. كما يعتبر أحد أهم العوامل في المدافعة الرسالة المرغوب بإيصالها والشخص الذي سيوصلها.

الأثر

مع أن الحملة لم تحدث أية تغييرات فورية في التشريعات أو السياسة، إلاّ أنّها حفّزت نقاشًا وحوارًا إجتماعيين مهمّين.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 49



غزّة فلسطين	حقوق المرضى	المستوى الوطني	آذار–مارس نيسان–أبريل ٢٠٠٩

يحتاج المرضى ذوو الأمراض الدقيقة في غزّة إذنًا خاصًا للسفر إلى الضفة الغربية وإسرائيل للحصول على عناية طبيّة. تعالج دائرة العلاج الخارجي في وزارة الصحة الفلسطينية الإحالات. في آذار- مارس ٢٠٠٩، استلمت وزارة الصحة في غزة تشغيل الدائرة بسبب خلاف مع وزارة الصحة في رام الله. عُلِّقت جميع الإحالات فتوقّف بذلك علاج مئات المرضى، خاصة هؤلاء الذين في حاجة إلى علاج كيميائي وعلاج إشعاعي وزرع نخاع عظمي. في الأسابيع الثلاثة الاولى من أحداث آذار–مارس، توفي عشرة مرضى من غزّة بسبب غياب الرعاية الصحية وتدهورت صحة أكثر من ٨٠٠ مريض بشدّة.

الهدف

أصبح تحييد المرضى عن النزاع السياسي وإعادة تشغيل نظام الإحالات أمرًا بالغ الأهمية لصحة سكّان غزّة والمنظمات غير الحكومية المعنية بحقوق الإنسان فقرروا تنظيم حملة. **كان هدفها** أن تنهي وزارتا الصحة في غزّة ورام الله الخلاف حول دائرة العلاج الخارجي في وزارة الصحة الفلسطينية لكي تستطيع هذه الأخيرة استئناف إحالة المرضى.

الهيكلية

أُطلقت الحملة على يد القطاع الصحي في شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية. وقد أُنشئت لجنة خاصة للحملة بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية، وسرعان ما انضمتّ إليها منظمات غير حكومية فلسطينية ودولية ووكالات تابعة للأمم المتحدة ومثقفون ووزير صحة سابق ومختلف الشخصيات الوطنية. ظلّ عدد المؤيدين يتزايد وفي نهاية الأمر، وقّعت ٧٠ منظمة المناشدة التي وجّهت إلى الرئيس الفلسطيني محمود عبّاس. وقد ساعد الحملة كون المنظمات قد بنت علاقات عمل وتاريخًا من التعاون.

استراتيجية

كانت الاستراتيجية الأساسية للحملة الضغط على المسؤولين الرئيسين في الحكومة الفلسطينية

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 48

والأحزاب السياسية. كما أطلق الإئتلاف **حملة إعلامية** للفت الإنتباه إلى المسألة والضغط على صانعي القرار.

الضغط

تضمّنت **أنشطة الضغط** إجتماعات مع ممثلي الرئيس خلال زيارة لغزّة ووزارة الصحة في غزّة، ووزارة الصحة في رام الله وشخصيات أساسية نافذة. اقترحت اللجنة تشكيل لجنة طبية عليا للعلاج الخارجي مؤلفة من أشخاص يوافق عليها الحزبان لمراجعة الإحالات والموافقة عليها،هذا بالإضافة إلى تغيير نظام الإحالة لإلغاء توقيع مدير عام المستشفى المطلوب. وبدل ذلك، سيوقّع الإحالات الطبيب المشرف ورئيس القسم المعني في المستشفى. كما أوصى المدافعون بأن تراقب المنظمات المعنية بالصحة وبحقوق الإنسان اللجنة، للتأكد أنّها تسير على الطريق السليم ولتلقي شكاوى المرضى ومساعدتهم في تقديم طلباتهم.

تطلّبت عملية الضغط جهودًا مكثفة ودبلوماسية لا بأس بها من منظمي الحملة. ففي مناسبات عدّة كان فيها التوصّل إلى اتفاق وشيكًا، كان أحد الطرفين يبدي إعتراضات أو يضع شروطًا جديدة. وفي أكثر من مرّة، أوقفت المفاوضات بسبب إعتراضات تافهة. حين أُحبط المنظمون بسبب العملية، قدّموا مناشدة بإسم ٧٠ منظمة غير حكومية إلى الرئيس محمود عبّاس للضغط على وزارة الصحة في رام الله للتوصل إلى اتفاق.

الإعلام

حضّر المنظمون مواد إعلامية حول المسألة، مسلّطين الضوء على المشكلة وراوين قصصاً تهمّ الناس عن معاناة المرضى، ومقترحين تشكيل لجنة من غير المتحزّبين لتولّي الإحالات. أصدروا بيانات صحفية بصورة منتظمة ونظموا تظاهرات للضغط على الشخصيات الرئيسة للتدخّل لإيجاد حلّ. كانت النشاطات الإعلامية تستهدف صانعي القرار وليس عامة الشعب.

التحديات

- مع أن المواد الإعلامية حضّرت بتأن كي لا تكون متحزّبة، **استخدمت المحطات الإعلامية المنتمية للحزبين السياسيين المتخاصمين التغطية لاتهام منظمي الحملة بدعم الطرف الآخر.**

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 51

- **لم تتمكن الحملة من حشد دعم عامة الشعب الفلسطيني.** نتيجة للنزاع السياسي الداخلي، لا يتدخل الفلسطينيون في مسائل مماثلة، بسبب الخوف بشكل اساسي. كان المنظمون مدركين هذا الوضع وكانت الحملة الإعلامية موجّهة بشكل أساسي لزيادة وعي صانعي القرار حول معاناة المرضى.

- **بما أن المشكلة نشبت من جرّاء خلاف سياسي، كان الحزبان السياسيان غالبًا ما يحبطان المفاوضات.**

عوامل النجاح

- **كان لدى الإعضاء المتنوعين مجتمعين معارف موسّعة.** سمح لهم هذا بإستخدام العديد من القنوات لزيادة تأثيرهم وممارسة الضغط. كما كان أحد أعضاء اللجنة الصحية في المنظمة غير الحكومية نائبًا، ما سهل الوصول إلى صانعي قرار رفيعي المستوى.

- **كانت الحجج مبنية على رؤيا شاملة لحقوق الإنسان وتعمّدت تفادي إلقاء المسؤولية على عاتق الحزبين السياسيين المعنيين.** كان المنظمون حذرين في استخدام لغة منفتحة وغير اتهامية. هذا ساعد في تفادي مهاجمة أي من الفريقين المعنيين وتخفيف التوتر وزيادة القابلية على التعاون.

- **كان الإعلام داعمًا جدًا على المستويات المحلية والإقليمية والدولية** واستخدم المواد التي حضّرتها الحملة وخاصة الروايات الشخصية للمرضى في تغطيته.

- **عندما استؤنفت الإحالات، أرسل منظمو الحملة بيانًا صحفيًا أعربوا فيه عن رضاهم إزاء حلّ المسألة.** إن تهنئة المجموعات المستهدفة على عملها استراتيجية جيدة لتعزيز علاقات إيجابية في حال القيام بحملة مستقبلية.

- **اقترح منظمو الحملة حلاً محدّدًا وتابعوا عملية المفاوضات.**

- **ذهبت الحملة إلى ما بعد التوصّل إلى حلّ فوري لضمان التطبيق السليم للإتفاق.**

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 50

الأثر

توصّلت وزارتا الصحة إلى تفاهم واستأنفت دائرة العلاج الطبي الخارجي الإحالات في ٢٧ نيسان- أبريل ٢٠٠٩. بحلول ٢٩ نيسان- أبريل، كانت قد تمّت معالجة ٤٠ إحالة. في خلال أسبوع، كانت قد تمّت معالجة متأخرات الإحالات وبدأوا بالنظر في حالات جديدة. اعتبرت منظمات المجتمع المدني المعنية أن الحملة كانت ناجحة بامتياز.

الدروس المستقاة

تعلّم المنظمون أن منظمات المجتمع المدني يمكن أن تحقق تقدمًا مهمًا في مسائل صعبة مرتبطة بمشاكل داخلية. وقد أعطاهم ذلك ثقة وحفّزهم على المضي قدمًا بهذا النوع من الجهد والمفاوضات.

تعلّم المنظمون أهمية الفهم الجيد لطريقة عمل المدافعة، وكيفية تحضير خطة سليمة وتنسيق العمل.

بما أنّه ما من صحف تصدر في غزة، نشر المنظمون المعلومات من خلال المراسلة التي تبيّن أنّها طريقة فعّالة لنشر الرسالة.

قرّر منظمو الحملة ألا يتلهّوا بالنقد وتفادي التفاعل معه. وبدل ذلك، ركّزوا على حلّ المشكلة.

حين بدأت بعض المجموعات بالعمل بمفردهم بطريقة غير منسّقة، حرص منظمو الحملة على إعادة جمع كل الاطراف.

أُحبط بعض المدافعين بسبب صعوبات المفاوضات، وأرادوا الإعلان أن الحملة قد فشلت. كان من المهم أن يكون المنظمون قد استطاعوا إعادتهم إلى الطريق السليم.

للمزيد من المعلومات زيارة: www.pngo.net

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 53



رام الله فلسطين	الكوتا النسائية للسلطات المحلية	المستوى المحلي المستوى الوطني	٢٠٠٣-٢٠٠٥



أُنشئت السلطة الوطنية الفلسطينية في العام ١٩٩٣، وعيّنت أعضاء في المجالس المحلية إلى حين أصبح بالإمكان إجراء الإنتخابات المحلية الأولى في مراكز استطلاع متعاقبة في العامين ٢٠٠٤ و٢٠٠٥. في ذلك الحين، لم تكن السلطة الوطنية الفلسطينية مضطرة إلى إدماج النساء بشكل منتظم في الحكومة المحلية، ولم تُحصَ سوى نحو ٦٧ امرأة بين أول ٣٦٠٠ ممثل محلي. دفعت النسبة المنخفضة من المستشارات النساء منظمات المجتمع المدني إلى تنظيم حملة كوتا نسائية للكيانات المحلية.

الهدف

كان هدف الحملة أن يمرّر المجلس التشريعي الفلسطيني تدبيرًا يحدد الكوتا النسائية بـ ٣٠٪ لجميع الهيكليات المحلية. (كان منظمو الحملة يطالبون بـ ٣٠٪ على أمل أن يحصلوا على ٢٠٪).

هيكلية

في العام ٢٠٠٢، أسّست المنظمات المهتمة لجنة وطنية لتطوير المشاركة النسائية في الإنتخابات مؤلفة من ممثلين عن نحو ١٢ منظمة مهتمة. عينت اللجنة منسقًا (لم يتغيّر) واجتمعت بشكل منتظم كلّ أسبوعين. كان المنسّق مسؤولاً عن تحضير الإجتماعات وتوزيع المحاضر. طوّرت اللجنة خطة عمل موحّدة وكانت تلجأ إلى طريقة توافق الآراء للإتفاق على ما يرد في المراسلات مع

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 52

صانعي القرار ولتقرير من سيحضر إجتماعات الضغط. أنجز أعضاء اللجنة نشاطات فردية بالإضافة إلى تنظيم مناسبات عامة متنوعة معًا. لم تحصل مشاكل خطيرة ضمن الإئتلاف لأن الأدوار كانت موزّعة بوضوح منذ البداية.

استراتيجيات

تضمنت الإستراتيجيات الأساسية المستخدَمة، الضغط على المجلس التشريعي الفلسطيني، والعمل مع الإعلام لزيادة الوعي العام ومناقشة المسألة. كما أن المنظمات رفعت الوعي العام مع مكوّناتها من خلال نشاطاتهم الإعتيادية.

تضمنت النشاطات الإعلامية إنتاج وبث فقرات على الراديو والتلفزيون حول المشاركة السياسية للمرأة في المجالس المحلية والإتحادات وفي الهيئة التشريعية. صنعت جمعية المرأة العاملة الفلسطينية للتنمية ملصقًا ذا شعار فعّال: 'شركاء في المقاومة، الآن شركاء في صنع القرار.' نظّم أعضاء اللجنة مناسبات عامّة مثل الإعتصامات أمام المجلس التشريعي الفلسطيني ومركز الحكومة. في مناسبتين، أطلقوا عرائض وجمعوا حتى ١٠٠٠ توقيع كلّ مرّة. كما نظّموا مؤتمرات صحفية لإبقاء الجمهور مطّلعًا على نشاطات الحملة. عمومًا، لم تحظ الحملة بدعم عام قوي، مع أن الرأي العام تغيّر مع الوقت لصالح الإجراءات المقترحة وقررت عدّة نساء الترشّح للإنتخابات والتصويت.

تضمّنت نشاطات الضغط اجتماعات مع المجلس التشريعي الفلسطيني واللجنة القانونية التابعة له والرئيس. نُظّم أعضاء المجلس التشريعي الفلسطيني من المعارضين والمؤيّدين، للتعبير عن وجهات نظرهم علنًا. كما قدّموا رسائل وعرائض للمجلس والرئيس بإسم اللجنة. شعر المنظّمون أنّ تقديم العرائض ساهم في حصولهم على اجتماعات مع الرئيس. استطاعوا إقناع بعض المعارضين (ومن بينهم بعض النساء العضوات في المجلس التشريعي الفلسطيني) بدعم الحملة، وكانوا محظوظين بإيجاد العديد من المناصرين من ضمن المجلس للمدافعة نيابة عنهم. إن نظرنا إلى الماضي، يصعب معرفة ما إذا كان الأشخاص الذين ادّعوا أنّهم يدعمون الحملة قد صوتوا لصالح الكوتا لأن التصويت التشريعي لم يكن علنيًا.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 55

التحدّيات

لم توفّر النتيجة الأخيرة، أية امرأتين في كلّ مجلس، الوصول إلى الهدف النهائي، كذلك وقفت حتى بعض العوائق أمام المشاركة السياسية للنساء للأسباب التالية:

- لم يكن المشرّعون الفلسطينيون محضّرين للإنتخابات. لم يكن المشرّعون يتمتّعون بالخبرة في وضع مشروع قانون إنتخابي ونتيجة لذلك كان القانون مبهمًا للغاية.
- لم يكن الحدّ الأدنى المحدّد بمقعدين موازيًا للحدّ الأدنى نسبيًا. أراد المنظمون أن تخصّص نسبة من جميع المقاعد للنساء. وبما أن معظم المجالس تتضمن نحو تسعة أعضاء، لا يوفّر الحدّ الأدنى الحالي المحدّد بمقعدين التمثيل النسبي للنساء.
- لم يضمن إنتخاب النساء مشاركة أو بالأحرى مشاركة أكثر أهمية للنساء. تعقد إجتماعات المجلس في المساء أحيانًا، حين لا تستطيع النساء الحضور، وبالتالي غالبًا ما أقصيت النساء من إتخاذ قرارات مهمة. في بعض الحالات، كان يحضر الزوج الإجتماع نيابة عن زوجته المنتخبة. لم يكن من وجود لأحكام لحماية حق المرأة المنتخبة في المشاركة.
- قوّض النظام الإنتخابي اختيار مرشحات يملكن المؤهلات. إن الإنتخابات المحلية مبنية على لوائح الأحزاب التي عادة ما توضع بحسب الفصائل القبلية. غالبًا ما اختيرت مرشحات كتنازلات للعائلات النافذة - مع أنهنّ لم يكنّ يملكن المؤهلات اللازمة وما كنّ ليفزن بالإنتخابات بجدراتهنّ. في بعض الحالات، كان يتم إخراجهنّ من المجلس لاحقًا ويتمّ استبدالهنّ بقريب ذكر. من جهة أخرى، لم تختر الأحزاب على لوائحها النساء المؤهلات اللواتي أردن الترشح ولم تكن تربطهن صلة بالعائلات النافذة. لم تتوقّع المنظمات هذه النتائج، وبطريقة ما ساهمت الكوتا في إعطاء طابع شرعي للنظام السياسي الذي يهيمن فيه الذكور.

عوامل النجاح

- وُجد توافق آراء قوي بين أعضاء اللجنة الذين كانوا مقتنعين جميعًا بالحاجة إلى الحملة.
- وُجد مستوى عالٍ من التنسيق بين الأعضاء على المستوى العملي.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 54



الدروس المستقاة

- واجهت الحملة نتائج غير متوقعة. عند وضع أهداف الحملة، لم تفكر منظمات الحملة مليًا في انعكاسات الحصول على مطالبهنّ. فقط بعد انتهاء الحملة وتحقيق نصر جزئي، أدركن أن الكوتا وحدها لن تحقّق المشاركة الكاملة للنساء. إن عدنا بالزمن، كان يجب أن تصرّ المنظمات على التمثيل النسبي للنساء وتدعو إلى اتخاذ تدابير تضمن مشاركة كاملة وذات أهمية للنساء في المجالس. منذ إجراء الحملة، شرعت المنظمات المشاركة بتعلّم المزيد عن المشاركة ذات الأهمية للمرأة، وهي في صدد إجراء دراسة حول نوعية المشاركة الحالية للنساء.

الأثر

نجحت الحملة في الحصول على كوتا للنساء في السلطات المحلية، لكن ليس نسبة الـ ٣٠٪ المطلوبة. مررّ المجلس التشريعي الفلسطيني إجراءات يفرض وجود مرشحتين امرأتين على الأقلّ على لائحة الحزب. يحدّد التعديل أن المرشحات الرابعة والسابعة والعاشرة والرابعة عشرة يجب أن يكنّ نساءً. مع أنّه نظريًا يوازي المقعدان على الأقلّ نسبة تمثيل تصل إلى ١٦٪ ، فالعدد أدنى عمليًا.

advocacy cases arabic 1/15/13 4:43 PM Page 56

واجهت الحملة بعض النتائج غير المرجوّة، لكن أيضًا بعض النجاحات المهمة. مثلاً، انتخبت ثلاث نساء رئيسات للبلديات، بمن فيهنّ جانيت ميخائيل التي انتخبت رئيسة بلدية رام الله، وهي المرأة الاولى التي تحتلّ هذا المنصب.

لمزيد من المعلومات حول المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين مراجعة: المرأة والسلطات المحلية: واقع وتحديات (أيار- مايو ٢٠٠٩)

Women and Local Authorities: Reality and Challenges
www.ppwsd.org

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 2



عمان الأردن	حملة تكافؤ لتعزيز الحق في الاقتراع للأشخاص ذوي الإعاقة	وطني	تشرين أول ٢٠١١

خلفية حول المشكلة والحملة

تعج دساتير العالم بنصوص مكافحة التمييز على أساس العرق والدّين واللغة والجنس. إذا ما تفحصنا الأسس التمييزية التي درجت الدساتير على إيرادها فإننا نجد أنها اشتملت على كل ما يمكن تصوره من منطلقات وقواسم لممارسة التمييز، باستثناء الأساس الأهم والأكثر شيوعاً، ألا وهو التمييز على أساس الإعاقة. أما وقد أغفل الدستور الأردني أو تغافل عن ذكر الإعاقة بوصفها من الأسس التي لا يجوز التمييز بناءً عليها، شأنه في ذلك شأن العديد من المشرعين الدستوريين حول العالم، فإن هذا يعكس ولا ريب فهماً خاصاً للإعاقة يعد أشد خطراً من عدم إيراد الأخيرة هذه بوصفها من أشكال التمييز المنهي عنه.

و من الأرجح أن المشرع قد أغفل

نحن مجموعة من الناشطين والناشطات من ذوي الإعاقات، جمعتنا همومنا وقضايانا المشتركة قبل أن تجمعنا علاقتنا الشخصية ببعضنا البعض.

كانت أول مرة تطرح فيها فكرة العمل على الحق في المشاركة السياسية في شهر آذار ٢٠١٠، حينما اجتمع أكثر من ٦٠ ناشطةً وناشط من ذوي الإعاقات المختلفة، وجاءوا من مختلف مناطق المملكة ليشاركوا في لقاء حول أوضاع الأشخاص ذوي الإعاقة في الأردن.

وفي هذا اللقاء، كان موضوع الإنتخابات والمشاركة السياسية للأشخاص ذوي الإعاقة واحداً من الموضوعات التي طرحت للنقاش، والغريب أن هذا الموضوع لم يكن في الأصل مطروحًا على الأجندة وتمت إضافته في اللحظات الأخيرة، والأغرب أنه كان الأقل حظًا في الوقت المتاح لمناقشته، ومع ذلك، فقد كانت نبرات أصوات المشاركين والمشاركات أقوى وأعلى أثناء مناقشة هذا الموضوع. ختمت هذه الجلسة بسؤال الحضور عن مدى رغبتهم في تشكيل مجموعة مصغّرة لمتابعة النقاش والعمل على مضوضح الإنتخابات، فسجّل ١٩ شخص أسماءهم إيذانا ببزوغ ضوء مجموعة تكافؤ.

لمزيد من المعلومات يرجى الاتصال بالسيد رأفت الزيتاوي alzetawi@gmail.com أو السيد شامان المجالي smajali@ssc.gov.jo

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 5

ذكر الإعاقة بوصفها من أسس التمييز المحظورلأنه لا يعتبرها تمييزاً يستوجب النهي عنه بنص واضح وصريح. وهذا التفسيريعكس ثقافةً مجتمعيةً متجذرةً تجعل من الإعاقة مادةً للإحسان وفعل الخيرات والتكفير عن المنكرات وغسل الخطايا.

وفي ضوء هذا الواقع، بدأت حركة دؤوبة تنشط دولياً تنادي وتعمل على إحداث ثورة في المفاهيم والنظم التشريعية على الصعيد الدولي بوصف ذلك منطلقاً للتغيير على المستوى الوطني والإقليمي. فتضافرت الجهود وتنوعت المبادرات وتزاحمت البيانات والقرارات منذ مطلع الثمانينيات وحتى بدايات القرن الحالي، إلى أن انتهى المطاف بتبني اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة عام ٢٠٠٦، وثيقةً دوليةً ملزمةً توجب على أطرافها احترام حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة وتعديل تشريعاتها وممارساتها بما يحقق غاية الاتفاقية ومبادئها العامة.

وقد كان الأردن من الدول الأوائل التي سارعت للمصادقة على الاتفاقية ونشرها في الجريدة الرسمية عام ٢٠٠٨. وقد واكب ذلك بل وسبقه، حراك ملحوظ على المستوى الوطني تجلى في دعوى وزارة التنمية السياسية منظمات المجتمع المدني لمراجعة قانون رعاية وتأهيل المعوقين رقم ١٢ لسنة ١٩٩٣، وقد تم مراجعة القانون وصياغة مسودة جديدة حاولت محاكاة بعض ما جاء في الاتفاقية من مبادئ وأحكام، فتسنى ذلك في حدود ضيقة لا تعكس حقيقة التغير الذي تشهده الساحة الدولية في مجال حقوق الإنسان وحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، بل لا تستجيب تلك المسودة التي أصبحت قانوناً نافذاً منذ عام ٢٠٠٧ للالتزامات الدولية التي قطعها الأردن على نفسه بمصادقته على الاتفاقية ونشرها في الجريدة الرسمية.

ومن جملة الممارسات التمييزية التي يجابهها الأشخاص ذوو الإعاقة، الحق في الاقتراع في الانتخابات النيابية والبلدية على حد سواء، حيث أن الأشخاص من ذوي الإعاقات البصرية يقترعون وفقاً لقانون الانتخابات على قاعدة اقتراع الناخب الأمي، بحيث يقوم الناخب ذو الإعاقة بالإعلان عن اسم مرشحه لرئيس اللجنة الذي يقوم بدوره بإطلاع زملائه على اسم المرشح الذي اختاره الناخب، ثم يقوم رئيس اللجنة بوضع الورقة في الصندوق بعد أن يكتب نيابةً عن الناخب.

وهذه الممارسة الشاذة التي تمثل انتهاكاً صارخاً لمبدأ السرية والخصوصية ليس فقط للأشخاص ذوي الإعاقة، بل للناخبين الأميين، دفعت العديد من الناخبين من ذوي الإعاقات إلى العزوف عن

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 4

المشاركة في الانتخابات البرلمانية والبلدية، تلافياً لمواجهة مثل هذا الانتهاك والتمييز المقنن. وإذا ما أضفنا إلى ذلك نقص التهيئة البيئية والترتيبات التيسيرية المعقولة، بما في ذلك لغة الإشارة للناخبين الصم، يتضح جليّاً مدى التمييز والإقصاء الذي يجابهه الأشخاص ذوو الإعاقة في الحياة العامة والسياسية، الأمر الذي دفع مجموعة من الناشطين والناشطات من ذوي الإعاقات إلى التفكير في القيام بحملة مدافعة من أجل هذه الغاية.

وعلى هامش لقاء موسع ضم أكثر من ٦٠ ناشطةً وناشطاً من ذوي الإعاقات نظمته الأكاديمية لتطوير التعليم - مشروع تعزيز وتطوير المجتمع المدني في آذار مارس ٢٠١٠ بمناسبة زيارة منظمة موبيليتي إنترناشولنال الأمريكية العاملة في مجال الإعاقة، تلاقت إرادة ١٩ ناشطةً وناشطاً معظمهم من المستقلين الذين لا ينتمون لأي من الجمعيات العاملة.، على تشكيل مجموعة مدافعة تبحث في إطار عمل لتعزيز ممارسة الأشخاص ذوي الإعاقة لحقهم الانتخابي على أساس من المساواة مع الآخرين، وكانت هذه هي البداية التي انطلقت منها المجموعة إلى ما بات يُعرف الآن بحملة تكافؤ. وفي أجواء سياسية مبهمة حيث التجاذبات والتيارات السياسية غير المتوافقة تماماً على كيفية وآلية الإصلاح، مع غموض وعدم وضوح في الرؤية لدى الحكومة في ما يخص قانون الانتخابات والتعديلات المرتقبة عليه، كان لزاماً على مجموعة تكافؤ أن تدرس بحذر اختياراتها وأهداف حملتها العتيدة.

ومن هنا، ومع ادراك ذوي الاعاقة لكونهم جزء من عملية اتخاذ القرار وليس مجرد متلقين للخدمات، انتهى الرأي إلى أن التغيير إنما يأتي من خلال إثبات أن الأشخاص ذوي الإعاقة هم قوة انتخابية مؤثرة وذات ثقل في الحياة السياسية، الأمر الذي لا يتحقق إلا بمشاركة فاعلة في الانتخابات النيابية حيث التأثير على البرامج الانتخابية ومن ثم على عملية صنع القرار، وتحقيق ذلك إنما يتأتى بتوفير بيئة تتكافأ فيها الفرص حيث يتسنى للأشخاص ذوي الإعاقة أن يقترعوا بسرية واستقلالية تامتين على أساس من المساواة مع الآخرين.

خلفية الحملة

جاءت الحملة ضمن مشروع اكاديمية العمل البلدي الموجه للشباب والذي قامت بتنفيذه الجمعية على مدى خمسة أشهر، شارك فيها الشباب في ورش تدريبية تمحورت حول مواضيع المواطنية، حل النزاعات، التسامح، مفهوم العمل البلدي واصوله، مهارات الحوار، تحليل وتحديد احتياجات

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 7

المنطقة. بعد ذلك، نفذ شباب الجمعية حملة في بعلبك سعت الى تغيير سلوكية وسياسة البلدية في التعاطي مع الاحتياجات الاساسية للمواطنين ، بعد ان برزت مشكلة الطرقات السيئة في بعلبك وطغت على باقي المشاكل التي يعاني منها اهل المنطقة.

الهدف العام للحملة

ممارسة الأشخاص ذوي الاعاقة لحقهم في الاقتراع بسرية واستقلالية على أساس من المساوة مع الآخرين.

الأهداف المحددة-الفرعية

صدور تعليمات عن وزارة الداخلية تؤدي إلى:

- اقتراع الناخبين ذوي الإعاقات البصرية بسرية وخصوصية من خلال مرافق شخصي يختاره الناخب بحرية واستقلالية؛
- اقتراع الناخبين من ذوي الإعاقات الجسدية باستقلالية وخصوصية من خلال تهيئة مراكز الانتخاب تهيئةً ماديةً في الخارج والداخل؛
- اقتراع الناخبين من ذوي الإعاقات السمعية بسرية واستقلالية من خلال توفير إشارات إرشادية إشارية وتأمين مترجمي لغة إشارة محترفين لتيسير التواصل بين اللجنة والناخب الأصم.

استراتيجية العمل

- تبنت الحملة استراتيجيةً أساسها المدافعة والضغط «lobbying» بعيداً عن الالتماسات والاستعطاف اللذان يسودان حلبة الإعاقة بمختلف مناحيها. وقد اعتمدت الحملة التحليل القانوني الدقيق المدعم بحجج وأسانيد لا يمكن دحضها والمستندة إلى المبادئ الدستورية والالتزامات الدولية، إطار عاماً لاستراتيجية العمل هذه.
- الحشد الإعلامي المكثف والظهورالإعلامي عبر الصحف والإذاعات والتلفاز لعرض مطالب الحملة والتأكيد عليها وتشكيل نشاط ضاغط على الجهات ذات العلاقة؛
- بناء شراكات مع الجهات غير الحكومية والمؤسسات الوطنية ذات العلاقة
- وضع مطالب الحملة على الأجندات والبرامج المطروحة لدى المؤسسات والجهات المختلفة من خلال المشاركة في فعالياتهم والتواصل معهم

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 6

- إرسال رسائل ضمنية ومباشرة تتراوح ما بين التفاؤل بانفتاح الحكومة على مطالب الحملة، والتلويح باللجوء إلى القضاء والمقاطعة العلنية للانتخابات في حال لم يتم الاستجابة لمطالبها.

- لقد كان التنظيم والحشد المجتمعي من أبرز استراتيجيات الحملة، حيث أن ذلك التنظيم والحشد كان يهدف إلى استقطاب فءات المجتمع المحلي على تنوعها، ليس فقط بوصفها داعمةً ومؤيدةً لمشروعية مطالب الحملة، بل لتكون هذه الفئات جزءً من حملة تكافؤ والحملات القادمة الأخرى. جانباً

- وقد كان الربط الدائم بين ضمان سرية الاقتراع من خلال المرافق الشخصي واحترام الاستقلالية الفردية والخصوصية للناخب ذي الإعاقة عبر التهيئة والترتيبات التيسيرية المعقولة بوصفها جميعاً من عناصر ومتطلبات ممارسة الحق في الاقتراع للناخبين من ذوي الإعاقة، شأنها في ذلك شأن توفير أوراق الاقتراع وغيرها للناخبين من غير ذوي الإعاقة من جهة، وبين تعزيز المشاركة السياسية ومكافحة التمييز على أساس الإعاقة أو على أساس تكلفة أو عدم التمكن من توفير الترتيبات التيسيرية المعقولة التي تمثل متطلبات وعناصر وأدوات ممارسة الحق في الانتخاب من جهة أخرى، واحدةً من أهم الاستراتيجيات التحليلية الفعّالة التي تبنتها الحملة على مدار فترة عملها.

خطوات العمل

قامت الحملة بتحديد متطلبات تحقيق الأهداف التي وضعتها وعزمت على تحقيقها خلال ٦ أشهر، وهي الفترة الفاصلة بين جلسة تحديد الأهداف وموعد إجراء الانتخابات البرلمانية في تشرين ثاني نوفمبر ٢٠١٠.

وقد تمحورت أهم الخطوات التي توجب القيام بها في الآتي:

- وضع خطة عمل متكاملة تشكل إطار عمل الحملة خلال فترة الستة أشهر) نيسان–أول نوفمبر ٢٠١٠)؛

- وضع خطة إعلامية تواكب تحرك الحملة وردود الأفعال المحتملة من الجهات ذات العلاقة؛

- التواصل الرسمي مع وزارة الداخلية وتنسيق الجهود مع الهيئات الوطنية والدولية العاملة

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 9

معها والجهات الحكومية ذات العلاقة لترتيب لقاء بين أعضاء الحملة وفريق الانتخابات في وزارة الداخلية لعرض مطالب الحملة؛

- اللقاءات المباشرة مع بعض المسؤولين والشخصيات العامة
- تشكيل لجنة مصغرة من القانونيين من أعضاء الحملة لوضع ورقة تحليل قانوني دقيق يبيّن الأساس التشريعي لمطالب الحملة والتمييز الذي تنطوي عليه الممارسات الراهنة؛
- تشكيل لجنة مصغرة من خبراء التهيئة البيئية ولغة الإشارة من أعضاء الحملة لوضع لائحة بمعايير ومتطلبات التهيئة البيئية وكيفية الحصول عليها وتحقيقها؛
- المشاركة في مختلف الفعّاليات والأنشطة التي تنظمها الهيئات والمنظمات والمؤسسات العاملة في مجال الانتخابات لوضع مطالب الحملة على الأجندات والبرامج المطروحة؛
- تصميم مواد خاصة بالحملة تشتمل على الشعار والمطويات واللافتات، وكلها تعبر عن مطالب الحملة المختلفة بطريقة خلاقة وبسيطة؛
- تشكيل لجنة لتمثل الحملة أمام وزارة الداخلية يتوافر فيها عنصر الخبرة القانونية والتمثيل المتوازن للإعاقات المختلفة والتنوع الجندري ومهارة التفاوض والتحليل والعرض؛
- تحديد الاحتياجات التدريبية لأعضاء الحملة وفقاً لكل مرحلة من مراحل الحملة وتخطيط كيفية إشباعها؛
- تدريب ١٠٠ راصد من الفريق الوطني لرصد الانتخابات العامل تحت مظلة المركز الوطني لحقوق الإنسان تدريباً متخصصاً على كيفية رصد عملية اقتراع الأشخاص ذوي الإعاقة وتحديد صور الانتهاك وتوثيقها، وذلك كله من خلال تطوير نموذج من ١٠ أسئلة تغطي جوانب وخطوات عملية اقتراع الأشخاص ذوي الإعاقة على نحو تفصيلي دقيق؛
- إدراج مجموعة من الأسئلة في النماذج العامة للرصد الخاصة بالمركز الوطني لحقوق الإنسان تغطي المراحل الأساسية لعملية اقتراع الأشخاص ذوي الإعاقة، بحيث تكون تلك الأسئلة دليلاً إرشادياً لفريق الرصد الوطني بكامل هيئته البالغ عدد إعضائها ١٢٥٦ راصداً موزعين على أكثر من ١٢٠٠ مركزاً انتخابياً؛

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 8

- تدريب ما يربو على ١٨٠ متطوعاً بمن فيهم متطوعون من ذوي الإعاقات على كيفية رصد عملية اقتراع الناخبين من ذوي الإعاقات المختلفة بعد الإدلاء بأصواتهم من خلال نماذج إعدت خصيصاً لهذه الغاية، ومن خلال تدريبات على التواصل مع الناخبين الصم والتعامل مع الإعلام في يوم الانتخابات.

التحديات وكيفية الاستجابة لها

لقد ساعد تحليل سوات (تحليل مصادر القوة والضعف والفرص والتحديات) الذي اعتمده أعضاء تكافؤ منذ البداية في تحديد التحديات والعقبات الرئيسية التي قد تواجه الحملة في سعيها لتحقيق مطالبها وفي رسم عدد كبير من السيناريوهات المحتملة وخطة للرد على كل سيناريو على حدا. ومن ضمن التحديا ت التي تم توقعها والتي واجهت الحملة فعلا:

- تردد وزارة الداخلية إزاء التعديلات المقترحة خصوصاً في ما يتعلق بالمرافق الشخصي ، وتمكنت الحملة من خلال توظيف خبرات ومهارات أعضائها التفاوضية والقانونية، وكذلك العرض الحي لبعض الممارسات القائمة وكيفية تغيرها إذا ما تم الاستجابة لمطالب الحملة من التغلب على هذا التحدي الرئيسي.

- الشعور المتنامي بالتنافس من بعض الجهات والمنظمات والجمعيات، الأمر الذي دفع بالبعض إلى محاولة لتجيير مكاسب الحملة ونشاطاتها لحسابه. ، قامت الحملة بدراسة التوقعات كافةً وعملت على ترتيب الجلسة والتحدث وتقديم أعضاء الحملة في اجتماع وزارة الداخلية المرتقب فأقصَوا من الصورة كل من كان حاضراً خارج السياق.

- وتحدي داخلي آخر ؛ تمثل في انسحاب أحدى عضوات الحملة على خلفية تنافسية؛. وقد تعاملت الحملة مع هذا التحدي بشكل متوازن، فلم تتجاهله ولم تعطيه حجماً زائداً عن حقيقته، مع التأكيد المستمر على أن الباب مفتوح دوماً لكل من انسحب ليعود ثانيةً ويلعب دوراً فعّالاً ومؤثراً في مسيرة الحملة

- الوقت كان وسوف يظل الشبح العابس والهم والهاجس، الذي لا ينفك ناقوسه عن الرنين، مذكراً بدنو ساعة الحسم.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 11

النتائج

- أعلنت وزارة الداخلية في ١٦ أيلول سبتمبر ٢٠١٠، في لقاء حاشد حضره مجموعة من الناشطين والناشطات من ذوي الإعاقات وأعضاء حملة تكافؤ وسمو الأمير رعد بن زيد وبعض رجال الدولة، على لسان محافظ العاصمة نائباً عن وزير الداخلية: "إن وزارة الداخلية سوف تهيئ مراكز للاقتراع في كل دائرة انتخابية، وسوف توفر مترجمي لغة الإشارة، والوزارة تقر بحق الأشخاص ذوي الإعاقة بالاقتراع بواسطة مرافق شخصي يختاره الناخب بإرادته الحرة المستقلة".

- لقد مارس الأشخاص ذوو الإعاقة حقهم في الاقتراع في التاسع من تشرين ثاني نوفمبر ٢٠١٠ لأول مرة بسرية واستقلالية وخصوصية على أساس من المساواة مع الآخرين، فتمثل التغيير حقيقةً عاينها أؤلوا الشأن ممارسةً واقعيةً على الأرض أسست لمرحلة جديدة لا يستجدي فيها أصحاب الحقوق حقوقهم، وإنما ينتزعونها انتزاعاً ويرسّخونها ممارسةً غير مبتسرة وتمتعاً غير مجزوء.

وثمة نتائج أخرى أفرزتها حملة تكافؤ لا تقل أهميةً بحال عن سابقتها، ومن ذلك:

- بناء خبرات في التفاوض والمدافعة والتخطيط الاستراتيجي؛

- تبني قضية الإعاقة من جانب منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الوطنية والمنظمات الدولية العاملة في مجال الانتخابات، وذلك من خلال تنسيق الجهود والمشاركة في الأنشطة والفعّاليات واستثمار الخبرات التدريبية لتلك المنظمات والهيئات والمؤسسات؛

- إيجاد حراك مجتمعي كبير عبر نشاطات الحملة في محافظات المملكة المختلفة، وقد تجسدت هذه النشاطات في لقاءات غير رسمية مع فعّاليات المجتمع المحلي في المحافظات، وكانت تلك اللقاءات تشتمل على تعريف بالحملة وأهدافها من خلال استخدام فن القصة العامة وعروض تمثيلية تجسد مطالب الحملة وأخيراً دعوى للانضمام إلى الحملة ودعمها في التحقق من أن المطالب سوف يتم تنفيذها على الأرض. وقد كان استثمار أعضاء الحملة لمواهبهم وخبراتهم واستخدامهم الدقيق لأسلوب القصة العامة؛ الذي يروون من خلاله قصة حملتهم في أقل من ١٠ دقائق من زاوية يتجلى فيها البعد الإنساني والباعث الذاتي الذي قاد كلا واحد منهم إلى الانضمام إلى الحملة والإيمان بمطالبها، أعظم الأثر في حشد

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 10

تأييد مجتمعي منقطع النظير أفضى في فترة وجيزة إلى انضمام ما يربو على ١٨٠ متطوعةً ومتطوعاً إلى حملة تكافؤ؛

- متابعة الإنجاز وتحقق المطالب من خلال رصد عملية اقتراع الأشخاص ذوي الإعاقة بواسطة أعضاء الحملة والمتطوعين، وذلك عبر استبيانات تنطوي على أسئلة محددة تعقب عملية اقتراع الشخص وفقاً لنماذج تتعلق بالمرافق الشخصي وأشكال التهيئة المادية المختلفة ولغة الإشارة؛١
- إصدار الحملة تقريراً مفصّلاً لأول مرة في الأردن؛ يرصد عملية اقتراع الأشخاص ذوي الإعاقة بتفاصيلها ودقائقها؛
- إيجاد فريق مدرب من الراصدين الملمين بحقوق الإنسان وقضايا الإعاقة الذين يمكن استثمار جهودهم في حملات مدافعة مستقبلية؛
- انتشار لغة إعلامية منضبطة ومهنية في طرح قضايا الإعاقة وتقديم الأشخاص ذوي العلاقة بصورة تقدمية بعيدةً عن القوالب الإعلامية النمطية المجوجة التي درجت على تقديمهم في إطار 'يا حرام أو يا سلام'، فهم إما أبطال خارقون أياً كان ما حققوه أو أنجزوه، وإما مساكين مغلوبون على أمرهم أياً كانت حقيقة الصعوبات التي تواجههم وما يكمن وراءها من أسباب مرجعها في الغالب الأعم تقصير الدولة وليس الإعاقة.

الدروس المستفادة

لقد كان من أهم ما ميّز حملة تكافؤ وضوح الرؤية وثبات الاستراتيجية التي قوامها ضمان الاقتراع بسرية واستقلالية وخصوصية تامة للأشخاص ذوي الإعاقة، دون التأثير على حرية الشخص في ممارسة حقه الدستوري في الانتخاب أو العزوف عن ذلك لقناعات سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية خاصة لا تمت للإعاقة بصلة. وكان من اهم الدروس المستفادة الآتي:

- لقد أثبتت تجربة تكافؤ إن المدافعة استناداً إلى المواثيق الدولية لحقوق الإنسان هي مسألة مؤثرة ومنتجة، وذلك على خلاف ادعاء البعض أن ثمة اعتبارات وسياقات سياسية واجتماعية وأمنية غالباً ما تحول دون إحداث التغيير.
- ضرورة توسيع قاعدة المشاركة قبل الشروع في حملة المدافعة، الأمر الذي لم يتح لحملة تكافؤ

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 13

على نحو كافٍ خاصة في ظل ضيق الوقت، حيث لم يتمكن أعضاء الحملة من استمزاج آراء قطاعات واسعة من الأشخاص ذوي الإعاقة في تحديد الأولوية التي يجب العمل عليها والمدافعة من أجلها، أو على الأقل، عرض منطقية مطالب الحملة على القاعدة العريضة من الأشخاص ذوي الإعاقة ومنظماتهم، وذلك في المراحل الأولى لانطلاقها وبيان الأثر الإيجابي الذي سوف ترتبه الاستجابة لهذه المطالب على حركة التغيير والتطوير في مجال الإعاقة وتعزيز حقوق أصحاب الشأن وكفالة حرياتهم

- ضرورة الموازنة بين هوية الحملة بصفتها حركة مجتمع مدني مستقلة، وبين المؤسسة الداعمة لها لوجستياً ومادياً
- ضرورة تحديد سبل وآليات المحافظة على البواعث والدافعية لدى المشاركين والمشاركات في الحملة والبناء على ما أفرزه العمل المشترك من تآلف وانسجام بين أفراد لديهم رغبة جامحة في مواصلة التغيير والمطالبة بمزيد من الإصلاح والتمكين من ممارسة الحقوق والحريات
- ضرورة إيجاد آلية واضحة وفعّالة منذ البداية قبل الشروع في وضع خطة المدافعة، يتم من خلالها التأكيد على استقلالية وحيادية هوية الحملة بما يكفل عدم تعارض أو تداخل المصالح المؤسسية أو الفردية لأعضائها مع أهداف الحملة ومنجزاتها
- على الرغم من أن حملة تكافؤ لم تتوقف عند مجرد استجابة وزارة الداخلية لمطالبها، وإنما عملت على متابعة مدى تنفيذ تلك المطالب على الأرض من خلال عمليات الرصد داخل وخارج مراكز الاقتراع، فإن نتائج ذلك الرصد وما ينبغي أن يُبنى عليه كانت من المسائل التي لا بد أن تحظى بقدر وافر من التخطيط والإعداد المسبق في المستقبل.

- إن حملة تكافؤ ليست مجرد إعلان عن تحقق مطالب في فترة قياسية خاض خلالها أعضاؤها مفاوضات ومناقشات ومناوشات على مختلف الجبهات والصعد، بل هي تجسيدا لحقيقة طالما علّمونا إياها صغارا وخوفونا منها كبارا، ما ضاع حق وراءه مطالبٌ، وما نيل المطالب بالتمني، ولكن تؤخذ الدنيا غلابا، وما استعصى على قومٍ منالٌ، إذا الإقدام كان لهم ركاباً. فالتغيير إذن هو وليد الإرادة الصادقة والعزم الذي لا يلين، وقراءة الواقع وتحليله على نحو مستنير ومستبين.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 12



عمّان الأردن	افتقار المدارس المستأجرة في لواء المزارالشمالي الى البيئة التعليمية الآمنة مركز قرى الشمال للتدريب وإدارة المشاريع - اربد	وطني	تشرين أول ٢٠١١

مقدمة

مركز قرى الشمال : يهدف الى تفعيل قدرة المجتمع المحلي ومعالجة قضايا المواطنين من خلال الحوار، بالاضافة الى تعزيز دور الأفراد في عملية صنع القرار، وذلك من خلال المشاركة في النشاطات التي تسهم في احداث التغير الإيجابي البناء، وتدريبهم على المهارات اللازمة للوصول الى مجتمع متطور قادر على مواجهة التحديات . لمزيد من المعلومات يمكن الاتصال بالسيد زكريا بني عامر مدير المركز على العنوان :
zakarianvc@yahoo.com

يقع لواء المزارالشمالي في شمال المملكة الأردنية الهاشمية. سمي بهذا الاسم لانه كان محطة للزوار بسبب وجود عدد من أضرحة الأنبياء به ويبعد عن العاصمة عمان حوالي ٨٠ كم شمالاً بمحاذاة جبال عجلون، ويتبع إدارياً لمحافظة أربد. ويصنف اللواء وفقا لدراسات حكومية من مناطق جيوب الفقر بسبب غياب مشاريع استثمارية. وتعتبرالبطالة احد السمات المميزة للواءحيث بلغ عدد العاطلين عن العمل مايقارب ٤٥٠٠ غالبيتهم من الإناث١. كما أن غالبية المراكز الصحية مستأجرة ومخالفة لاسس ومعايير الخدمات الصحية .

وينعكس هذا الوضع العام في اللواء على الواقع التعليمي بكافة جوانبه والذي يعاني من نقص في المستلزمات التعليمية المختلفة، بالإضافة إلى عدم وجود الاحتياجات الاساسية الداعمة للعملية التعلمية، وقد اخذت المشكلات الخاصة بالمدارس والخدمات الخاصة بها تتزايد مما شكل عبء إضافي على سكان المنطقة للتعامل مع المشكلات والتي هي بحاجة لحلول جذرية وليس مؤقته.

ملخص المشكلة

تفتقر المدارس عامة وعددها (٤٢) مدرسة حكومية لأبسط شروط الصحة والسلامة وتعاني غالبيتها من الاكتظاظ وغياب كثير من الخدمات التعليمية. وتؤكد دراسات رسمية ان المدارس في اللواء تعاني اغلبها من نقص في وجود الاسوار والملاعب والساحات بينما المدارس المستأجرة

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 15

وعددها (١٢) مدرسة لا تطابق مواصفاتها و مرافقها متطلبات و شروط تقنيات التعليم من مساحات الغرف والتهوية والتدفئه والإنارة. كما تعاني من بناءها المستأجر والقديم وضيقا في المبنى فلا توجد ملاعب وساحات للاصطفاف ولممارسة الالعاب الرياضية وتفتقد الى الأسوار، وتفتقر معظم المدارس الى النظافة والانضباط المدرسي ، وبالتالي فهي تفتقر إلى متطلبات البيئة التعليمية الآمنة التي تنادي بها وزارة التربية والتعليم.

وبوجود هذا الوضع فإن وضع الطلاب /الطالبات الدراسي في تراجع مستمر حيث برزت مشكلة ضعف التحصيل العلمي وتدني المستوى التعليمي ،وباتت هذه المشكلة تشكل عائق حقيقي وقلق للاهالي على مستقبل ابنائهم الاكاديمي والعلمي .وبدأت ظاهرة تسرب الطلبة من المدرسة بالازدياد وبشكل ملحوظ مع عدم وجود اجراءات لتطبيق قانون التعليم الالزامي .ومن الملاحظ بإن مستوى العنف بين الطلبة كان في ازدياد بالاضافة الى العنف ضد الهيئة التدريسية والناتج عن عدم احترام الطلاب للبيئة التعلمية بشكل عام والتي أثرت سلبا على إداء المعلمين /المعلمات والطلبة.

حملة كسب التأييد لإنشاء مدارس جديدة في اللواء

ونتيجة التذمر الكبير الذي كان يبديه المواطنون بسبب وجود أبنائهم (أكثر من ١٢٠٠ تلميذ) في مدارس مستأجرة تفتقر إلى البيئة التعليمية الآمنة فيها ،فقد اخذ مركز قرى الشمال على عاتقه وبالتعاون مع المنظمات الاخرى والأهالي تنظيم حملة كسب تأييد وبرنامج عمل للمطالبة بإنشاء مدارس جديدة، ومن ابرز مميزات الحملة وجود الاهالي كجزء رئيسي فيها وجزء من عملية التخطيط ، وجود مطلب محدد، تعاون الهيئات والمنظمات المختلفة، والتنسيق مع الجهات الحكومية. ولم تقتصر الحملة على فترة زمنية محددة، بل وضعت برنامج عمل شامل تم تعديله حسب معطيات المراحل المختلفة من الحملة.

أهداف المشروع/ الحملة

بناء مدارس حديثة ومجهزة بكل مستلزمات العملية التعليمية في قرى لواء المزار الشمالي بدلاً من المدارس المستأجرة.

إستراتيجيات العمل

١- اشراك اكبر عدد من الاهالي في عملية التخطيط والبرمجة والحصول على دعمهم قبل الاتصال بالمسؤولين في وزارة التربية والتعليم.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 14

٢- التنسيق مع المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني المختلفة، مديرية التربية والتعليم في المنطقة، رئيس البلدية وأعضاء البلدية المنتخبين، ومتصرف اللواء بهدف الحصول على الدعم وكسب التأييد والتعاون في حلّ هذه القضية.

٣- اشراك الاعلام والتغطية الاعلامية المستمرة للحملة

٤- توصيل اصوات الطلاب للمسؤولين واستخدام قصص المعاناة المختلفة ونشرها في الاعلام.

خطوات العمل

١- تم إعداد استبيان بهدف التعرّف على اهم القضايا التي يعاني منها المواطنون في لواء المزار الشمالي . وزّعت (٥٠٠) خمسمائة نسخة في قرى اللواء من خلال متطوعين تم تدريبهم بشكل جيد لهذا الغرض. وبعد تحليل نتائج الاستبيان تبين ان قضية التربية والتعليم وبالتحديد قضية المدارس المستأجرة هي من اولويات سكان لواء المزار الشمالي .

٢- عقدت أربع جلسات حوارية في قرى اللواء : في جمعية حبكا وجمعية جحفيه ، وفي بلدية المزار. حضر ممثلون عن مؤسسات المجتمع المدني والمواطنين والمخاتير في اللواء ، لمناقشة هذه القضية والحصول على دعم الاهالي قبل الاتصال بالمسؤولين في وزارة التربية والتعليم.

٣- عقدت ستة لقاءات حول طاولة مستديرة مع رئيس البلدية وأعضاء البلدية المنتخبين الذين يمثلون قرى اللواء ومتصرف اللواء ، بهدف الحصول على الدعم وكسب التأييد والتعاون في حلّ هذه القضية.

٤- تم زيارة خمسة مدارس مستأجرة من قبل فريق العمل في المشروع للاطلاع على وضعها. وكذلك قابل الفريق مدراء ومديرات هذه المدارس للتعرف على المشاكل الموجودة فيها.

٥- عقد لقاء موسع مع مديرة التربية والتعليم لمنطقة إربد الثانية والمسؤولة ايضاً عن الأمور التعليمية في اللواء . حضر اللقاء رئيس وأعضاء البلدية وممثلون عن المجتمع المحلي ، اضافة الى أربعين مدير ومديرة للمدارس في اللواء، بحيث تم مناقشة واقع التعليم والمدارس المستأجرة فيه.

٦- تم اللقاء مع متصرف اللواء (الحاكم الإداري) لعدة مرات خلال فترة تنفيذ المشروع بقصد اطلاعه على نشاطات المشروع المرحلية والتنسيق معه للأنشطة القادمة .

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 17

٧- عقد لقاء مع ثمانية وثلاثين مختاراً في قرى اللواء للتنسيق معهم ، كونهم يشكلون قوة ضغط على المسؤولين وصناع القرار .

٨- وقّعت عريضة شملت أكثر من أربع مئة وخمسين توقيعاً من المواطنين وأهالي الطلاب والمخاتير ومؤسسات المجتمع المدني الأخرى في اللواء لمطالبة وزارة التربية ببناء مدارس جديدة وحديثة بدلا من المدارس المستأجرة .

٩- التغطية الاعلامية المستمرة للحملة ونشاطاتها.

النتائج والأثر

١- بناء مدرسة جديدة في قرية عنبة تحتوي على المواصفات الحديثة خلال هذا العام ٢٠١٠ بدلا من المدرسة المستأجرة الموجودة هناك.

٢- وعِد ببناء مدرسة جديدة في قرية ارحابا بدلا من المدرسة المستأجرة هناك مع بداية العام القادم.

التحديات وكيف تم التصدي لها

١- عدم تقبّل بعض المسؤولين للحلول المطروحة ، حيث أنها تشكل لهم إحراجا أمام المواطنين وخاصة في الأمور المتعلقة بوضع ميزانية مالية جديدة ذات تكلفة عالية . تم التغلب على هذه المسألة من خلال تشكيل قوى ضاغطة من ممثلين عن مؤسسات المجتمع المدني والالتقاء مع هؤلاء المسؤولين ومحاولة اقناعهم من خلال تنظيم جلسات حوارية وبحضور مواطنين وممثلين عن مؤسسات المجتمع المدني.

٢- ادعاء مديرية التربية والتعليم بعدم وجود قطع أراضي مملوكة لوزارة التربية لبناء مدارس جديدة. عند مراجعتنا لدائرة تسجيل الأراضي تبين وجود أكثر من (١٠) قطع أراضي مملوكة من قبل وزارة التربية وبمساحات كبيرة وكافية وصالحة لبناء مدارس جديدة وفي مختلف قرى اللواء. عندها التقينا بمديرة التربية وأعلمناها بهذه الحقيقة وعملنا باتجاه الضغط عليها ودفعها لبناء مدارس جديدة بدلا من المدارس المستأجرة.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 16

العوائق وكيف تم تجاوزها

١- صعوبة اللقاء مع بعض المسؤولين بسبب ارتباطاتهم مما كان يترتب عليه تأخير أو إلغاء نشاط معين.

٢- عدم الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة في بعض مراحل العمل منها أعداد الطلبة الذين يدرسون في المدارس المستأجرة وكذلك خطة وزارة التربية لبناء مدارس خلال الفترة القادمة.

٣- عدم توفر التمويل الكافي لتغطية بعض نشاطات المشروع، وكذلك الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ نشاطات المشروع من الجهة المانحة.

٤- رد المسؤولين في وزارة التربية والتعليم بأن بناء المدارس يحتاج إلى تمويل وأنه ليس بإمكان الوزارة الآن بناء مدارس جديدة وفي فترة زمنية قصيرة خلال هذا العام .

٥- تغيُّر المسؤولين في مديرية التربية والتعليم وتحديدا مديرة التربية التي كنّا ننسّق عملنا معها قبل انتهاء المشروع .

الفرص في المحيط الخارجي

١- تمكّنا من خلال هذا الحملة من كسب ثقة المواطنين والمسؤولين في منطقتنا.

٢- خلق شراكات كثيرة مع المؤسسات الأخرى.

٣- كنا نلمس التعاون الكبير من المواطنين وكانوا متحمسين جداً للعمل معنا

الدروس المستفاده

١- على من يقوم بحملات كسب تأييد أن يمتلك الإمكانيات اللازمة مثل الدعم المالي، ووجود فريق من الإداريين والمتطوعين المدربين بشكل يتلاءم مع طبيعة هذا العمل للتعامل بشكل فعّال مع كافة ممثلي فئات المجتمع والمسؤولين المعنيين.

٢- ضرورة التواصل مع المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني لأنهم يشكلون قوة ضغط على صانعي القرار مما يساعد في تحقيق الكثير من النتائج المرجوة للمشروع.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 19

خاتمة

تمكّنا من خلال هذا المشروع من كسب ثقة المواطنين والمسؤولين في منطقتنا، وخلق شراكات كثيرة مع المؤسسات الأخرى بفضل مصداقيتنا في التعامل مع الناس وجديتنا في متابعة العمل .

لقد كنا نلمس التعاون الكبير من المواطنين وكانوا متحمسين جداً للعمل معنا. فهم اعتبروا أن بناء مدرسة جديدة وحديثة بدلاً من المدرسة المستأجرة هو إنجاز كبير يستحق أن يتعاون الجميع من أجل تحقيقه، لأن بناء المدرسة يعني إنقاذ أبنائهم وتحسين مستوى تعليمهم.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 18



بعلبك لبنان	مبادرة خاصة بطريق بعلبك الشباب يستخدم الاعلام المحلي ويطالب السلطة المحلية بتحسين البنى التحتية الخاصة بالمدينة	وطني	تشرين الثاني ٢٠٠٩ - نيسان ٢٠١٠

مقدمة

الجمعية اللبنانية للدراسات والتدريب LOST - هي منظمة مدنية اجتماعية تنموية تأسست عام ١٩٩٨ في مدينة بعلبك المحرومة. تقع بعلبك على بعد ٨٨ كلم من العاصمة بيروت ويعيش مواطنيها في ظروف اقتصادية صعبة . جمعية LOST لديها أكثر من ٢٠٠ متطوع مسجلين في اربع فروع على امتداد محافظة بعلبك (بعلبك ، العين ، بيت شامة ، والهرمل) تهدف هذه الجمعية من خلال عملها الى زيادة الوعي الاجتماعي والى الترويج لفكرة المواطنية خاصة بين الشباب في محاولة لتفعيل مشاركتهم في الشؤوون المدنية انطلاقا من اهمية دور الشباب في تحمل المسؤولية، أطلق شباب الجمعية مبادرة بعلبك أجمل وتهدف لتحسين ظروف المدينة الاقتصادية والاجتماعية.

خلفية المبادرة

كانت المبادرة جزءا من مشروع أكاديمية العمل البلدي الذي نظمته جمعية LOST في ٢٠١٠ والذي وفر للشباب تدريبات على المواطنية وحل النزاعات والتسامح ومبادئ وأصول العمل البلدي ومهارات الحوار وتحديد حاجات المجتمع وكمتابعة لورش العمل هذه أطلق الشباب حملة 'نحو بعلبك أجمل' والتي هدفت إلى تغيير تصرفات المواطنين وسياسات البلدة الداخلية لجعلها أكثر تماشياً مع حاجات المجتمع في هذا الاطار. وبعد تحديد مدينة بعلبك برزت مشكلة وضع الطرق كواحدة من المشاكل الاساسية التي تواجه المقيمين فيها.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 21

المشكلة

الطرق الرئيسية في بعلبك في حالة رديئة.



احدى الصور التي التقتها شبلب الجمعية وقدمت الى الاعلام وسكان بعلبك

الأهداف

١- إعادة تعبيد أربع طرق رئيسية وبالتالي تحسين إقتصاد بعلبك وتنمية قطاع السياحة.

٢- تحفيز الشباب على المشاركة في شؤون المجتمع عبر خلق تفاهم وتواصل أفضل مع البلدية .

الإستراتيجية

بنيت إستراتيجية المدافعة الخاصة بالمبادرة على أربع دعائم.

١- توجيه رسالة قوية لاظهار سوء حالة الطرق ومدى تأثير ذلك على مصالح المواطنين كافة ومعرفة الخطوات التي يجب اتباعها لتحسين الوضع.

٢- العمل مع الاعلام لتقديم المشكلة وتأثيراتها إلى جمهور أوسع.

٣- إنشاء شبكات تعاون وتواصل مع عدد من المنظمات المدنية والناشطين المدنيين والمؤسسات التعليمية والمهنية المحلية وذلك للحصول على أكبر دعم ممكن.

٤- حث رئيس البلدية على تغيير أولويات البلدية والتركيز على تجديد الطرق الرئيسية.

الإستراتيجية

١- قرر الشباب في جمعية LOST وضع مشكلة الطرق في اطار الاقتصاد والتنمية . وهذا التوجه هو الانجح في معظم الاحيان حتى وان تم اتباعه من قبل مناصري الحقوق (مثلا إظهار كيف ان تفويت عدة أيام من العمل واسبتدالها بإجازات مرضية هو نتيجة للعنف ضد المرأة ، أو إظهار حجم الاموال التي تقتطع من الميزانية المحلية العامة وتذهب لعلاج السرطان كنتيجة لعدم وجود قوانين لمنع التدخين) وقد رسم الشباب صورة اجمالية تربط

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 20

بين وجود الحفر على الطريق الرئيسية في بعلبك والضرر الذي تسببه للتجارة المحلية وخسائر الايرادات السياحية . بالإضافة الى ذلك قرروا إستعما الصور والافلام كوسيلة إعلامية مؤثرة - تظهر الدراسات أن الناس تصدق ما تراه على التلفاز أو الفيديو أكثر مما تصدق الإعلام المكتوب - كما قرروا إستعمال الارقام لشرح القضية أكثر عبر القيام بتعداد الحفر الموجودة على الطرقات الرئيسية وقد سلطت هذه الارقام الضوء على فداحة المشكلة، وزودت الإعلام بعناوين عريضة جاهزة . كل العناصر شكلت رسالة قوية اشارت الى الحاجة لتحسين أحوال الطرق لمصلة مجمتع بعلبك بأكمله.

٢- حينما يتم التخطيط لمبادرات المناصرة يواجه المناصرون معضلة: هل عليهم أن يتوجهو اولا الى ذوي النفوذ أم الى الاعلام؟ ولدى هذين التوجهين حسناتهما وسيئاتهما المحتملة ومن الصعب موازاه الاثنين معاً. ولكن في مشروع جمعية LOST هذه المعضلة لم تكن موجودة لان مشكلة الطرق لم تكن واردة على جدول اعمال رئيس البلدية على ألاقل لموازنة السنة الحالية. وأيضاً وبسبب الاعتبارات السياسية كان الوصول الى رئيس البلدية أمرا محدوداً وصعباً على منظمات المجتمع المدني وخاصة جمعية LOST لهذه الاسباب قرر شباب الجمعية إضافة قصص واقعية الى معلومات تقييم الحاجات - مقابلات مع أصحاب محال تجارية ومواطنين ومن ثم التوجه للإعلام وجعلها قضية عامة قبل الاتصال برئيس البلدية . كانوا يعتقدون أن لفت نظر العامة واثارة الضجة حول أوضاع الطرق سيفتح أبواب مكتب رئيس البلدية أمامهم هذه الاستراتيجية تعرف عادة 'ببناء القضية' اي وضع القضية على أجندة الرأي العام أو التحضير للتوجه إلى المسؤولين الرسميين وعادة ما يتم ذلك في مناطق تتسم بغياب السلطات عنها.

٣- وضع تحديد الحاجات حالة الطرق ضمن الاهتمامات ألاساسية للمواطنين ولكن تبني هذه القضية من قبل عدد من أطراف المجتمع المدني كان ليعطيها فرصة أكبر للنجاح . أدرك شباب جمعية LOST أهمية توسيع قاعدة الدعم لمبادرتهم جيداً ولذلك قرروا التوجه لاطراف أخرى للإنضمام اليهم. إضافة الى ذلك حاولو التخفيف من بروز المنافسين من خلال خلق ائتلاف من جمعيات أهلية تنضم اليهم وتعتبر أن المشروع يخصها. كلما زاد عدد أعضاء العاملين على مبادرة اصبح التنسيق أصعب ، وهذا يعني زياد في الوقت المطلوب للتنفيذ. ولكن هذا الجهد الاضافي يثمر لاحقا عبر إعطاء المبادرة شرعية وفعالية سياسة اقوى.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 23

٤- المسؤول عن القرار هنا والذي بإمكانه أن يحدث تغييرا في هذه الحالة هو بوضوح رئيس البلدية وعبره المجلس البلدي. وجب على رئيس البلدية أن يكون جزءا من أي معادلة محتملة لايجاد الحل . ولكن ووفقاً للأسباب المذكورة سابقاً ، تقرر طرح القضية للرأي العام قبل الاتصال برئيس البلدية.

الخطوات المتبعة

١- أصدر شباب أكاديمية العمل البلدي استمارة لتحديد الحاجات في بعلبك وقد ظهر جلياً ان رداءة أوضاع الطرق هي مشكلة أساسية بالنسبة للموطنين.

٢- إلتقى الشباب بممثلي المؤسسات التجارية الاكثر تضرراً من سوء أوضاع الطرق. وبينما قام بعضهم بتسجيل مقابلات هؤلاء على الكاميرا ، كان البعض الاخر يصور بكاميرات الفيديو الشوارع المهملة ويسجل شكاوى المواطنين المقيمين.

٣- للإضاءة أكثر على حجم المشكلة ، قام فريق من الشباب بتعداد الحفر الموجودة على الطرق المقصودة وكانت المحصلة ٣٠٠ حفرة.

٤- أصدر الشباب تقارير تظهر تأثير هذه الـ ٣٠٠ حفرة على الاقتصاد والسياحة في بعلبك.

٥- توجه الشباب الى منظمات المجتمع المدني والى افراد تعنى بمصالح المجتمع في بعلبك . وقاموا بدعوتهم للمشاركة في الحملة لتحسين الظروف الاقتصادية في البلدة عبر معالجة مشكلة الطرق.

٦- تم إبلاغ رئيس بلدية بعلبك بالحملة التي يتم التحضير لها.

٧- نظم مؤتمر صحفي وعرض خلاله مقتطفات من الصور المأخوذة على الطريق والمقابلات المسجلة مع أصحاب المهن والمواطنين.

٨- نشرت وسائل الاعلام عدد من المقالات ، الامر الذي كن له تأثيراً هاماً على البلدية.

٩- قامت البلدية بتعبيد الطرق بعد مرور اسبوعين على بدء الحملة.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 22

التحدّيات

١- **التسييس:** صنف بعذ أعضاء المجلس البلدي المبادرة كجزء من مزاعم حملة انتخابية تقوم بها الجمعية ، إذ كانت الانتخابات البلدية على بعد أيام قليلة ولذا تم النظر الى المبادرة بشكل سياسي وليس كمصلحة تخدم المواطنين كافة

٢- **عدم فهم دور البلدية:** لدى أعضاء المجلس البلدي والمواطنين معرفة بسيطة عن دور ومسؤووليات المجلس و / او مشاركة المواطنين . وقد اعتبر بعض أعضاء المجلس المبادرة هجوماً عليهم.

٣- **التقيد بالوقت:** كان الاطار الزمني الخاص بالمبادرة ضيقاً جداً ولم يكن هناك من وقت كاف للتواصل مع منظمات كثيرة من منظمات المجتمع المدني والمسؤولين في بعلبك.

كيفية التعامل مع هذه التحدّيات

١- **الشمولية والشفافية:** عقد عدد من الاجتماعات مع افراد المجتمع لتوضيح أن الحملة كانت غير سياسية بلد مدنية بطبيعتها وتهدف إلى التوجه لمعالجة حاجات ومشاكل المواطنين ككل.
تجاهل الهجوم وارسال رسائل ايجابية : قرر الفريق المضي قدماً بالحملة وعدم التراجع تحت أي ضغوط ممارسة من قبل أصحاب النفوذ السياسية وألاطراف الموجودة في بعلبك . وشدد على أهمية مشكلة الطرق وكيفية استفادة المجتمع من تحسينها.

٢- **التواصل مع مجلس البلدية:** إقتنع أعضاء المجلس البلدي عبر تفاعلات عديدة مع الجمعية ، أن الحملة تصب في صالحهم ، كما وانها سلطت الضوء على مشلكة تواجه مدينتهم وقد أمنت الحل لها.

٣- تم الغاء بعض النشاطات المخطط لها بسبب ضيق الوقت.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 25

النتائج

- وضعت مشكلة الطرق أخيراً على أجندة اجتماعات المجلس البلدي.
- أخذ رئيس البلدية قراراً بتعبيد الطرق الاربع المشار اليها.
- تم تعبيد الطرق بعد مرور اسبوعين على بدء الحملة.

الأثر

كان للمشروع التأثيرات التالية على المجتمع:

١- **التغيير ممكن:** زادت الحملة من ثقة الشباب بأنفسهم ومن قدرتهم على طرح قضايا عامة واحداث التغيير .

> "كان ولابد من أن تصل أصواتنا الى المسؤولين وصناع القرار، لأن وضع الطرق كان فقط لايطاق، ولا يمكننا التزام الصمت ."

٢- **دور المجتمع المدني:** كرست المبادرة الدور الايجابي للمجتمع المدني في معالجة قضايا المجتمع.

٣- **مسؤولية الرسميين:** كانت المبادرة عبارة عن مثل يعزز قدرة المواطنين على تحميل البلدية مسؤوليتها.

٤- **دور البلدية:** فسرت الحملة للمواطنين وللسلطات المحلية على حد سواء ماهية ادوار ومسئوليات البلدية تجاه المواطنين .

٥- **الشراكة بين القطاع العام:** الخاص والمجتمع المدني للمصلحة العامة: شكلت المبادرة سابقة في موضوع التعاون بين المجتمع المدني والقطاع الخاص والسلطات المحلية وتفاعل اصحاب المحال التجارية بإيجابية كبيرة مع دور المبادرات المدنية خاصة تلك الحملة التي استهدفت الطرقات التي لها تأثير على أعمالهم.

الدروس المستفادة

١- **أهمية استطلاع الرأي:** من المهم جداً اختيار قضية تؤثر على معظم المواطنين.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 24

والاستطلاعات عادة ما تساعد على ذلك . كما وان المعلومات المفصلة علميا تلعب دوراً مهما في الوصول إلى السلطات التي قد لا ترغب بلقاء ممثلين مدنيين لا يملكون معلومات تدعم ادعاءات المجتمع المتعلقة بقضية ما.

"نعتبر الطرق المحفّرة صفحة مظلمة في سجلاتنا . ولذلك، نعمل على التخلص منها عبر بناء شراكة حقيقية بين المواطنين والبلدية ."

– رئيس بلديّة بعلبك،
فيما يتعلق بقرار تعبيد الطرق

٢- **أهمية التشبيك:** تمكن شباب جمعية LOST وعبر التواصل مع منظمات ومؤسسات أخرى من حشد الدعم لقضيتهم وأصبحت مبادرة الطرق مبادرة يقودها المجتمع المدني بأكمله وليس جمعية أهلية واحدة. إن التأييد الواسع من ممثلي المجتمع المدني دحض الصفة السياسية التي حاول المنافسين الاخرين صبغ المبادرة بها أمام الرأي العام.

٣- **الاعلام التفاعلي الجيد يشكل أداه مهمة للمناصرة:** هناك مثل صيني يقول' الصورة تساوي ألف كلمة' تتمتع الصور والافلام القصيرة بتأثير قوي على المواطنين ، الاعلام والسلطات المحلية التي تشاهدها. وبما أن هذه الادوات سهلة التطوير وغير مكلفة ، يجب استعمالها بنمط أكبر للحث على التغيير.

٤- **الاعلام وسيلة مساعدة على تحقيق التغيير:** يترتب على الناشطين في معظم الاحيات أن يبنوا قضية ويضعوها على اجندة الرأي العام وذلك لينظر اليها ضمن الاولويات لدي صانعي القرار . أما الاعلام فهو يساعد على الامرين. وضع القضية على اجندة الاولويات وتحديد الموقف العام منها.

٥- **الثقافة المدنية مهمة:** ان ماهية دور مجلس البلدية ورئيسه وكيفية إتخاذ القرارت ومعرفة سبل مشاركة المواطنين. اسئلة اساسية يجب الاجابة عنها لفسح المجال امام نجاح مبادرات المواطنين وامام التفاعل الايجابي مع صانعي القرارات.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 27



بيروت لبنان	أنشطة ما بعد المدرسة للشباب المعرّضين للخطر	وطني	ديسمبر ٢٠٠٩ مايو ٢٠١٠

المقدّمة

تمّ تأسيس لجنة شباب الأوزاعي في العام ٢٠٠٨ مع مجموعة أساسيّة تتألّف من ٢٠ عضو فاعل في ضاحية بيروت الجنوبية، وهي تهدف إلى تقليص تعرّض الشباب إلى احتمال النزول إلى الشارع والعنف السياسي.

ومع بدء الشباب من المناطق المحيطة بالأوزاعي ذوي الخلفيّة الديمغرافيّة والإجتماعيّة الإقتصاديّة المماثلة بالإنضمام إلى المجموعة في العام ٢٠٠٩، غيّرت هذه الأخيرة اسمها ليصبح 'شباب لبنان'، وذلك ليعكس هدفها الأوسع نطاقاً. وبحلول نهاية العام ٢٠٠٩، كانت لجنة 'شباب لبنان' تضمّ ما يقارب الـ٤٠ عضو فاعل من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين الـ١٥ والـ١٨ سنة.

وتجدر الإشارة إلى أنّ منطقة الأوزاعي المجاورة لمنطقة برج البراجنة والتي تقع عند المدخل الجنوبي لبيروت تعتبر ضاحيةً مهمّشةً تضمَ آلاف الأشخاص الذين يعيشون في بيئةٍ فقيرةٍ، مكتظّةٍ بالسكان، تفتقر للبنى التحتية وللتنمية الحضريّة.كما أنّ معظم سكّان الأوزاعي نازحون من وادي البقاع وجنوب لبنان فرّوا من قراهم في خلال الحروب المختلفة وذلك طلباً للجوء وبحثاً عن فرص العمل. بالإضافة إلى ذلك، تعدّ الأوزاعي منطقةً شديدة التحفّظ، الأمر الذي يفسح مجالاً صغيراً للأنشطة اللامدرسيّة أو أي مبادرات للتغيير في المجتمع.

خلفيّة المبادرة

في العام ٢٠٠٩، قامت لجنة 'شباب لبنان' بإطلاق مشروع مدّته ٦ أشهر يدعى 'أنشطة ما بعد المدرسة للشباب المعرّضين للخطر في مدرسة شورلاين أكاديمي Shoreline Academy في الأوزاعي'، بهدف إشراك ٣٠٠ شاب وشابة في أنشطة غير مدرسيّة في ٧ نوادٍ: الرسم، والرقص الفولكلوري، ورقص الشوارع، والإنترنت، والرياضة، والمواطنة، والصحافة. كما زوّد المشروع ٢٠٠ من تلاميذ مدرسة شورلاين أكاديمي بصفوف مدرسيّة في المواطنة تم تحضيرها لتشجيع

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 26



عضو في نادي الصحافة بلجنة شباب لبنان يجري مقابلةً مع عائلةٍ في حي الأوزاعي

المسؤولية المدنية والقيادة بين صفوف هؤلاء الشباب في واحدة من أكثر المناطق المهمّشة في ضواحي بيروت الجنوبيّة.

وقرّر الشباب من نادي المواطنة إجراء تقييم لحاجات المجتمع وذلك لتحديد المشاكل التي يواجهها المجتمع في الحياة اليوميّة. فقاموا بمقابلات في الشارع مع سكّان ووجدوا أنّ حالات الطرقات هي واحدة من المشاكل الأكثر إلحاحاً. كما قام الشباب بتصوير هذه المقابلات ثمّ دمجوها فيما بعد في فيلمٍ تمّ عرضه في منتدى عام بالإشتراك مع رئيس البلديّة.

المشكلة

الطرقات في الأوزاعي في حالة سيّئة.

الأهداف

تعبيد طريقين رئيسيّين قبل الإنتخابات البلديّة في مايو ٢٠١٠.

الإستراتيجية

تمّ إنشاء استراتيجية المدافعة للمبادرة بالإستناد إلى القرارات التالية:

١- الأخذ بعين الإعتبار على أوسع نطاق ممكن رأي المجتمع وحاجاته عند اتخاذ القرار في ما يتعلّق بهدف الحملة

٢- إقامة هدف حملة ذكي (SMART)

٣- استخدام الفيديو والنشرات الإخباريّة لإيصال الرسالة

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 29

٤- استهداف رئيس بلديّة برج البراجنة بصفته صانع القرار الذي يستطيع التغيير وجمعه بالسكّان لمناقشة حالات الطرقات والدعوة إلى تحسينها

٥- الإستعانة بالأهالي كوسيلة للضغط من أجل التغيير

٦- تطوير علاقة إيجابية والمحافظة عليها تجاه المعارضة الفعليّة والممكنة

تحليل الإستراتيجية

١- تم إجراء تقييم لحاجات المجتمع باستخدام استفتاء. ونظراً لمعدّل معرفة القراءة والكتابة الفقير في الأوزاعي، قام الشباب بتنظيم مقابلات تجرى مع شخص واحد في الشوارع بدلاً من الإستفتاءات المكتوبة العادية التي يقوم السكان بملئها. ومن خلال إجراء مقابلات مع عدد من السكّان، قام الشباب بجمع بيانات تمثّل نسبياً حاجات المجتمع. فقد وفّرت المقابلات استعراضاً مستقلّاً، خالياً من الإنتماءات السياسيّة، للقضايا الملحّة في المجتمع.

٢- اختار الشباب اقامة حملة مدافعة لتعبيد طريقين رئيسيين. وهذا مثال عن هدف ذكي. فيجدر بكل حملة أن تتحلّى بأهداف ذكيّة (SMART)، يتم البت فيها في مرحلة التخطيط.

- يرمز حرف "S" إلى 'محدّد' (يجب التخطيط بوضوح لما تريد تحقيقه، وعلى سبيل المثال تعبيد الطرقات الرئيسيّة)؛
- يرمز حرف "M" إلى 'قابل للقياس' (طريقان رئيسيان)؛
- يرمز حرف "A" للإنجاز (بموضوعية، يمكن تعبيد طريقين)؛
- يرمز حرف "R" إلى 'واقعي' (حتى إن كانت مبادرتك قابلة للإنجاز من الناحية الفنّيّة، فهل من الواقعي أن تحصل جهود حملتك عليها كنتيجة؟)؛
- يرمز حرف "T" إلى 'الفترة الزمنيّة' (يجب أن تحدّد إطاراً زمنيّاً واضحاً، وعلى سبيل المثال قبل الإنتخابات)

٣- بما أنّ برج البراجنة لا تملك أي وسائل إعلاميّة محلّيّة، فقد قام نادي الصحافة بلجنة شباب لبنان بتطوير نشرته الإخباريّة الخاصّة وتطرّق إلى قضايا المجتمع من خلال المقالات، والمقابلات، والصور. وتوفّر الإستفتاءات إحصاءات عن عددٍ من أعضاء المجتمع الذين يدعمون مبادرةً ما. وبالرغم من قوّتها، إلّا أن الإحصاءات تكون أحياناً 'جافّة' بسبب عدم إخبار أي قصص شخصيّة من وراء الأرقام. لذا فإنّه بإمكان الفيديو والصور أن تظهر أنّه

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 28

وراء الأرقام والإحصاءات ثمة أشخاص من مناحي الحياة كلها ويتمتعون بخلفيّات اجتماعيّة وسياسيّة مختلفة.

٤- تم تحديد رئيس البلديّة بصفته صانع القرار الرئيسي. فقد أقرّ الشباب بالفرصة السانحة التي خلقتها الإنتخابات البلديّة المقبلة. وطلبوا من رئيس البلديّة تحسين حالات الطرقات قبل الإنتخابات.

٥- غالباً ما يُعتبر أهالي الشباب المشاركين في المشروع نقطة البداية الأكثر منطقيةً للتوعية في مجتمعٍ منغلق قد يشتبه بالأفكار والمبادرات الجديدة. فتمّت دعوة الأهالي إلى اجتماعات نادي الصحافة بلجنة شباب لبنان حيث التقوا بمدرّبين، وعمال اجتماعيّين، وميسّري مشاريع. ورأوا الشباب وهم يعملون كما تعلّموا حول المشروع وأهدافه. وكانت هذه خطوةً بالغة الأهمّيّة في إقامة الثقة في المجتمع حيث لم تُعرف مثل هذه المبادرات من قبل. ومن خلال الأهالي، تمّت دعوة أعضاء المجتمع لحضور المنتدى العام مع رئيس البلديّة.

٦- تمّ التطرّق إلى معارضة المشروع الممكنة، أو المتصوّرة، أو الفعليّة بطريقة شفافية للغاية. إذ تمّ الإستماع إلى مخاوف الجميع. فتطوير الحوار، ودعوة الخصوم إلى الأنشطة المتنوعة، وإدراجهم في عمليّة اتخاذ القرار حيث يكون ذلك ممكناً، كلّ ذلك مثّل الاستراتيجية التي خفّفت من حدّة التوتّر في المجتمع.

الخطوات المتبعة

١- بعد اكتمال التدريب على الأدوار والمسؤوليات البلديّة، استشفّ الشباب الوحي ليروا كيفيّة إحداثهم التغيير في مجتمعهم الخاص. فقرّروا النزول إلى الشوارع لإجراء مقابلات مع أعضاء من المجتمع بهدف تقييم حاجات المجتمع الأكثر إلحاحاً وجمع الأفكار للتحسينات. كما تم تسجيل هذه المقابلات على كاميرا. وتبيّن أنّ حالات الطرقات السيّئة هي واحدة من أكبر مخاوف المجتمع.

٢- من خلال الإستعانة باللقطات المأخوذة بواسطة الكاميرات الرقمية الصغيرة، قام الشباب بإنتاج فيديو قصير يلقي الضوء على فشل البلديّة في ما يتعلّق بصيانة الطرقات.

٣- قام ممثّلو نادي المواطنة بزيارة رئيس البلديّة ودعوته إلى منتدى مناقشةٍ مفتوحةٍ مع عامة الناس حول دور البلديّة وخصوصاً حول حالات الطرقات.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 31

٤- وقبِل رئيس البلديّة الدعوة فقام الشباب بتسهيل المنتدى العام. وتضمّن هذا الحدث عرضاً حول أدوار البلديّة ومسؤوليّاتها، ورسماً تصويريّاً صغيراً شرح للمشاهدين أهميّة البلديّة ودورها، وعرضاً للفيديو ولصور الطرقات في الأوزاعي التي هي بأمسّ الحاجة إلى التعبيد.

٥- قام أعضاء المجتمع بمناقشة حالة الطرقات مع رئيس البلديّة لمدّة ساعتين وحاولوا الضغط\إقناعه بمساعدة المختار بأنّ الحاجة إلى تعبيد طريقين رئيسيّين هي ملحّة للغاية.

٦- وبعد الحدث، وفي مقابلةٍ عُرضت في النشرة الإخباريّة التي ينتجها نادي الصحافة، التزم رئيس البلديّة بتصليح الطرقات في المجتمع، وتوجّه إلى الشباب قائلاً: "يجب عليكم محاسبتي إذا لم يتم القيام بأي عمل جدّي لتعبيد الطرقات في فترة لا تتعدّى الشهرين".

٧- وكان الشباب يخطّطون لتصوير فيديو ثانٍ بعد مرور بضعة أشهر على المنتدى، وذلك ليروا إن كانت البلديّة قد بدأت بالعمل.

٨- وبعد مرور أسبوعين على المنتدى العام مع رئيس البلديّة، تم تعبيد الطريقين في الأوزاعي.

٩- تعمل لجنة شباب لبنان حالياً على نقل خبرتها إلى مجتمعات جديدة تشبه الأوزاعي من الناحية الإجتماعيّة والإقتصاديّة.

"يجب عليكم محاسبتي إذا لم يتم القيام بأي عمل جدّي لتعبيد الطرقات في فترة لا تتعدّى الشهرين"

– رئيس بلديّة برج البراجنة في حديث لأعضاء نادي الصحافة بلجنة شباب لبنان، بعد ساعات من انعقاد المنتدى العام حيث تمّت مناقشة قضيّة طرقات الأوزاعي

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 30

التحدّيات

١- **التسييس:** واجهت الحملة في بادئ الأمر انعدام الثقة العامة. فقد خشي بعض من أعضاء المجتمع أن يكون للمنظمة غير الحكوميّة وحملتها جدول أعمال سياسي، وخصوصاً بالنظر إلى كون الحملة مموّلة من الحكومة الأميركيّة.

٢- **مقاومة الأفكار الجديدة:** لم تكن الإجتماعات العامة حول قضايا المجتمع ممارسةً شائعةً ولم يكن مرحّباً بها في الماضي، بخاصّةٍ من دون إعلام الحزب السياسي المهيمن. وفي هذا السياق، كان من الصعب جعل المجتمع يهتم للقاء رئيس البلديّة وحضور منتدى عام.

٣- **الموارد المحدودة:** كان الشباب يستخدمون كاميرات رقمية صغيرة سيئة النوعية لتسجيل الطرقات وتصويرها، الأمر الذي انعكس في انخفاض جودة الفيلم.

كيفيةالتعامل مع هذه التحدّيات

١- استخدم الشباب نتائج الدراسة ليظهروا أن مبادرتهم كانت تستند إلى أولويات حدّدها المجتمع بأكمله. فقد تم استعمال كل فرصة لشرح أهداف العمل الإجتماعي والإنمائي الذي يقوم به شباب الأوزاعي، فضلاً عن الفائدة المباشرة التي يأتي بها مثل هذا المشروع على جميع من في المجتمع. ومن خلال التأكيد بأنّ الجميع، أي السكان ورئيس البلديّة، سيستفيدون إن تم تعبيد الطرقات، جعل الشباب جميع الأطراف رابحين.

٢- من أجل التخلّص من المخاوف، قرّر الشباب استهداف أهاليهم ومن خلالهم استهدفوا بقية المجتمع. كما ساعد منسّقو المشروع والمدرّبون الذين يتحلّون بسمعة جيدة في المجتمع في جهود التوعية.

٣- تحلّى الشباب بروح الفريق العالية والحماسة، إلى جانب شعورهم بالقيام بشيء جديد وهام للمجتمع، ما ساعدهم على التأقلم مع الظروف القائمة واستخدام كل ما بمتناولهم من موارد. وبالرغم من أن الفيلم لم يتمتّع بالجودة الفنّيّة الفضلى، إلا أنّه عُرض بحماسةٍ كبيرة وأثبت كونه وسيلةً قويةً.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 33

"كنت أظنّ أنّه من المستحيل الوصول إليكم، وأنّني بحاجة إلى "واسطة" للتمكّن من التحدّث إليكم. والآن بت أعرف أنّه من الممكن القيام بذلك وسأقوم بزيارتكم في البلديّة والوزارة".

– امرأة من الأوزاعي توجّه الحديث إلى رئيس البلديّة في المنتدى العام حول حالات الطرقات الذي نظّمته لجنة شباب لبنان

النتائج

• تمّ تعبيد طريقين في الأوزاعي نتيجة المبادرة.

الأثر

كان للمشروع الأثر التالي على الشباب والمجتمع:

١- **زادت ثقة الشباب بأنفسهم:** أثبت الشباب أنّهم قادرون على التواصل مع المواطنين ذوي الخلفيّات المختلفة، والتفاعل مع صانعي القرار المحلّيّين، والدعوة إلى التغيير. فقد زادت هذه المعرفة وهذه التجربة من ثقتهم بأنفسهم في ما يخص التعامل مع المشاكل اليومية والتفاعل مع صانعي القرار المحلّيّين.

٢- **أدرك الشباب أنّ التغيير أمرٌ ممكن:** ابتعدوا عن التذمّر من الوضع الراهن والمسؤولين غير الفاعلين كي يطوّروا حلولاً بديلة ويصبحوا مجموعةً من المدافعين عن القضايا والمطالبين بالحقوق العامّة. وأدركوا أيضاً أنّ التغيير أمرٌ ممكن، فالمطلوب هو الفعل والعمل، لا القول والتذمّر. وهم يشعرون الآن بحرّيّة التعبير عن رأيهم والتحدّث عن حاجاتهم أمام بعضهم البعض.

٣- **أصبح "مجتمع الأوزاعي" أكثر تقديراً للشباب:** فصانعو القرار المحلّيّون وأعضاء المجتمع فوجئوا بإخلاص الشباب للمجتمع، وبقدرتهم على إقامة الحوار والحفاظ عليه، وحثّ الناس على أن يكونوا سبّاقين من الناحية الإجتماعية.

٤- **تم فتح الوصول إلى صانعي القرار:** للمرّة الأولى في الأوزاعي، جمع الشباب ما بين رئيس البلديّة وبين المجتمع في مناقشةٍ مفتوحةٍ وصريحةٍ حول حاجات المجتمع. وأدرك المواطنون أنّ التفاعل المباشر مع صانعي القرار أمرٌ ممكن من دون واسطة.

٥- **تم تحديد أهمّيّة الإتحاد:** أدرك المواطنون أنّهم إذا اتّحدوا حول هدف مشترك وبصوتٍ واضحٍ وموحّدٍ فهم يستطيعون التأثير بفاعلية في صانعي القرار.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 32

الدروس المستفادة

كان للمشروع الأثر التالي على الشباب والمجتمع:

١- يعدّ التدريب على التواصل بين الأشخاص أمراً هاماً. فهذه المبادرة هي مثال على العمل في مجتمع يفتقر لوسائل الإعلام المحلّية العامة، حيث يتم التعامل مع التوعية والدعوة من خلال التواصل بين الأشخاص: ذلك أنّ الإجتماعات، والمناقشات، والطاولات المستديرة، ومهارات التواصل بين الأشخاص وتقنياته كتطوير الأفكار وتوصيلها، والإيجاز، وفن الإصغاء، وبناء الجسور، والمحافظة على التركيز، وبناء قاعدة مشتركة، كلّها غايةٌ في الأهمّيّة في مثل هذه الحالات. كما أنّ حلقات العمل المتعلّقة بالتواصل والتي نظّمتها لجنة شباب لبنان حفّزت الشباب وساعدتهم على إقامة الثقة بالنفس فضلاً عن تخطّي بعض العوائق التي كانوا يواجهونها في البداية عندما كانوا ينفّذون الحملة ويتفاعلون مع المجتمع.

٢- معتبر السمعة هامّة. فتلك الخاصة بمنظّمات المجتمع المدني التي تكون وراء مبادرةٍ ما تتّسم بالأهمّيّة دوماً، وتكون أهمّيّتها أكبر بعد في المجتمعات الصغيرة والمغلقة. ولعب وجود عامل اجتماعي، وقائدي فرق، ومدرّبين ذوي سمعة جيّدة في المجتمع دوراً بارزاً في نجاح مبادرة 'شباب لبنان'. وكانت المساعدة المتلقّاة من الأهالي هامّةً أيضاً. ويجدر بالمنظّمات غير الحكومية ومجموعات الشباب العمل باستمرار على تحسين سمعتها فذلك يعتبر استثماراً في المستقبل. ويمكن إقامة سمعة المنظّمة غير الحكوميّة من خلال مهارات التواصل الجيدة، والسلوك المهني والأخلاقي، ومن خلال تقدير الخصوم، وتطوير الحوار، وإعلام المجتمع عن قصص النجاح والإنجازات بواسطة وسائل الإعلام المختلفة.

٣- إنّ الدراسات مفيدة. فتقييمات الحاجات مفيدة لأسباب عديدة. أولاً، تعتبر الطريقة الوحيدة لمعرفة حاجات المجتمع الفعليّة. إذ يتحرّك الجميع في دوائر أكثر أو أقل انغلاقاً ويميل الناس إلى الظن بأنّهم 'يعلمون' ما



عضو من نادي المواطنة بلجنة شباب لبنان يتحدّث إلى العلن في المنتدى العام مع رئيس البلديّة وممثّلي مجتمع الأوزاعي وبرج البراجنة.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 35

تحتاج إليه المجتمعات، إلا أنّ تقييمات الحاجات غالباً ما تعطي نتائج مختلفة بالكامل. بالإضافة إلى ذلك، توفّر بيانات مستقلّة يتم جمعها بطريقة علميّة، وبهذا تعطي شرعيّةً وتثبت المبادرة. كما سيكون المسؤولون المحلّيّون (كرئيس البلديّة، وأعضاء اللجنة) أكثر عرضةً للقاء ممثّلي المنظّمات غير الحكومية الذين قاموا بجمع البيانات من خلال استبيان وبالتالي بإمكانهم تمثيل المجتمع. وكلّما زاد عدد المقابلات التي تُجرى في تقييم الحاجات، كلّما كانت النتيجة أفضل!

٤- يجب استخدام وسائل الإعلام البصريّة أينما كان ذلك ممكناً. فهي أداة سهلة الإستعمال، وغير باهظة الثمن، وفعّالة في آنٍ معاً. إذ يصدّق الناس ما يرونه أكثر مما يصدّقون ما يسمعونه أو يقرأون عنه. وقد استخدم الشباب كاميرات أساسيّة، وبالرغم من أنّ الجودة الفنّيّة للفيديو الناتج كانت سيّئة للغاية، إلا أن الأثر الذي أحدثه في المشاهدين وصانعي القرار كان قوياً.

٥- تعتبر النشرات الإخباريّة وسيلةً قويةً. ففي المجتمعات التي تفتقر لوسائل الإعلام العامة (الراديو، أو التلفزيون، أو الصحيفة) لتغطية القضايا المحلّية، يكون من المرجح أن يفضي إطلاق نشرة إخبارية بسيطة مع صور، وقصص، وتقارير يطوّرها الشباب، والتطرّق إلى قضايا محلّيّة إلى أثر قوي. ويتمتّع مكتب المبادرات الإنتقاليّة بأدوات كيفيّة جاهزة وسهلة الإستعمال، ودورات تدريبيّة ومدرّبين يستطيعون المساعدة في التصميم، والطباعة، والتوزيع المستهدف للنشرات الإخباريّة.

٦- يجب أن تكون الأهداف ذكيّة. إذ يجدر بكل مبادرة أن تتمتّع بأهداف واضحة وذكيّة يتم تحديدها في مرحلة التخطيط. فالأهداف مهمّة لتطوير بقيّة الاستراتيجية للمبادرة: وهي ضرورية للتتمكّن من تحديد صانعي القرار، واستهداف الجماهير، وتطوير رسالة واضحة وفعالة وخطة عمل. من دون الأهدف الذكيّة، قد تفتقر الحملة إلى التركيز وقد لا يكون من الممكن إدارتها وقياس نجاحها.

للمزيد من المعلومات حول هذه المبادرة، الرجاء الإتصال بمنسّقة المشروع رندة عجمي على البريد الإلكتروني التالي randa.ajami@gmail.com

لاستفساراتكم وملاحظاتكم حول دراسات حالة الدعوة، الرجاء مراسلتنا على advocacy@otilebanon.com

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 34



صيدا لبنان	المكتبة العامة في مدينة صيدا	وطني	كانون الثاني – نيسان ٢٠١٠

المقدمة

تأسست جمعية الرسالة الزرقاء عام ٢٠٠٢. يبلغ عدد اعضائها ١٥٠ عضواً ويشارك في نشاطها نحو ٢٥٠ متطوعاً. وهي تعمل على تقديم الدعم النفسي/ الاجتماعي الى الشباب الذين يواجهون صعوبات في حياتهم اليومية.

وفي ٢٩ حزيران ٢٠٠٩ اطلقت الجمعية من مدينة صيدا مشروعها من ضيعة الى ضيعة [٢] بهدف تحفيز الشباب للمشاركة في الشأن العام من خلال بناء قدراتهم وتمكينهم، بالاضافة الى تنفيذ عدة مبادرات ديمقراطية في مجتمعهم المحلي.
وفي المرحلة الاولى للمشروع ، تم اعداد ٣٠٠ استمارة وزعت على الشباب للقيام بمسح ميداني موجه للشباب من الفئات العمرية المختلفة بهدف تحديد احتياجاتهم. برزت قضية المكتبة العامة من الاولويات التي يتمسك بها شباب صيدا.

خلفية الحملة

في عام ٢٠٠٧، اعيد تجهيز المكتبة العامة في بلدية صيدا بعدد من الحواسيب وكميات من الكتب. كما تم فرز موظف اداري من البلدية لإدارتها. لكن دوام المكتبة كان يمتد من الساعة الثامنة صباحا حتى الساعة الثانية بعد الظهر وهو الوقت الذي يتواجد فيه الطلاب في المدارس والجامعات مما يمنع الاستفادة من خدماتها. كما ان تواجد موظف إداري في المكتبة من دون خبرة او معرفة في ادارة اعمال المكتبات وتنظيمها ساهم في اضعاف دور المكتبة العامة.

المشكلة

دور المكتبة العامة المتواجدة في البلدية معطّل وشباب المنطقة لا يستفيد منها نظراً لسؤ ادارتها وعدم تنظيم خدماتها ولدوامها غير المناسب لهم.

٢ تقدّر الحكومة اللبنانية أن ٢٪ من الشعب لديه شكل من أشكال الإعاقة، فيما تحدّد الأمم المتحدة الرقم بقرابة الـ ١٠٪.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 37

اهداف الحملة

١- تفعيل دور المكتبة وفتح ابوابها امام الشباب من الصباح حتى الساعة الثامنة مساء

٢- تطوير جودة الخدمات التي تقدمها المكتبة



المكتبة قبل...

شعار الحملة

حوار، تواصل، ثقافة

الاستراتيجية المستخدمة

تحددت الاستراتيجية بالتأكيد على النقاط التالية:

١- التعاون مع البلدية والتكامل في تأمين الخدمات للمكتبة.

٢- التحاور مع جميع القوى السياسية المتواجدة في صيدا واقناعهم بأهمية اعادة الدور للمكتبة العامة .

٣- التواصل مع رئيس البلدية مباشرة دون الاستعانة باي من القوى السياسية او المسؤولين الرسميين للتأكيد على الموقف المحايد للجمعية.

٤- التعاون مع تجمع المؤسسات الاهلية في صيدا ودعوتها للمشاركة في الحملة.

٥- بناء شراكة مع جمعية السبيل المتخصصة بتنظيم المكتبات العامة.

الخطوات المتبعة

١- عقد ثلاثة اجتماعات مع رئيس البلدية لشرح هدف الحملة والخطوات العملية التي سيقوم بها الشباب في تنظيم المكتبة.

٢- الاتصال باحدى المتخصصات بتنظيم المكتبات من جمعية السبيل للعمل مع الشباب وتدريبهم على تقنيات تنظيم الكتب وارشفتها.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 36

٣- توجيه رسالة مكتوبة الى رئيس البلدية لعرض المشكلة وطلب عقد اتفاقية مع الجمعية تعطي لها الحق في ادارة مكتبة البلدية وفتح ابوابها امام الزوار حتى المساء.

٤- دعوة رئيس البلدية اعضاء المجلس البلدي الى الاجتماع والتباحث في شأن المكتبة والحصول على موافقته.

٥- ارسال نسخة من محضر الاجتماع البلدي الى جمعية الرسالة الزرقاء للتأكيد على الموافقة والاستعداد للتعاون معها.

٦- تدريب شباب جمعية الرسالة الزرقاء بمساعدة اختصاصية من جمعية السبيل على تنظيم اعمال المكتبة وترتيب الكتب بحسب المنهجية المتبعة في المكتبات العامة.

٧- تنظيم حفل افتتاح للمكتبة بحضور المجلس البلدي ورئيسه واهل المدينة وعدد من المؤسسات الاهلية في صيدا.

٨- دعوة الصحافيين المقيمين في صيدا الى الافتتاح لتغطية النشاط.

التحديات الخارجية التي واجهتها الجمعية

١- الانقسام السياسي في المدينة شكّل التحدي الاساسي في ظل وجود قوى سياسية معارضة لسياسة المجلس البلدي.

٢- التشكيك من قبل بعض القوى والمؤسسات المحلية بغايات الجهة الاجنبية الممولة.

٣- عدم توفر موارد بشرية في البلدية لتدريبها على تقنيات تنظيم عمل المكتبات.

٤- ضعف اهتمام الاعلام المحلي بمواكبة الحملة وتغطيتها على المستوى الوطني.

كيفية التعامل مع هذه التحديات

١- اتخاذ القرار بعدم الرد على حملات التشكيك واتخاذ موقف ايجابي على مسافة واحدة من القوى السياسية والمؤسسات من خلال الانفتاح والتعاون مع الجميع.

٢- عقد اجتماعات مع جميع الاطراف السياسية ومؤسسات من المجتمع المدني لشرح اهداف الحملة والتعريف بالجهة الاجنبية الداعمة وغاياتها ، ولاطلاعها على الخطة العملية ودعوتها الى الانضمام للحملة.

٣- تدريب شباب جمعية الرسالة الزرقاء على تنظيم اعمال المكتبة وارشفة الكتب.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 39

العوائق الداخلية التي واجهتها الجمعية

١- قلة حضور اعضاء الفريق للاجتماعات لانشغالهم في تحضير الامتحانات الرسمية.

٢- اختلاف الشباب في ترتيب سلم الاولويات.

كيفية التعامل مع هذه العوائق

١- فتح الحوار بين الشباب واعتماد تقنيات حل النزاع التي تدربوا عليها في المشروع.



شباب الجمعية في الحفل الثقافي بمناسبة افتتاح مكتبة صيدا

نتائج غير متوقعة للحملة

- تنظيم اعمال المكتبة وارشفة كتبها.
- فتح ابواب المكتبة امام الزوار من الصباح حتى الثامنة مساء.
- توقيع اتفاقية استلام المكتبة لمدة خمس سنوات تجدد سنويا بموافقة الطرفين بما في ذلك تنظيم المكتبة وتوثيق كتبها واقامة النشاطات الثقافية والاشراف عليها بعد نيل موافقة المجلس البلدي ورئيسها.

نتائج الحملة

- تقديم كتباً من قبل أصدقاء للجميعة هدية للمكتبة العامة.
- اتصال بعض اعضاء بلديات اخرى بجمعية الرسالة الزرقاء طلبا منها بنقل تجربة المكتبة الى بلديتهم مما يشير الى حسن سمعة الجمعية في محيطها.
- تفعيل المشاركة لدى الشباب في الشأن العام وتحفيز العمل التطوعي.
- تطوير قدرات الشباب في ادارة شؤون المكتبة.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 38

أثر الحملة

تركت الحملة اثرا كبيرا على الشباب من حيث انها:

"عندما دخلنا مبنى البلدية في المرّة الأولى، كان الناس يطرحون علينا السؤال: من أنتم؟ لكن الآن، وبعد إعادة تنظيم المكتبة، أصبحنا محترمين من قبل البلدية وجميع المواطنين".

– عضو شباب صيدا، فريق مبادرة المكتبة

١- منحت الشباب ثقة أكبر بالنفس من خلال تحمل المسؤولية في اعمال المكتبة وبقدرتهم في حل المشاكل وطرح الحلول. وقد عبرّ احد الشباب قائلا: اول مرة دخلنا البلدية طرح علينا السؤال من نحن ؟ولكن الآن وبعد ان انجزنا تنظيم المكتبة،صرنا معروفين من كل من يعمل في البلدية ومن الناس في محيطنا.

٢- بلورة دور البلدية تجاه مواطنيها ودورهم وواجباتهم تجاهها.

٣- اثبتت للشباب واهلهم امكانية التغيير في مدينتهم وذلك عندما تحدد المشكلة ويتم معالجتها بشكل موضوعي.

٤- اظهرت اهمية العمل التطوعي لدى الشباب ومشاركتهم في الشأن العام.

٥- تعزيز علاقة الشراكة بين المجتمع المحلي و السلطات الرسمية. ان تعاون رئيس البلدية معنا سمح بتحقيق هدفنا بسرعة وعزز علاقتنا معه. كنا نعتقد بانه سيكون من الصعب اقناعه وانه علينا ان نتحضر لحملة مدافعة.

الدروس المستفادة

١- استخدام المسح الميداني في تحديد احتياجات المواطنين و مشاركة السلطات المحلية في المعلومات المحصلة بشكل علمي، دفع برئيس البلدية الى التعاطي مع المشكلة بشكل جدي.

٢- المصداقية التي تتمتع بها الجمعية ساعدت في تسريع العمل والتواصل مع المسؤولين.

٣- اهمية الاعتماد على الخبراء التقنيين المختصين المتواجدين في جمعية السبيل ساعد في تنظيم العمل كما سرّع في الحصول على موافقة البلدية التي وثقت بخبرة الجمعية وقدرتها على توفير الخدمات للمكتبة.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 41

٤- اهمية وضرورة اشراك الاعلام بدءا من مرحلة التخطيط لتوضيح المشكلة لهم وتبني معهم استراتيجية تشاركية تساعد في تحقيق اهداف الحملة.



٥- توفير وقت اطول لتدريب الشباب على تقنيات التفاوض مع المسؤولين .

٦- اهمية التشبيك مع مؤسسات وجمعيات اخرى لها نفس التوجهات من بداية التخطيط للمشروع

وبعد مبادرة مكتبة صيدا...

٧- أهمية المحافظة على الحيادية السياسية عند التعامل مع مواضيع تعنى بالشأن العام.

لمزيد من المعلومات يمكنكم تصفح : www.bluemission.org
او الاتصال بمنسق المشروع: هنادي البزري
العنوان البريدي: blue mission [bluemission@gmail.com]
الهاتف: ٩٦١٧٧٣٢٦٣٦

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 40

المراجع

مراجع حول المدافعة العامة

تصرّف: تدريب عن العصيان المدني *ACT UP: Civil Disobedience Training*, www.actupny.org

مدافعة للتحصين، التحالف العالمي للقاحات والتحصين (٢٠٠١)
Advocacy for Immunization, Global Alliance for Vaccines and Immunizations (2001).

كتيّب المدافعة: دليل عملي لزيادة الديمقراطية في كمبوديا، كريستينا مانسفيلد وكورت ماك ليود، باكت (٢٠٠٣)
Advocacy Handbook: A Practical Guide to Increasing Democracy in Cambodia, Cristina Mansfield, Kurt MacLeod, et al. Pact (2003).

المدافعة بالأفعال: مجموعة أدوات لدعم المنظّمات غير الحكومية والمنظمات ذات الأسس المجتمعية في الإستجابة لفيروس نقص المناعة البشرية/ الإيدز، التحالف الدولي لمكافحة فيروس نقص المناعة البشرية/ الإيدز (٢٠٠٣).
Advocacy in Action: A Toolkit to Support NGOs and CBOs Responding to HIV/AIDS, International HIV/AIDS Alliance (2003).

المدافعة في كمبوديا: زيادة فسحة الديمقراطية، كريستينا مانسفيلد وكورت ماك ليود باكت (٢٠٠٢) .
Advocacy in Cambodia: Increasing Democratic Space, Cristina Mansfield, Kurt MacLeod, Pact (2002).

نسيج جديد من السلطة والشعب والسياسة: دليل التحرّك للمدافعة ومشاركة المواطنين. ليسا فينيكلاسين وفاليري، وورد نيبورز (٢٠٠٢)
A New Weave of Power, People & Politics: The Action Guide for Advocacy and Citizen Participation Lisa VeneKlasen with Valerie Miller, World Neighbors (2002)

مجموعة أدوات المدافعة: خطوات عملية في مجال المدافعة، غراهام غوردون، تير فاند (٢٠٠٢)
Advocacy Toolkit: Practical Action in Advocacy, Graham Gordon, Tearfund (2002).

مجموعة أدوات المدافعة: فهم المدافعة، غراهام غوردون، تير فاند (٢٠٠٢)
Advocacy Toolkit: Understanding Advocacy, Graham Gordon, Tearfund (2002).

أدوات وإرشادات للمدافعة: الترويج لتغيير السياسة، صوفيا سبريشمان وإميلي بيلتون، كير (٢٠٠١)
Advocacy Tools and Guidelines: Promoting Policy Change, Sofia Sprechman and Emily Pelton, CARE (2001), www.careusa.org/getinvolved/advocacy/tools.asp.

مدافعة: بناء المهارات لقيادة المنظمات غير الحكومية، مركز لأنشطة التنمية والإسكان (١٩٩٩)
Advocacy: Building Skills for NGO Leadership, The Center for Development and Population Activities (CEDPA) (1999)

المدافعة: ما هي؟ واتر إيد (٢٠٠١)
Advocacy: What's it all about? WaterAid (2001)

مدخل إلى المدافعة: دليل تدريب، ريتو شارما مكتب التنمية المستدامة التابع للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية. مشروع SARA
An Introduction to Advocacy: Training Guide, Ritu Sharma USAID Office of Sustainable Development. (SARA Project),

غود براكتيس بارتيسيبايت، مكتب للمجتمع والقطاع التطوّعي
Good Practice Participate, Office for the Community & Voluntary Sector, www.goodpracticeparticipate.govt.nz

كيفية التواصل مع الإعلام، سالي برواتون، المعهد المقدوني للإعلام (٢٠٠٣)،
How to Communicate with the Media, Sally Broughton, Macedonian Institute for the Media (2003), www.pr.org.mk.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 43

«كيفية القيام بمقابلة قوية»، مركز سياسة القانون الإنجابي،
"How to Give a Strong Interview," The Center for Reproductive Law Policy, www.crlp.org

إدارة الشراكات: أدوات لتعبئة القطاع العام والمجتمع المدني كشراء في التنمية، روس تينيسون، ذو برينس أوف ، فوروم (١٩٨٩).
Managing Partnerships: Tools for Mobilizing the Public Sector, Business and Civil Society as Partners in Development, Ros Tennyson, The Prince of Wales Business Leaders, Forum (1989).

صندوق أدوات المدافعة الإعلامية – كتاب المراجع، معهد جنوب إفريقيا للإعلام (٢٠٠٢)

Media Advocacy Toolkit - Resource Book, Media Institute of Southern Africa (2002), www.misa.org. *Mind Tools*, www.mindtools.com

حلول لتطوير منتوج جديد
New Product Development Solutions, www.npd-solutions.com

اسمعوا هذا الآن: القوانين التسعة لحملة التواصل الناجحة، كيرستين وولف، فينتون كوميونيكيشنز (٢٠٠١)
Now Hear This: The Nine Laws of Successful Advocacy Communication, Kirsten Wolf, Fenton Communications (2001).

صندوق أدوات دروس حول الإعلام، مشروع *SPIN*

SPIN toolkit: Media Tutorials, The SPIN Project (2002), www.spinproject.org.

عدّة UNESCO/APC للتدريب على الوسط المتعدّدة، البحث عن أرضية مشتركة. www.itrainonline.org.

مراجع المدافعة الإلكترونية/على الشبكة

دليل ديدجي آكتيف لإستخدام تويتر من أجل إطلاق حملة ناشطة، آندرياس جونغر، ديدجي آكتيف (٢٠٠٩)
A DigiActive Guide to Twitter for Activism. Andreas Jungherr, DigiActive (2009), www.digiactive.org.

دليل ديدجي آكتيف لإستخدام فايسبوك من أجل إطلاق حملة ناشطة، دان شولتز، ديدجي آكتيف (٢٠٠٩)

A DigiActive Introduction to Facebook Activism, Dan Schultz, DigiActive (2008) www.digiactive.org.

صوت جوّال: إستخدام الهواتف الخليوية في إعلام المواطنين: استكشاف أدوات أو مشاريع إعلام المواطنين الجوّال.
كاترين فيركلاس وباتريسيا ميكاييل
Mobile Voice : The Use of Mobile Phones in Citizen Media : An Exploration of Mobile Citizen Media Tools and Projects. Katrin Verclas and Patricia Mechael, MobileActive.org (2008). www.mobileactive.org.

المدافعة بالأفعال: دليل للتأثير على صانعي القرار في ناميبيا. مركز المساعدة القانونية (٢٠٠٧)

Advocacy in Action: A Guide to Influencing Decision-making in Namibia. Legal Assistance Center (2007).

إستراتيجية إستخدام الهواتف الخليوية لتحقيق الإلتزام المدني رقم ٣: الهواتف في حملات جمع الأموال. مايكل ستاين، MobileActive.org (لا سنة مذكورة)

Cell phones for Civic Engagement Strategy # 3: Phones in Fundraising Campaigns. Michael Stein, MobileActive.org (no year). www.mobileactive.org

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 42

المراجع

دليل إستراتيجي لإستخدام الهواتف الخليوية لتحقيق الإلتزام المدني رقم ٢: استخدام الهواتف في حملات المدافعة. مايكل ستاين،

Cell phones for Civic Engagement Strategy Guide #2: Using Mobile Phones in Advocacy Campaigns, Michael Stein, MobileActive.org (2007), www.mobileactive.org.

تقرير مسح النشاطات الرقمية للحملات الناشطة، كاثرين برودوك وميري جويس وتيمو زاك، سلسلة أبحاث ديدجي آكتيف، ديدجي آكتيف (٢٠٠٩)

Digital Activism Survey Report, Katharine Brodoc , Mary Joyce and Timo Zaeck, DigiAvtice Research Series, DigiActive, (2009) www.digiactive.org.

دراسة معيارية إلكترونية لا تبغي الربح لقياس حجم الرسائل الإلكترونية وجمع الأموال على الشبكة وتقييم المدافعة الإلكترونية للمنظمات التي لا تبغي الربح. بينجامين سميث وكارين ماثيسوم وسارا ديدجوليو.

eNonprofit Benchmarks Study Measuring Email Messaging, Online Fundraising and Internet Advocacy Metrics for Nonprofit Organizations. Benjamin Smith, Karen Matheson and Sarah Dijulio. M+R Strategic Services, Advocacy Institute (2006), www.e-benchmarksstudy.com.

حملة ناشطة من خلال الهاتف الخليوي: النقرة تتحوّل إلى أداة سياسية. ستيفاني ميلان، إنتر بريس سيرفيس. ٢٤ آذار– مارس ٢٠٠٤

Mobile Activism: A Click Becomes a Political Tool. Stephanie Milan, Inter Press Service. March 24, 2004. www.globalpolicy.org.

الهواتف الخليوية: أداة مناسبة للمحافظة والتنمية. ك. بانكس و ر. بورج . فونا أند فلورا إنترناشونال، كامبريدج، المملكة المتحدة (٢٠٠٤)

Mobile Phones: An Appropriate Tool for Conservation and Development . K. Banks and R. Burge. Fauna & Flora International, Cambridge, UK (2004).

مجموعة شركات MTC تطلق حملات تبرّع للبنان، AMinfo.com ،٢٦ تموز– يوليو ٢٠٠٦

MTC Group of Companies Launches Donation Campaigns for Lebanon. AMEinfo.com, July 26, 2006, www.ameinfor.com.

تقرير مسح الشبكة الإجتماعية التي لا تبغي الربح،

Nonprofit Social Network Survey Report. Nonprofit Technology Network, Common Knowledge and The Port (2009), www.nonprofitsocialnetworksurvey.com.

التشبيك الإجتماعي على الشبكة والمنظمات غير الحكومية، جوهانا موشمان، مقالة نشرت على موقع الإتحاد العالمي للمنظمات غير الحكومية (٢٠٠٩)،

Online Social Networking and NGOs. Johanna Moshman, article posted on the website of the World Association of Non-Governmental Organizations (2009), www.wango.org.

دليل سريع وسهل للمدافعة على الشبكة. أونلاين أدفوكاسي (لا تاريخ)

Quick'n Easy Guide to Online Advocacy. Online Advocacy (no date) http://onlineadvocacy.tacticaltech.org/ إستخدام المدافعة على الشبكة: أداة قوية لجمع الأموال وإلزام المعنيين،

Using Online Advocacy: A Powerful Tool for Fundraising and Stakeholder Engagement. Groundspring.org. (2004) www.groundspring.org.

إستخدام التكنولوجيا اللاسلكية لإحداث تغيير الإجتماعي: مناحي إستخدام المنظمات غير الحكومية للهواتف الخلوية. النفاذ إلى الإتصالات. سلسلةالمنشورات عدد ٢، شيلا كينكايد وكاترين فيرلاك، مؤسسة الأمم المتحدة ومؤسسة مجموعة فودافون،

Wireless Technology for Social Change: Trends in Mobile Use by NGOs. Access to Communication Publication Series Volume 2, Sheila Kinkade and Katrin Verlac, UN Foundation and Vodafone Group Foundation, MobileActive.org (2007) www.mobileactive.org.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 45

قاموس المصطلحات

قابل للمحاسبة: خاضع للمساءلة أمام فرد أو منظمة. يخضع صانعو القرارات للمحاسبة حين يكون لدى مجموعة السلطة لتقييم آدائهم وإتخاذ خطوات إن دعت الحاجة.

تأكيد: دعم أو تثبيت أو إعلان بالإيجاب.

تحالف: تجمّع أشخاص أو مجموعات أو منظمات أو أمم تتحد لتحقيق أهداف مشتركة.

إستبدادي: شخص يتمتّع بسلطة أو بنفوذ لامحدودين، يتخذ قرارات عن الجميع.

مستفيد: شخص يتلقّى مساعدة أو مال أو ممتلكات أو تقديمات أو غيرها من المنافع.

متحيّز: يأخذ طرفًا بدل أن يكون محايدًا أو موضوعيًا.

ماركة: علامة بصرية فارقة أو فئة أو إسم يميّز شيئًا ما.

سطر لإسم الكاتب: سطر في بداية أو نهاية مقالة في صحيفة أو مجلة يحمل إسم الكاتب.

حملة: مجموعة نشاطات متصلة ببعضها البعض بشكل استراتيجي لتحقيق غرض مشترك.

المقدرة : القدرة على الأداء أو الأنتاج، إمكانية

مناصر: مشرّع يستخدم منصبه أو مكانته أونفوذه للترويج لقضية أو مشكلة.

كليب: مقتطف قصير من برنامج. قصة مقتطعة من منشورة أومقتطف مقتطع من فيديو أو شريط موسيقى.

إئتلاف: مجموعة منظمات وأفراد متنوّعة تعمل معًا للسعي وراء هدف واحد قريب المدى.

توافق آراء: رأي أو قرار تتوصل إليه مجموعة.

مكوّن: مقيم في مقاطعة أو عضو في مجموعة يمثلها مسؤول منتخب. الأشخاص الذين يسمحون لأشخاص آخرين بالتصرف كممثليهم.

مستهلك: شخص يستخدم منتوجًا أو خدمات.

مصداقية: صفة أن يكون قابلاً للتصديق أو جديرًا بالثقة.

أزمة: نقطة أو وضع مهمّ للغاية أو حاسم.

تفويض: تكليف أو نقل السلطة أو النفوذ أو المسؤولية لشخص آخر أو مجموعة أخرى.

محروم من حقوق المواطنة: الأشخاص الذين يحرمون من حقوق المواطنة.

نشر: إشاعة أو توزيع أو تعميم أو بث.

محرّر: شخص يستعرض ويختار المواد لمنشورة أو بث.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 44

قاموس المصطلحات

مقالة إفتتاحية: مقالة في منشورة تعبّر عن رأي محرّريها أو ناشريها.

تمكين: تجهيز أو تزويد بقدرة، تخويل

إطار عمل: مجموعة إفتراضات ومفاهيم وقيم وممارسات تشكّل طريقة للنظر إلى الواقع.

تطبيق: طريقة لتحقيق غاية، وسيلة أو أداة.

ضغط: محاولة التأثير على أفكار المشرّعين أو غيرهم من المسؤولين الرسميين لصالح قضيّة محددة أو ضدّها.

قاعدة بيانات إعلامية: لائحة منظّمة بمعلومات للتواصل مع جميع القنوات الإعلامية.

ملف/ بيانات إعلامية: لائحة بجميع المقالات والقصص وبرامج الراديو والتلفزيون أو أية تغطية إعلامية أخرى تتضمّن معلومات ذات صلة بحملة المدافعة خاصتنا.

إعلام: إسم شامل يستخدم للإشارة إلى الإشخاص والأعمال والمنظّمات التي تكوّن صناعة التواصل.

شبكة: مجموعة أشخاص أو منظمات ذات مصالح أو مشاغل متشابهة تتشاطر المعلومات والأفكار.

غاية: شيء يتم العمل لتحقيقه أو يتم السعي إليه، هدف بعيد.

مقالة آراء القرّاء: قسم في الصحيفة، قرب صفحات «المقالات الإفتتاحية»، حيث يمكن للقرّاء إعطاء آرائهم ووجهات نظرهم حول الأخبار.

خصم: شخص يخالف شخصًا آخر أو عدّة أشخاص الرأي.

موقف: حلّ مفضّل لمشكلة.

مؤتمر صحافي: حدث يمكن أن يستمع فيه عدد كبير من الصحافيّين والمراسلين إلى معلومات حول مسألة.

جولة صحافية: الجولة الصحافية هي رحلة منظمة للمراسلين والصحافيين لزيارة مواقع لمراقبة نشاطات مدافعة ملفتة جدًا ومن المهم مشاهدتها.

وكيل: شخص أو شيء مخول أن ينوب عن آخر، بديل

متحدّث: شخص يكون ممثلاً لمنظمتنا.

معني: أي شخص لديه مصلحة مباشرة في نتيجة حملة المدافعة خاصتنا.

مستهدف: بالنسبة إلى حملة المدافعة خاصتنا، المستهدفون هم المعنيّون الذين يتمتّعون بأكبر قدرة للتأثير على نجاح حملتنا أو فشلها. المستهدفون هم اشخاص وليس مؤسسات.

نقل: مراسلة أو تواصل بين شخص أو شيء أو مكان وآخر.

قيم: معيار أو ميزة تعتبر مجدية أو مرغوب فيها.

New cases arabic 1/15/13 4:46 PM Page 46