

# جمعية الحقوقيات المصريات

2016

تصميم وإدارة حملات الدعوة لقضايا النوع الإجتماعي



إعداد

هاني إبراهيم

# مهارات الدعوة وكسب التأييد لقضايا المساواة في النوع

إعداد

هاني إبراهيم

## أولاً: مفهوم الدعوة/المدافعة

هي عملية تستهدف تغيير أو استحداث أو تعديل التشريعات والسياسات التي تؤثر في أوضاع المواطنين بما يضمن حصولهم على حقوقهم المدنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية؛ وذلك بالتأثير على متخذي القرار من السلطتين التشريعية والتنفيذية والتأثير على الرأي العام. أو هي فعل أو عملية لمساندة قضية معينة بغرض حشد الدعم لهذه القضية، والعمل على تغيير التشريعات المرتبطة بالقضية، والتأثير على الآخرين لدعمها.

## ثانياً: أهمية عملية المدافعة/المناصرة/كسب التأييد

تكتسب حملات التعبئة أهمية فائقة ليس فقط بالنسبة لجماعات الضغط والتأثير ولكن أيضاً للفئة المستهدفة نفسها كمؤسسة، فمن خلال حملات التعبئة والإقناع يمكن الوصول إلى عدد من النتائج:

- (١) المساهمة في أن تعرف الفئة المستهدفة وأعضائها اهتمامات المجتمع، وهو أمر يخرج الفئة المستهدفة وأعضائها من الاستغراق في المشكلات ذات الطابع المحلي البحت إلى آفاق أرحب تتعلق بمشكلات ذات طابع أكثر عمومية، كما تساعد تلك الحملات على إطلاع الفئة المستهدفة وأعضائها على تأثيرات السياسات التي يعتمدها والقوانين التي يصدرها على المجتمع.
- (٢) الإسهام بخلق أساليب وطرق جديدة لتطوير السياسات العامة ومشروعات القوانين، فضلاً عن أن ذلك النوع من الحملات يعتبر في ذاته تنفيذاً لكثير من النصوص في الدساتير والتي تتيح للمواطن الحق في مخاطبة السلطات العامة. لفت انتباه الفئة المستهدفة وأعضائها إلى مشكلة اجتماعية أو ثقافية أو قانونية ومحاولة اقتراح بعض الحلول لها.
- (٣) لفت انتباه المجتمع إلى أهمية الفئة المستهدفة وأعضائها والدور المحوري الذي تقوم به.



## ثالثاً: تصميم حملة الدعوة

### \* قضية الدعوة

#### تحديد وتحليل القضايا

تحديد وتحليل القضايا المحلية هي الخطوة الأولى في مرحلة تصميم حملة الدعوة وتطلب هذه الخطوات القدرة على تحليل الموقف الحالى للمجتمع المحيط بالدعاه وتحديد أهم المشكلات والقضايا التي تؤثر في وضع الطفل في المجتمع ، وتحديد الحل المتعلق بتلك المشكلة. هذه العناصر توفر الأساس لحملة دعوة مؤثرة. فبدون تعريف جيد لقضية محددة وواضحة ، ستفقد حملة الدعوة المسار الصحيح للخطوات المتبقية.

#### ■ تحديد قضايا الدعوة :

بمعنى التعرف على المشكلات التي تؤثر على وضع الطفل وتعمق تحسين حالته الصحية والاجتماعية والنفسية.

#### ■ تحليل القضايا :

بمعنى التعرف على أسباب كل قضية من خلال إستيفاء النموذج التالي:

#### القضية :

.....  
.....  
.....

#### أسباب القضية: أسباب تعود إلى

١ . الخدمات المقدمة:

.....  
.....  
.....

٢ . المجتمع المحيط بالطفل:

.....  
.....  
.....

يتم كتابة وصف عام للقضايا مثل :

- ارتفاع نسبة التحرش بالفتيات في المدارس أو الأماكن العامة.
  - انخفاض إقبال النساء علي الترشح في الإنتخابات التشريعية والمحلية.
  - ضعف مشاركة المرأة في العمل الحزبي.
  - عدم إقبال الأسر على إبقاء بناتهن بالمدرسة
  - ارتفاع نسبة مساهمة الأطفال في سوق العمل.
  - ارتفاع نسبة تشغيل الأطفال في الحرف الضارة بحالتهم الصحية.
  - عدم وجود قوانين حماية الأطفال العاملين ببعض المهن.
- يتم التعرف على جميع الأسباب التي تؤدي إلى ظهور المشكلات السابقة فيمكن أن يكون هناك أسباب تعود للخدمة المقدمة وللمجتمع المحيط كذلك، عندئذ تذكر جميع الأسباب فمثلا من الأسباب التي تعود للخدمة المقدمة مايلي:
- الأوقات المخصصة لاستقبال السيدات لتطعيم أولادهم غير متناسبة مع ظروفهم في هذا المجتمع.
  - ضعف تواجد الأحزاب في الحياة العامة.
  - ضعف إنتشار المراكز السياسية المتاحة للمرأة.
  - الافتقار إلى وجود عيادات ومراكز صحية تقدم رعاية صحية عالية الجودة للأطفال الموجودين في المجتمع .
  - مقدم الخدمة المسئول عن الوحدة الصحية لا يعامل المترددات معاملة جيدة.
  - عدم إمكانية الحصول على الاستشارات الخاصة بحالة الطفل الصحية والغذاء اللازم له.
- ومن الأسباب التي قد تعود إلى المجتمع المحيط مثلا:**
- الشائعات التي تحول مشاركة المرأة في الحياة العامة كأن المرأة خلقت للعمل المنزلي بس.
  - الصورة النمطية والسلبية عن المرأة في الإعلام.
  - لا يوجد طريق ممهّد للذهاب إلى الوحدة الصحية .
  - انتشار العادات والتقاليد البالية التي تفرق في الرعاية الصحية والتغذية بين الذكر والأنثى.
  - انتشار الأفكار الدينية الغير صحيحة التي تعرض الطفلة الأنثى لبعض الممارسات الضارة مثل الختان.
  - موقف القيادات الطبيعية والمحلية السلبية تجاه كثير من القضايا الخاصة بحماية المرأة.

هناك العديد من المصادر التي يمكن الاعتماد عليها لمعرفة الحقائق والمعلومات المختلفة حول القضايا واتجاهات وأفكار الجمهور المستهدف مثل :

- **الحوارات والمناقشات** التي تتم مع الجمهور المستهدف من خلال الندوات، اللقاءات الجماهيرية والزيارات المنزلية.
  - **البحوث الميدانية** والأبحاث والدراسات تعد من المصادر الهامة للمعلومات كمسح عمالة الأطفال.
  - **التقارير الدورية** لإحصاءات التطعيمات المتاحة في مراكز الخدمة المختلفة .
  - **التعدادات:** يقوم بإجرائه الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء كل عشرة سنوات ويشتمل على العديد من المعلومات منها: التوزيع العمري والنوعي للسكان، وتوزيع السكان ( ١٠ سنوات فأكثر) حسب الحالة التعليمية، توزيع السكان (١٥ سنة فأكثر) حسب الحالة العملية والنشاط الاقتصادي، وتوزيع السكان (١٨ سنة فأكثر للذكور، ١٦ سنة فأكثر للإناث) حسب الحالة الزوجية، ومتوسط حجم الأسرة، وعدد الأفراد لكل حجرة، وتوزيع المباني حسب اتصالها بمرافق الخدمة. تتوفر جميع المعلومات على مستوى الجمهورية ، والمحافظات (حضر-ريف، مراكز وقرى).
  - **السجلات الحيوية:** تحتوى على معلومات عن الأحداث الحيوية التي تحدث في البلد / المحافظة خلال العام، مثل الزواج ، والطلاق ، والمواليد ، والوفيات ، يتم تسجيلها والحصول عليها من خلال السجلات المدنية لكل محافظة.
  - **تقرير التنمية البشرية:** يصدره معهد التخطيط القومي سنويا، وبه العديد من المعلومات الديموجرافية والاقتصادية والاجتماعية على مستوى المحافظات مثل توقع الحياة عند الميلاد، معدلات الوفاة ( الخام، رضع، أطفال، وأمهات )، بيانات عن الأمية والتعليم مثل كثافة الفصل وعدد التلاميذ لكل مدرس، بيانات صحية عن عدد الأفراد لكل طبيب، لكل ممرضة، عدد الممرضات لكل طبيب، بيانات عن العمل والعمالة، البطالة ، الدخل والفقير ، استهلاك الطاقة، الموارد الطبيعية و الأمن الغذائي.
  - **التقارير الدولية الأخرى:** منها ما يصدر سنويا أو كل فترة محددة وبياناتها على مستوى الدول المختلفة. وهى بها ثروة غنية من المعلومات عن الخصائص السكانية، معدلات المواليد والوفاة، توقع الحياة، سكان المدن والعديد من الجداول الخاصة بالتعدادات الرسمية للسكان.
- فمن خلال المصادر السابقة يمكن التعرف على حجم المشكلة، حجم المؤيدين والمعارضين، أسباب المشكلة والعوامل التي تؤثر فيها والنتائج المترتبة عليها.**

## إختيار قضية الدعوة:

قضية الدعوة هي القضية التي تتوافق مع أغلبية المعايير التالية. رتب القضايا وليكن ثلاث قضايا تبعا للمؤشرات بكتابة ٣ عند المؤشر الذي يتحقق بشكل كبير ، أو ٢ عند المؤشر الذي يتحقق بشكل متوسط ، ١ عند المؤشر الذي يتحقق بشكل منخفض.

قضية ٣	قضية ٢	قضية ١	المعايير
			لها تأثير مباشر على تحسين وضع المرأة الاقتصادي والاجتماعي والسياسي
			متماشية مع حقوق الإنسان
			منتشرة ولموسة لعدد كبير من الناس.
			يوجد عنها معلومات وبيانات مؤيدة وتعكس مدى انتشارها وخطورتها.
			سهلة الفهم وتوجد لها أسباب واضحة ومحددة.
			لن تحل بشكل طبيعي أو تلقائي ولكن تتطلب تدخل أو إجراء لحلها.
			تساعد على تحقيق شراكة مع جهات معنية أخرى وخاصة الجمعيات الأهلية.

اجمع كل عمود واختر القضية ذات أعلى درجة.

### تحديد الحلول البديلة واختيار المناسب منها لحل القضية:

يتم في هذه المرحلة تحديد الحلول الملائمة لحل القضية المحددة ويتم وضع المعايير التي سيقوم علي أساسها اختيار الحل.

أستخدم النموذج التالي لاختيار الحل المناسب متبعا نفس خطوات اختيار القضية:

المؤشرات	الحل ١	الحل ٢	الحل ٣
هل الحل محدد و يتضح فيه ما سوف يقوم به الدعاة من أجل حل القضية ، و مكان التنفيذ، والجمهور المستهدف.			
قابل للقياس والملاحظة : بمعنى أن تتوافر البيانات الكمية والنوعية لقياس مدى تحسين الموقف نتيجة لهذا الحل.			
هل الحل يتفق مع العادات والتقاليد السائدة فى المجتمع.			
هل هو مناسب للظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة.			
مدى توافر الظروف المواتية لتنفيذ الحل بمعنى هل تتوافر الموارد المادية والبشرية والفنية المطلوبة.			
هل سيجد الحل من يؤيده من المهتمين وأصحاب المصلحة، ومن المجتمع المحيط بالمشكلة.			

لاختيار الحل المناسب اتبع مايلي:

- ضع صفر إذا لم يتحقق المؤشر.
- ضع رقم ١ إذا تحقق المؤشر إلى حد ما.
- ضع رقم ٢ إذا تحقق المؤشر.
- اجمع كل عمود واختر الحل الذي يحقق أعلى الدرجات



وهناك العديد من الأمثلة التي توضح كيفية استخدام البحوث والإحصاءات في تحديد المشكلة وتحليلها. ومن الجدير بالذكر أن الواقع العملي والظروف المحيطة بالمجتمع تساعد في تحليل القضية واستنباط الحلول العملية لها.

**مثال (١) : أظهرت إحصاءات مديرية التربية والتعليم بمحافظة س أن ٦٠% من تلاميذ المرحلة الابتدائية يتسربون من المدارس بالقرية س**  
**تحليل القضية**

- تم دراسة الأسباب من خلال المقابلات الجماعية ووجد أن الأسباب هي:
١. عدم موافقة أولياء الأمور على استكمال تعليم أولادهم لأسباب اقتصادية.
  ٢. عدم رضا أولياء الأمور عن مستوى الخدمة التعليمية المقدمة في مدارس تلك القرية.
  ٣. العادات والتقاليد السائدة في القرية حول زواج البنات في سن مبكر.

#### **الحلول المقترحة**

- العمل على توفير أخصائية اجتماعية داخل المدرسة لاستقبال أولياء الأمور ودراسة حالتهم .
- طلب الموافقة من مجالس إدارة الجمعيات الأهلية على تقديم الدعم المادي للأسر التي تعاني من تدنى أحوالها الاقتصادية
- العمل على تحسين مستوى الخدمة داخل المدرسة ودراسة عوامل الجذب للتلاميذ.
- إدخال منهج للثقافة الإيجابية داخل فصول محو الأمية بالتعاون مع هيئة تعليم الكبار لتغيير أنماط وسلوكيات المجتمع تجاه الزواج المبكر.

وبانتهاء فريق الدعوة من وضع تصور للحلول المقترحة واختيار الحل المناسب لقضية الدعوة يمكنهم الانتقال إلى خطوة تحديد غاية وأهداف الدعوة كما سنرى فيما يلي.

## اهداف حملة الدعوة

يجب على فريق الدعوة تحديد أهداف الدعوة اللازمة لحل القضية وهناك نوعين من الأهداف، وهما:

### ■ الهدف العام للدعوة أو الغاية :

هي التغييرات والتحسينات التي يسعى الدعاة إلى تحقيقها لصالح المستفيدين أو المجتمع، وهي رؤية طويلة المدى ، أكثر من ٣ إلى ٥ سنوات وتؤدي إلى حل القضية. يصاغ الهدف العام من القضية أو المشكلة نفسها فإذا كانت القضية هي ارتفاع نسبة التسرب من التعليم بين تلاميذ المرحلة الابتدائية فيصبح الهدف العام هو خفض نسبة التسرب أو القضاء على نسبة التسرب بين تلاميذ المرحلة الابتدائية.

### ■ الأهداف المحددة للدعوة :

تعبر عن النتائج والفوائد التي تساهم في تحقيق الأهداف العامة وهي عادة تعبر عن الحلول التي أتفق عليها قبل تصميم حملة الدعوة. ويعتبر هدف الدعوة قصير المدى من سنة إلى سنتين ويصف الإجراء المطلوب من الجمهور المستهدف.

### الهدف الجيد يشتمل على الخصائص التالية

- محدد: يتضح فيه ماسوف يقوم به الدعاة من أجل حل القضية ، و مكان التنفيذ، والجمهور المستهدف للهدف.
- قابل للقياس والملاحظة : بمعنى أن تتوافر البيانات الكمية والنوعية لقياس مدى تحسين الموقف نتيجة لهذا الهدف
- يمكن تحقيقه: وهنا يمكن للدعاة أن يتناولوا الإجابات على بعض الأسئلة منها هل أن الهدف سيتحقق حتى في ظل وجود معارضة داخل المجتمع؟ ، هل سيحصل على مساندة عدد كبير من الناس؟، هل يهتم الناس بالهدف بدرجة كافية لاتخاذ إجراء ؟ .
- مناسب : بمعنى أن يتناسب مع ظروف وإمكانيات المجتمع ومع الغاية .
- موقوت: محدد بتوقيت زمني واضح.

بالإضافة إلى ماسبق فإن هدف الدعوة الناجح هو الذي يساعد على وجود تعاون وشراكة مع الجهات الأخرى سواء الحكومية أو الغير حكومية.

غالباً ما يعمل الدعاة على هدفين أو أكثر في نفس الوقت من أجل تحقيق غاية واحدة، و من الأهمية أن تتعرف مجموعة الدعوة على الجمهور المستهدف وأصحاب المصلحة لدعم قضية دعوتهم . يساعد وضع الأهداف بشكل جيد على تخطيط الأنشطة كذلك بشكل جيد للوصول إلى النتائج المنشودة ، كما أنه يجعل عملية المتابعة والتقييم أكثر سهولة.

غالباً ما يعمل الدعاة على هدفين أو أكثر في نفس الوقت من أجل تحقيق غاية واحدة. وهناك أنواع عديدة من الأهداف المحددة للدعوة التي تساهم في تحقيق الغاية:

- أهداف تحدث تغيير في اتجاهات ، أو قيم عامة، أو سلوك وإثارة الحوار العام نحو القضية.
- أهداف تحدث تغيير في البرامج التعليمية مثلا المنفذة.
- أهداف تحدث التغيير في الأنظمة واللوائح والقوانين التي تسيطر على عملية التسرب من المدارس.
- أهداف تحدث تغيير في المهارات والقدرات المتوفرة في مقدمى الخدمة التعليمية.
- هـ. أهداف تحدث تغيير في المناهج العلمية المستخدمة.
- أو أهداف تحدث تغيير في القضايا الأخرى التي لها علاقة بالقضية المعنى بها الدعاة.

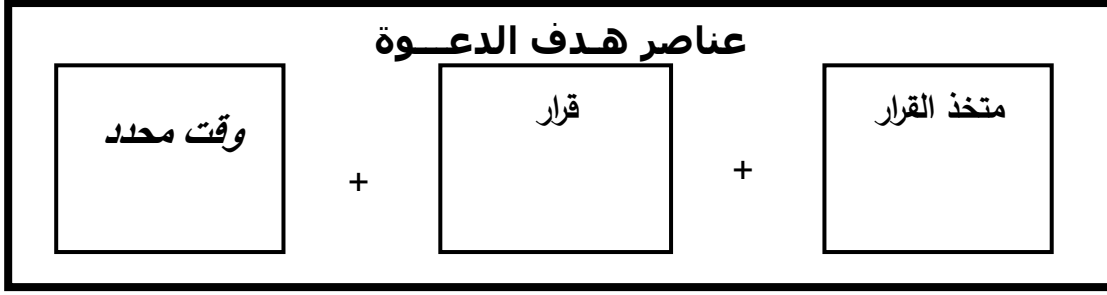
### وفيما يلي أمثلة على أهداف الدعوة التي يمكن أن نسعى إليها لخفض نسبة التسرب من المدارس مثلا.

**الهدف العام:** خفض نسبة التسرب من مدارس المرحلة الابتدائية في القرية س بالمحافظة ص.

#### **الأهداف المحددة :**

١. تبنى معايير جديدة لجودة الخدمة التعليمية في جميع مدارس القرية س بمحافظة ص خلال ١٨ شهر من بداية حملة الدعوة.
١. تنفيذ برامج تثقيفية لعرض مزايا تعليم الأطفال على تنمية المجتمع وعلى تنمية الأسرة في جميع المدارس بالقرية يحضرها جميع أولياء الأمور بالقرية خلال عام من بداية حملة الدعوة.
٢. إصدار قرارات تسمح بإدخال تعديلات على المنهج التعليمي والأنشطة التي تمارس وتقدم في تلك المرحلة خلال عام ونصف من بداية حملة الدعوة.
٣. الحصول على هبات وتبرعات ومنح تساعد في تنمية تلك المدارس وتطوير العملية التعليمية بها.

ولههدف الدعوة عدة عناصر تميزها عن غيرها من الأهداف وهى كما يلى:



- **ممتخذ القرار** هو الشخص الذي بيده تحويل هدف الدعوة إلى فعل .
- **القرار** هو الفعل المتطلب لتحقيق الهدف (مثل تبني قضية أو سياسة معينة، أو اتخاذ قرار بشأن القضية ، أو تبني لبرنامج معين أو مبادرة ... الخ).
- **الوقت المحدد** يصف متى سيتم تحقيق الهدف . فأهداف الدعوة يجب أن تنجز خلال عام أو عامين.

#### تحديد وتحليل الجمهور المستهدف

- لزيادة فرص نجاح الدعاه عليهم أن يتعرفوا على الجمهور المستهدف لحملة دعوتهم حتى يتمكنوا من إعداد الرسائل الفعالة واختيار قنوات الاتصال.
- تحديد الجمهور المستهدف :** يتحدد الجمهور المستهدف للدعوة لكل هدف من أهدافها ويتضمن مايلي:
- **الجمهور المستهدف الأولي:** هو متخذ القرار الذي بيده تحويل هدف الدعوة إلى فعل.
  - **الجمهور المستهدف الثانوي:** يتضمن الأشخاص والمؤسسات القادرة على التأثير في الجمهور الأولي .
- يتحدد الجمهور المستهدف طبقا لهدف الدعوة . فمثلا في حالة تبني معايير جودة الخدمة نجد أن :**

هدف الدعوة :	تبنى معايير جديدة لجودة الخدمات المقدمة فى جميع المدارس الحكومية فى المرحلة الابتدائية خلال ١٨ شهر من بداية حملة الدعوة.
الجمهور الأولي	متخذى القرار بوزارة التربية والتعليم والمديرية مثل مديرى المدارس ووكيل أول مديرية التربية والتعليم بالمحافظة ، ووزير التربية والتعليم .
الجمهور الثانوى ( المؤثرين )	أولياء الأمور الراغبين فى تطوير الخدمة التعليمية بالمدارس الموجودة بالقريه، القيادات المحلية، الطبيعية، والدينية والشبابية المؤثرة والمؤيدة ، بالإضافة إلى أجهزة الإعلام المحلية ،

**تحليل الجمهور المستهدف** : يتم فى هذه الخطوة جمع المعلومات اللازمة لتحليل الجمهور المستهدف ومعرفة اتجاهاتهم نحو قضية الدعوة ( مؤيدون ومعارضين) من خلال:

١. المقابلات الشخصية و المناقشات مع المهتمين.
٢. الملاحظة.
٣. الإطلاع على بعض الأحاديث والخطب الخاصة ببعض المهتمين.
٤. حضور المؤتمرات والاجتماعات والمناقشات المفتوحة التي يشارك فيها المهتمين وأصحاب المصلحة.
٥. إجراء مسح واستطلاع رأى لدراسة آراء واتجاهات الجمهور المستهدف.
٦. متابعة برامج الإذاعة والتلفزيون المحلية التي تشترك فيها الجهات المهمة والشخصيات المعنية بقضية دعوتك.

### **بناء الدعم**

يتحتم على مجموعة الدعوة أن تحدد مستوى التأييد أو المعارضة المتوقعة من هؤلاء الذين يمثلون المجتمع المستهدف الأولي والثانوي، حيث أنه لأسباب كثيرة قد تكون دينية أو ثقافية أو تاريخية فإن بعض القضايا في كثير من الأحيان تكون مثيرة للجدل وتحتاج إلى قيادات ذات مهارة عالية ومقومات وسمات معينة تساعدهم في كسب جمهور مؤيد لحملة الدعوة يساعد فى تحقيق هدف الدعوة. ومن هذه السمات مايلي:

١. لديه رؤية واضحة لقضية الدعوة.
  ٢. لديه برنامج عمل واضح ومحدد .
  ٣. تواصل جيد مع الآخرين.
  ٤. إدراكه أن الوضع قابل للتغيير.
  ٥. إقراره أن الفرد لا يمكنه تحقيق الإنجازات بمفرده.
  ٦. مؤثر فى المجتمع قادر على تحمل المسؤولية وإنكار الذات.
- وعلى مجموعة الدعوة أن تنمى مهارات القيادة لديها حتى تستطيع التأثير فى المجتمع وتوسيع رقعة الدعم. فكلما زاد عدد الأفراد أو الجماعات الذين يعملون على تحقيق هدف الدعوة، كلما زادت فرص النجاح.

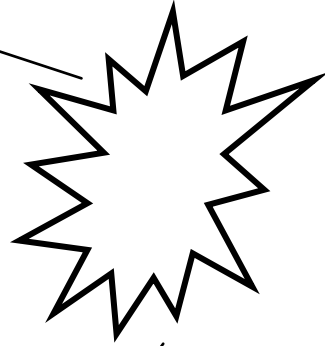
**ومن أهم تلك المهارات القيادية:**

١. التعرف على احتياجات المجتمع الملحة.

- ٢ . القدرة على توصيل احتياجات المجتمع إلى المسؤولين عن تلبيتها.
  - ٣ . الإنصات للآخرين.
  - ٤ . التخطيط في ضوء الإمكانيات والموارد المحلية المتاحة لتحقيق الأهداف.
  - ٥ . القدرة على التفاوض وحل المشكلات.
  - ٦ . استيعاب الآراء المعارضة.
- أخيراً، لا يجب أن تنسى مجموعة الدعوة هؤلاء الذين لم يكونوا رأياً مع أو ضد قضية الدعوة (محايدون)، ففي بعض الأحيان، يكون أحسن استثمار للوقت والجهد هو مناقشة هذا الجمهور المحايد لكسب دعمهم.

نموذج خريطة القوة لتحليل الجمهور المستهدف  
هدف الدعوة :

شخص معارض  
معارضة قوية

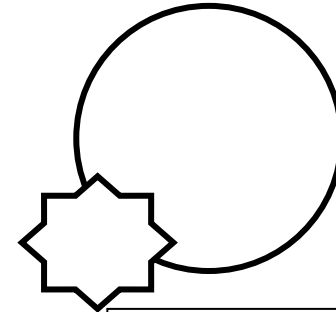


أشخاص معارضين بشدة  
ومتصلين ببعضهم إتصال  
وثيق

معارض

مؤيد

شخصيات أو  
قيادات مؤيدة ولها  
تأثير كبير



مؤيدين للقضية ولكن ليس  
لهم تأثير على الجمهور  
المستهدف ومتصلين ببعض

مؤيد

## إعداد الرسالة

الرسالة هي مجموعة المعانى التي يرسلها المرسل إلى المستقبل بغية التأثير فى سلوكه و تصاغ الرسائل تبعاً لاحتياجات واهتمامات جمهور معين . فمثلا الرسائل الموجهة لمجموعة من الأباء المتعلقة بتحفيظ أولادهم على الإستمرار فى التعليم تختلف عن الرسائل الموجهة للمسؤولين بوزارة العدل من أجل قوانين لحماية الأطفال العاملين فى قطاع الزراعة مثلا. وقد تساعد البحوث ، خاصة البحوث النوعية مثل مناقشة المجموعات البؤرية والمقابلات المتعمقة فى التعرف على الرسائل المناسبة لل جماهير على اختلاف أنواعهم .

### مفهوم رسالة الدعوة وخطوات إعدادها

#### رسالة الدعوة

هى بيان موجز ومقتع عن أهداف الدعوة يركز على ماتريد تحقيقه، ولماذا، وكيف مع ذكر الإجراء المحدد الذى نود من الجمهور المستهدف القيام به.

توجه رسالة الدعوة للجمهور المستهدف لتشجعهم على اتخاذ مواقف مساندة لقضايا دعوتهم أو لتعديل سلوكهم لصالح قضية الدعوة. لذا يجب على الداعية أن يكون ملم بالخطوات التى يجب إتباعها عند إعداد رسالة الدعوة. تتحدد تلك الخطوات فيما يلى:

١. إعداد فكرة أساسية للرسالة.
٢. إعداد خلفية من المعلومات البسيطة كلما استدعت الحاجة.
٣. وفر مجموعة من البيانات إذا كانت مناسبة لإقناع الجمهور المستهدف.
٤. قم بإعداد الرسالة بحيث تكون قصيرة، وبسيطة، وذات طابع إنساني، كما يجب أن تكون محددة ودقيقة وإيجابية ومتسقة.
٥. اختبر الرسالة على مجموعات مختلفة تماثل الجمهور المستهدف.
٦. عدل الفكرة والألفاظ والعبارات طبقا لنتائج الاختبار القبلي.

**وفيما يلى توضيح للنقاط أساسية التي يمكن مراعاتها عند إعداد الرسالة:**

١ - **موجزة ومختصرة:** على المرسل أن يوجز، ويكون الإيجاز بحذف المعلومات التي لا تسهم في تحقيق هدف الاتصال ، وتجنب الحشو الزائد. وأن يكون هناك نقطة واحدة رئيسية لتوصيلها وهذا فرض نموذجي (مثالي)، إذا كان هذا غير ممكن فائنين أو



ثلاثة على الأكثر . فمن الأفضل أن نترك الناس بفكرة واحدة واضحة عن أن نتسبب في بلبلة فكرهم أو إزعاجهم بأفكار كثيرة .

٢- **واضحة وتامة:** يجب أن يكون معنى الرسالة واضحاً بحيث لا يكون هناك أدنى امكانية لسوء الفهم، وهذا يتطلب فحص كل كلمة وجملة وعبارة من عبارات الرسالة الاتصالية حتى تكون مفهومة لدى المستقبل. وأن يتم اختبار الرسالة مسبقاً مع ممثلين للجمهور المستهدف للتأكد من أن الرسالة التي تم إرسالها هي نفسها التي تم استقبالها . عندما يقوم فريق الدعوة بإعداد رسالة للدعوة موجهة إلى الشباب، على سبيل المثال، من المفيد دائماً أن يتم تجربة توصيل الرسالة على مجموعة من الشباب المساندين كنوع من الاختبار للرسالة. قد تعطي هذه المجموعة مردود مفيد عن كيفية تفسير الرسالة .

٣- **صحيحة ومقتعة:** أن تكون الرسالة صحيحة ومقتعة من خلال البيانات والمعلومات الصحيحة التي تحتوى عليها والمنطق السليم التي تبنى عليه ، وواضح فيها الإجراء الذي سيتم اتخاذه من قبل الجمهور المستهدف.

## ٢-٤-٢ خصائص وعناصر الرسالة الفعالة

### خصائص الرسائل الفعالة

- ١ . بسيطة وواضحة
- ٢ . موجزة ( مركزة)
- ٣ . لغة مناسبة ومفهومة
- ٤ . جذابة ويسهل حفظها
- ٥ . ذات مصداقية
- ٦ . تدعو الجمهور إلى عمل شئ أو إتخاذ موقف معين

### العناصر الخمس للرسالة

- ١ . المحتوى / الأفكار
- ٢ . اللغة
- ٣ . ناقل الرسالة / المصدر
- ٤ . طريقة نقل الرسالة
- ٥ . الوقت والمكان

- **المحتوى / الأفكار :** يشير المحتوى إلى الفكرة الأساسية للرسالة، ما هي النقطة الرئيسية التي تريد أن توصلها لجمهورك؟ ما هي الفكرة الواحدة التي تأمل أن يحصل عليها الجمهور وتبقى معه بعد توصيل الرسالة .
- **اللغة :** اللغة تتضمن الكلمات التي تختارها لتوصيل رسالتك . هل اللغة مناسبة لجمهورك المستهدف؟ هل اختيار الكلمات واضح أو يمكن تفسيرها بطريقة مختلفة بواسطة جمهور مختلف؟ هل من الضروري استخدام لهجة محلية لتوصيل الرسالة؟
- **ناقل الرسالة / المصدر :** هو الشخص أو الأشخاص الذين سيقومون بنقل الرسالة . هل ناقل الرسالة ذو مصداقية لدى الجمهور المستهدف؟ هل من الممكن أن يكون من بين ناقلي الرسالة أحد المنتفعين؟ فبإمكان مجموعة الدعوة أن ترسل رسائل قوية وذات معنى لمتخذي القرار ولصانعي السياسات من خلال أحد الأفراد المتضررين من القضية .
- **طريقة نقل الرسالة / قنوات الاتصال :** طريقة نقل الرسالة هي القنوات التي تختارها لتوصيل رسالتك . ما هي أكثر طريقة تساعدك على وصول رسالتك للجمهور المستهدف؟ القنوات المختلفة الأكثر فاعلية لجمهور معين .
- **الوقت / والمكان :** متى وأين سيتم نقل الرسالة؟ هل هناك تجمعات للرجال محددة المواعيد والأماكن يمكن الإستفادة منها لدعوة الرجال للمشاركة في حل القضية ، هل هناك أندية مرآة للتجمعات الأسرية يمكن من خلالها مخاطبة أفراد الأسرة المسؤولين عن قرار تعليم وتشغيل أبنائهم، وماهي المواعيد التي تناسب عدد كبير من الأفراد ، هل هناك أحداث إجتماعية تستطيع أن تربطها برسالة الدعوة حتى يمكنك الحصول على اهتمام أكثر بالقضية؟ مثل وفاة أحد الأطفال نتيجة تدنى الخدمات الصحية المتوفرة بالقرية ، إنتشار بعض الأمراض الوراثية في المجتمع نتيجة زواج الأقارب، أو وفاة أحد الأطفال في أسرة ما نتيجة عدم توفير الرعاية الصحية له بسبب العدد الكبير داخل الأسرة .

### مثال لنموذج إعداد الرسالة:

دليل حملات الدعوة وكسب التأييد لقضايا النوع الاجتماعي\_ جمعية الحقوقيات المصريات\_ إعداد هاني إبراهيم

<p>تبنى معايير جديدة لجودة الخدمة التعليمية المقدمة فى جميع مدارس المرحلة الابتدائية فى القرية س بالمحافظة ص خلال ١٨ شهر من بداية حملة الدعوة .</p>	<p>هدف الدعوة:</p>
<p>١- توفير معامل للكمبيوتر متطورة بالمدارس ومدرسين مدربين. ٢- تخصيص يوم فى الأسبوع لمسابقات أوائل الطلبة بين المدارس</p>	<p>النشاط:</p>
<p>موافقة المسؤولين بوزارة التربية والتعليم على توفير معمل كمبيوتر داخل كل مدرسة ومدرسين مدربين ، وتخصيص يوم فى الأسبوع لمسابقات أوائل الطلبة بين المدارس.</p>	<p>الإجراء:</p>
<p><b>الأولى:</b> مديري المدارس المستهدفة - وكيل أول مديرية التربية والتعليم بالمحافظة-وزير وزارة التربية والتعليم. <b>الثانوي:</b> أولياء الأمور وطلاب المدارس- القيادات المحلية والمجتمعية بالمحافظة.</p>	<p>الجمهور المستهدف</p>
<p>أظهرت نتيجة المناقشات المتعمقة مع أولياء الأمور وتلاميذ المرحلة الابتدائية والقيادات المحلية حاجة مدارس القرية س بالمحافظة لتحسين جودة الخدمة التعليمية بها من خلال إنشاء معمل كمبيوتر به مدرسين مدربين وتنشيط المسابقات التعليمية بين المدارس والفصول مما يؤدي إلى تحسين مستوى التعليم بتلك المدارس وخفض نسب التسرب منها وبالتالي خفض نسبة الأمية على مستوى المحافظة.</p>	<p>محتوى الرسالة</p>
<p>مسئولي الجمعيات الأهلية وبعض قيادات القرية.</p>	<p>ناقل الرسالة</p>
<p>يوم الأحد الموافق.....الساعة.....فى مكتب السيد .....</p>	<p>وقت ومكان نقل الرسالة</p>

## الاتصال :

يلعب الاتصال الفعال دورا أساسيا فى نجاح العلاقات الإنسانية فى مختلف مجالات الحياة. ولذلك فهو مهارة يتعين على فريق الدعوة اكتسابها وتطبيقها، ليتمكنوا من تحقيق مهامهم. ويتميز الاتصال الفعال بالإدراك والوعي، والقدرة على توصيل الفكرة إلى الطرف المقابل من خلال قناة الاتصال الملائمة للجمهور المستهدف.

وفيما يلى التعرف على أهم قنوات الاتصال التي يمكن اختيارها لتوصيل رسالة الدعوة ، ومعايير اختيار القناة المناسبة، بالإضافة إلى التعرف على أساليب الإقناع ومهارات الاتصال من أجل تفعيل عملية الدعوة وإتمامها بنجاح.

## قنوات الاتصال

تعتبر قنوات الاتصال الواسطة المادية لتوصيل الرموز حاملة معاني الرسالة مثل القناة الصوتية كما يحدث في المقابلة الشخصية ، والقناة الكتابية كما في حالة التقارير، والقنوات التقنية كالتليفون والتلكس الراديو والتليفزيون ، والقناة التصويرية كما في حالة الملصقات ولوحة الإعلانات. ومن أمثلة قنوات الاتصال التي يمكن أن يستخدمها الدعاة مايلي:

- المحادثات والحوار غير الرسمي.
- الحوار العام خلال الندوات والمقابلات الجماعية.
- الزيارات المنزلية.
- الاجتماعات.
- الخطابات.
- مطويات وكتيبات دعائية.
- تقارير عن الحقائق المتعلقة بالقضية.
- قنوات الإذاعة والتليفزيون المحلية.
- الشبكات الإلكترونية.
- الملصقات والمعلقات فى الأماكن العامة.
- شرائط الفيديو.
- المؤتمرات الصحفية والأحاديث الإعلامية.
- النشرات الإعلامية.
- رسوم بيانية وصور توضيحية.

## مؤشرات اختيار الطريقة المناسبة:

- **الجمهور:** بعض الطرق تكون أكثر فاعلية وأكثر مناسبة لجمهور معين . فعلى سبيل المثال، يتجمع الرجال بعد أوقات العمل فى الأندية أو أماكن أخرى فعندئذ

يمكن استخدام الحوارات والمناقشات الجماعية ، كذلك شباب المدارس والجامعات لديهم بعض الوقت لحضور المعسكرات الصيفية في أوقات الصيف والأجازات أو مراكز الشباب ، وعندئذ تصبح الطرق الفعالة لهم هي الندوات واللقاءات الشبابية. بينما صانعي السياسات من ذوي المناصب العليا ليس لديهم وقت ولديهم مسئوليات كثيرة . ولذلك الرسالة يجب أن تعطيم الحقائق بشكل واضح ومختصر ومحدد ، وأيضاً يجب أن تترك لهم معلومات للقراءة في وقت لاحق . الطرق الفعالة لصانعي السياسات تتضمن، تقارير إفادة، أوراق بالحقائق، المقابلات وجهاً لوجه في الاجتماعات.

- **التكلفة :** يجب على فريق الدعوة أيضاً السعي للحصول على الفرص التي يعفون فيها من الدفع أو يتحملون تكاليف بسيطة مثل اللقاءات الجماعية من خلال أندية المرأة ، اللقاءات الشبابية من خلال مراكز الشباب والمعسكرات الصيفية أو بالوحدات الصحية. كذلك الاستفادة من القنوات والبرامج المحلية لنقل الرسالة وتحقيق أهداف الدعوة .

- **المخاطرة ( احتمال التعرض لأخطار):** عندما تعلن مجموعة الدعوة قضية دعوتها للرأي العام - خاصة عندما تكون قضية مثيرة للجدل - يكون هناك نوع من المخاطرة . ويكون لبعض أساليب الدعوة مخاطرة عن البعض الآخر . الحوار العام والمؤتمر المباشر يبرز القضية و يمكن أن تصبح حدث "ساخن" يلفت النظر، ويمكن الإقلال من المخاطرة وذلك من خلال التخطيط الدقيق واختيار المتحدثين وعمل البروفات ... إلخ .

- **وجود شخصية مؤثرة :** يمكن أن يفضل فريق الدعوة اختيار طريقة تسمح له بالتعرف على شخصية قيادية في المجتمع تساعد وتسانده في توصيل رسالته إلى الجمهور المستهدف للدعوة .

وأخيراً يمكن أن توجه الرسالة للشخصيات المستهدفة عبر منافذ مختلفة ، فالرسالة التي يتم توجيهها لن تظهر نتيقتها بين يوم وليلة ومن ثم يجب تكرار الرسالة أكثر من مرة مع الثبات على المحتوى وأسلوب الرسالة فلا تبدلها ووجهها من خلال منافذ وأساليب مختلفة حتى لا تثير الملل في نفوس متلقيها. فمثلاً إذا كنت تسعى للتأثير على الجماهير فيمكن استخدام اللقاءات الجماهيرية، أو وسائل الإعلام المختلفة، أو الزيارات المنزلية، أو الكمبيوتر. أما إذا كنت تسعى للتأثير على أحد المسؤولين في الجهات الحكومية فعليك أن تلجأ إلى الخطابات، أو التقارير والحقائق، الاجتماعات والرسومات البيانية وهكذا. وفي جميع تلك الحالات فإنك تحتاج أن يكون لديك مهارات خاصة في الإقناع والاتصال حتى تستطيع توصيل الرسالة والإقناع بها. وهذا يجعلنا نتطرق لأهم مهارات الإقناع والاتصال التي تساعد في تفعيل حملة الدعوة .

### أساليب الإقناع ومهارات الاتصال:

عندما نقوم بالاتصال ، فإننا نتبادل المعلومات مع الآخرين. وكمحدثين، فإننا نقصد توصيل مضمون رسالة معينة إلى مستمعينا. فعندما نتبادل المعلومات أو عندما نريد توصيل مضمون الرسالة، فإننا نستخدم اللغة ، أي **الإشارات اللفظية** كالأسئلة المفتوحة ( ماذا تقترح؟ ) والمغلقة ( هل أنت موافق؟ )، والمتعمقة ( مارأيك في هذا الموضوع؟ )، و**الإشارات غير اللفظية** (الإيماءات)، مثل تعابير الوجه، وأسلوب الحديث وطريقة الوقوف والحركة وإيماءات الجسم.... الخ على حد سواء. إن الإشارات غير اللفظية تكشف الكثير عن حالتنا الجسدية والعاطفية، وعن أسلوب تحديدها وتقييمنا لعلاقتنا بمستمعينا، إضافة للموضع الذي نتحدث عنه.

ويقتضى الاتصال الفعال، أن يفهم المستمع مضمون كلام المتحدث كما يقصده تماما. وإذا لم يتحقق ذلك فإن النتيجة تصبح حدوث اضطراب في الاتصال. ولا يحدث هذا الاضطراب لاختلاف اللغات فحسب، بل لأن الناس يختلفون في طريقة فهمهم وتفسيرهم لما يسمعون أو يشاهدون، بناء على تجاربهم وتوقعاتهم.

إن **الإنصات بانتباه مهارة** من مهارات الاتصال الغير مقدره ، حيث يعتقد الكثيرون أنهم يحصلون على ما يرغبون فيه من خلال التحدث. على العكس فالعديد من الأفراد الناجحين يقضون وقتا أكثر في الإنصات عن التحدث وعندما يتكلمون فهم في الغالب يوجهون الأسئلة ليتعلموا أكثر.

هناك بعض الإرشادات التي يمكن الاستفادة منها لإقناع الآخرين بقضية دعوتك وهى كما يلي:

١. حدد هدفك واحصل على الحقائق والأرقام عند عرض رسالتك لتضفى عليها لمصداقية قرر ما تريد تحقيقه ولماذا، اجمع كافة الحقائق التي تحتاجها لدعم قضيتك، حاول تقليل، الحجج العاطفية حتى يمكنك والآخرين الحكم على القضية والحلول في ضوء الحقائق وحدها.

٢. اكتشف ماذا يريد الآخريين لا تقلل أبدا من مقاومة الأفراد الطبيعية للتغير ولكن ضع في اعتبارك أن مثل هذه المقاومة نسبية. عندما يطلب منهم دعم القضية فأول أسئلة يوجهها الأفراد لأنفسهم هي : كيف يؤثر ذلك على؟ وإذا أمكنك أن تضع نفسك مكان الآخريين فستكون قادراً على التنبؤ بالاعتراضات وتقدم أفكارك بطريقة أكثر جاذبية. ولذلك يجب أن تكتشف كيف ينظر الأفراد إلى الأشياء وماذا يريدون ومتى، استمع إلى ما يريدون قوله، ولا تتحدث كثيراً، وجه الأسئلة وإذا ما وجهوا إليك سؤالاً أجب عليه بسؤال آخر. اكتشف ما يسعون إليه، ثم قدم قضيتك بطريقة تبرز فوائدها لهم ، أو على الأقل تقلل الاعتراضات أو المخاوف مستعينا بأمثلة إنسانية من واقع الحياة ، ومن داخل مجتمعاتهم مؤثرة ومؤيدة لرسالتك .

٣. اجعلهم يشاركون في أفكارك، دعهم يساهمون إذا أمكن ذلك. حاول أن تجد أي أرضية مشتركة لتبدأ منها بالاتفاق، لا تكسب عداوتهم، تجنب أن تهزمهم في المناقشة. ساعدهم في الاحتفاظ باعتدادهم بأنفسهم ودائماً أترك مخرجاً.

وحتى يتحقق الهدف من دعوتك لابد من أن يكون لديك مهارات للاتصال التي تساعدك في تبادل الحوار والمناقشات واستمرارها في الاتجاه الذي ترغبه أنت وليس الآخرون.

### مهارات الاتصال الفعال وتدقيق المعلومات:

● **الاتصال البصري:** يدل الاتصال البصري مع الآخرين بالثقة بالنفس، بل ويفتح آفاقاً واسعة للتواصل مع الناس، ويساعد على تكوين العلاقات الجيدة، فعند عرض رسالة دعوتك فإنك تتواصل مع جمهورك بصرياً مما يشركهم معك ويساعد في تفاعلهم مع مع تقوله، كما أن الاتصال البصري يساعد ناقل الرسالة على الاسترخاء، ويخفف من الإحساس بالعزلة.

دلت التجارب أن أفضل اتصال بصري يكون من 1-3 ثانية لكل شخص، أما إذا كان الجمهور كبيراً فقسم الجمهور إلى مجموعات مختلفة حتى تتواصل معهم بصرياً على شكل مجموعات، احذر من تجول بصرك في الغرفة أو إلى أسفل أو أعلى أو تركيز بصرك على شخص أو مجموعة دون غيرها.

● **الصوت المناسب:** استخدم الصوت الهادئ الرزين واعمل على ألا يكون على وتيرة واحدة. فنبرة الصوت الغاضبة أو الدفاعية، استخدام الأسلوب التهكمي والنبرة التهكمية، تساعد في تحريف الرسالة وعدم وصولها بصورة صحيحة.

### **هناك ثلاث مشاكل متعلقة بالصوت وهي:**

١. الرتابة: تحدث الرتابة عندما يفقد الصوت نبرته الطبيعية نتيجة القلق بحيث تصبح عضلات الصدر والحنجرة أقل مرونة، مما يخفف تدفق الهواء خلالها، ولتلافي تلك المشكلة عليك بالاسترخاء لتخفف التوتر، كما أن تحريك الجزء العلوي من الجسم يخفف من حدة التوتر فتشعر بالاسترخاء، ويعود صوتك لوضعه الطبيعي.

٢. التحدث بسرعة كبيرة: لا تعتبر مشكلة إلا إذا كان الكلام غير مفهوم من قبل المتحدث، ولكن عندما تقدم عرضاً فنياً أو تقنياً يجب أن تتحكم في سرعة نطقك، ولعلاج ذلك أصغ لنفسك وأنت تقول آخر كلمة في جملة ما، ثم انتقل إلى الجملة الأخرى، وهذا الأسلوب له دور في جذب انتباه الجمهور واستيعابهم لعرضك.

٣. مشاكل طبقة الصوت: عند تقديم عرضك تأكد من أن الجميع يسمع صوتك بوضوح تام، ولتجاوز هذه المشكلة يمكن إتقانها بالممارسة ومن فوائد طبقات الصوت جذب انتباه واهتمام الجمهور لعرضك.

### ● **السلوك والمظهر**

١. ارتدى ملابس أنيقة ومناسبة للحاضرين. وإذا لم تكن متأكد مما سوف ترتديه حاول أن ترتدي ملابس أنيقة وأكثر رسمية مما تعتقد أن يرتديه جمهورك.

٢. تجنب الحركات التي تلهي الفكر عن التركيز في رسالتك.

٣. يجب أن يوحى مظهرك بالثقة في النفس واحترام الآخرين.

٤. يجب أن تقدم رسالتك وأنت في أحسن صحة وحالة مزاجية جيدة.

## معوقات الاتصال:

تعمل مجموعة من العوامل كمعوقات للاتصال، وتؤدي هذه المعوقات إلى التشويش على عملية الاتصال. يمكن تقسيم معوقات الاتصال إلى معوقات في المرسل، ومعوقات في الرسالة، ومعوقات في وسيلة الاتصال، ومعوقات في المستقبل، ومعوقات في بيئة الاتصال.

### ■ معوقات في الراسل:

يقع الراسل في أخطاء عند اعتزاه الاتصال بالآخرين، وهذه الأخطاء تنحصر في عدم التبصير بالعوامل الفردية أو النفسية التي بداخله، والتي يمكنها أن تؤثر في شكل وحجم الأفكار والمعلومات التي يود أن ينقلها الراسل إلى المرسل إليه، من هذه العوامل: الدافع، والخبرة والتعلم، والفهم والإدراك والشخصية، والعمليات الوجدانية والعقلية.

### ■ معوقات في الرسالة:

تتعرض المعلومات أثناء وضعها في الرسالة ببعض المؤثرات التي تغير من طبيعة وشكل وحجم ومعنى المعلومات والأفكار. إن الخطأ في الرسالة يحدث عند القيام بالصياغة، أو ترميز المعلومات، وتحويلها إلى كلمات، وأرقام وأشكال وحركات، وجمل وغيرها.

### ■ معوقات في وسيلة الاتصال:

إن عدم مناسبة وسيلة الاتصال لمحتوى الرسالة ولطبيعة الشخص المرسل إليه تسبب في كثير من الأحيان فشل الاتصال. عليه يجب أن يقوم الراسل بانتقاء وسيلة الاتصال الشفوية أو المكتوبة المناسبة، وذلك حتى يزيد من فعالية الاتصال.

### ■ معوقات في بيئة الاتصال:

يقع أطراف الاتصال في أخطاء عديدة عندما يتغافلون تأثير البيئة المحيطة بهم، والمحيط بعملية الاتصال، وعدم الأخذ بعناصر البيئة وتأثيرها على الاتصال يجعل هذا الاتصال أما غير كامل أو مشوشا. وسنتعرض فيما يلي لعناصر بيئة الاتصال، والأخطاء الخاصة بها:

١. عدم ملائمة الوقت أو المكان لأحد الأطراف في عملية الاتصال.
٢. أحد أطراف الاتصال أو كلاهما على غير علم أو لا يفهم قضية الدعوة ولا أهدافها.
٣. أحد أطراف الاتصال تتعارض أهدافه مع أهداف الطرف الآخر في الاتصال.
٤. أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم وظيفته أو وظيفة الآخر.
٥. أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم الفوائد التي ستعود عليه من جراء الاتصال.



٦. أحد الأطراف أو كلاهما لا يفهم العواقب السيئة التي ستصيبه أو تصيب مجتمعه من جراء سوء الاتصال.

### تعبئة الموارد المحلية لصالح قضية الدعوة

تعد تعبئة الموارد بأشكالها المختلفة عملية أساسية من أجل تحقيق الأهداف الجماعية المشتركة. فالوصول إلى الموارد البشرية، أو المادية يزيد من احتمالات نجاح الدعاه. فعلى فريق الدعوة البحث عن الفرص المتاحة للاستفادة من القيادات المحلية المؤثرة على المجتمع المستهدف مثلاً، أو التعاون مع الجهات والهيئات الموجودة بالمجتمع للحصول على الموارد المختلفة التي تساعد في تحقيق أهداف الدعوة فمن الإمكان القيام بحملة دعوة ناجحة باستخدام الموارد والقيادات المتوفرة في المجتمع المحلي.

فمثلاً القيادات المؤثرة في المجتمع المستهدف للدعوة قد تكون :

- مدير المدرسة ، مدير مديرية التربية والتعليم ، عضو مجلس محلي ، و مسئول إعلامي حيث يمكن الاستعانة بهم في تعبئة المجتمع وتحفيزه للمشاركة في حل القضايا المرتبطة بالخدمات التعليمية وأهمية تعليم الأطفال.
- شيخ الجامع، فيمكنه تناول رأي الدين في التفرقة بين الجنسين من حيث المعاملة أو زواج الأقارب الذي قد ينتج عنه أطفال معوقين أو الزواج المبكر الذي يضر بالمجتمع
- العمدة والمأذون فيما يتعلق بسن الزواج لكل من الفتى والفتاه.
- مدير مركز الشباب لعقد ندوات للشباب لزيادة مشاركتهم في القضايا المجتمعية.
- رئيس مجلس إدارة أندية المرأة فيما يتعلق بعمل ندوات ولقاءات بالأندية لزيادة مشاركة المرأة في حل قضايا مجتمعها.

أما بالنسبة للجهات، فيمكن للداعية العمل مع مراكز الشباب في عقد ندوات للشباب والدعوة إلى تبني مفهوم الأسرة الصغيرة، أو التعاون مع لجنة الشباب في الحزب الوطني، والمجلس القومي للمرأة بالنسبة لعقد ندوات عن أهمية تعليم البنات ، ورفع سن الزواج، ومخاطر الحمل في السن الصغيرة، كما يمكن العمل مع الجمعيات الأهلية الأخرى القائمة في مجال التنمية، وكذا التعاون مع هيئة تعليم الكبار لمناقشة قضايا الدعوة مع الرجال والشباب في فصول محو الأمية. فقضايا الدعوة تحتاج إلى قادة مجتمعيين مؤيدين ومساندين وقادرين على الإقناع ، و مواجهة المشكلات . كما تحتاج حملة الدعوة لهؤلاء القادة لتوفير الموارد الفكرية والمادية والمالية لدعم الأهداف المجتمعية.

\* تنفيذ حملة الدعوة

إعداد الخطة التنفيذية

ركزت جلسات حلقة العمل حتى الآن على بناء المهارات الفنية في المراحل المختلفة لعملية الدعوة – وعلى الخطوات الإجرائية اللازمة لتصميم تلك الحملات من تحديد للقضايا، وضع الغايات والأهداف، تقدير المساندة والمعارضة والوصول إلى الجمهور المستهدف، إعداد ونقل الرسالة، و تعبئة الموارد المحلية. والآن قد حان الوقت لتجميع كل أجزاء العمل ووضع هذه المنتجات في خطة تنفيذية واحدة لتوجيه الدعاه. يعطى إعداد الخطة التنفيذية فرصة ممتازة لفريق الدعوة للعمل بروح الفريق ويخلق لديهم شعورا بالملكية والالتزام .

تشتمل عملية التخطيط لحملة الدعوة على عدد من الخطوات المنطقية هي:

١. التحديد المسبق للأهداف المراد الوصول إليها.
  ٢. وضع واختيار بديل من بين عدة بدائل متاحة لتنفيذ الهدف المطلوب وحل القضية.
  ٣. تحديد الجمهور المستهدف والتعرف على وجهات النظر المساندة.
  ٤. جمع معلومات حول الآراء المعارضة وتحديد وجهات النظر والدوافع والأسباب.
  ٥. بناء الدعم والمساندة لقضية الدعوة والهدف .
  ٦. إعداد الرسالة وتحديد قنوات الاتصال المناسبة.
  ٧. تحديد الإمكانيات اللازمة لتنفيذ أنشطة الدعوة و تحديد الإمكانيات المتاحة فعلاً، و تحديد كيفية توفير الإمكانيات غير المتاحة.
  ٨. وضع البرامج الزمنية اللازمة لتنفيذ الهدف (الخطة التنفيذية) ، والتي تتناول تحديد الأنشطة اللازمة لتحقيق الهدف، وكيفية القيام بها ( الإجراءات) ثم تحديد المسؤولين عن تنفيذها من فريق الدعوة ، والموارد المطلوبة لتنفيذ الأنشطة سواء المادية أو البشرية، والإطار الزمني اللازم لتنفيذ كل نشاط، وأخيرا أسلوب المتابعة والتقييم.
- إن العمل بدون خطة يصبح ضربا من العبث وضياح للوقت ، إذ تعم الفوضى والارتجالية ويصبح الوصول إلى الهدف بعيد المنال.وتبرز أهمية التخطيط أيضا في توقعاته للمستقبل وما قد يحمله من مفاجآت وتقلبات حيث أن الأهداف التي يراد الوصول إليها هي أهداف مستقبلية أي أن تحقيقها يتم خلال فترة زمنية محددة ، مما يفرض على فريق الدعوة عمل الافتراضات اللازمة لما قد يكون عليه هذا المستقبل وتكوين فكرة عن ما سيكون عليه الوضع عند البدء في تنفيذ الأهداف وخلال مراحل التنفيذ المختلفة.

مثال لإطار خطة تنفيذية للدعوة

من ٢٠١٦/٥/١ إلى ٢٠١٨/٥/١

الغاية: بيئة قانونية داعمة لمشاركة المرأة في الحياة العامة

هدف الدعوة: تحديد مجموعة من الإشرطات الإجرائية لنسب تمثيل النساء في القيادة الحزبية والمجالس التشريعية

النتائج المتوقعة	الإطار الزمني		الأشخاص المسؤولين عن التنفيذ	الموارد المستخدمة في تنفيذ حملة الدعوة	والإجراءات التنفيذية الأنشطة
	من	إلى			
٢٠ قيادة حزبية مؤهلة للمشاركة	٣١ إبريل	١ مايو	مسئول التدريب بمؤسسة (س)	مدربين – مواد تدريبية – قاعات تدريب	١- تنظيم تدريب للقيادات الحزبية النسائية الشابة
توصيات قابلة للتنفيذ	١ يونيو	١ مايو	مدير مؤسسة (س)	قاعة – ميسر للحلقة النقاشية – مقترحات وتوصيات من المجتمع والمجموعات النسائية	٢- عقد جلسة نقاشية مع عدد من نواب البرلمان المعنيين بالتشريع
خطة لحملة إعلامية	١٥ يونيو	٢ يونيو	قيادة حزبية	قائمة بريدية بالإعلاميين – قاعة إجتماعات – بيان صحفي	٣- إجتماع مع عدد من الإعلاميين المهتمين بالقضية

- الأنشطة : هي الأفعال المزمع القيام بها من قبل متخذى القرار للمساهمة فى تحقيق هدف الدعوة.
- الإجراءات: هي الأفعال المزمع القيام بها من قبل الدعاه للوصول بالنشاط إلى حيز التنفيذ .
- الموارد المحلية : هي الموارد المتاحة بالقريه أو المحافظة سواء المادية أو البشرية واللازمة لتنفيذ الأنشطة ويعتبر مجموعة المؤيدين المؤثرين من قيادات المجتمع والمهتمين ( الجمهور الثانوى) ضمن الموارد البشرية المطلوبة لتنفيذ حملة الدعوة.
- المسؤولين عن التنفيذ : يتم تحديدهم طبقا للأنشطة والإجراءات ، فى حالة الأنشطة فالمسؤولين هم متخذى القرار ( الجمهور الأولى لحملة الدعوة)، وفى حالة الإجراءات فالمسؤولين هم القائمين بحملة الدعوة بالقريه أو المحافظة مثل رؤساء مجلس إدارة الجمعيات الأهلية المهتمة.

## \* المتابعة والتقييم

يهتم الدعاة أسوة بمتابعة التقدم في الإنجاز والأداء في حملة دعوتهم التي ينفذونها لحل قضايا المجتمع التي تعوق التقدم والتنمية.

تعتبر **المتابعة** من أهم المكونات الأساسية في عملية الدعوة وهي عملية مستمرة للتأكد من تحقيق الأنشطة للأهداف الموضوعة في فترة زمنية معينة من خلال جمع معلومات في كل خطوة من خطوات الدعوة بهدف تلافى السلبيات وتشجيع الإيجابيات والمساعدة في تعديل قضية الدعوة. وهي دائما تواكب المراحل التنفيذية لخطوات الدعوة مما يساعد على إدخال التعديلات اللازمة في التوقيعات المناسبة، كما أنها ترصد التغير الحادث خلال فترة تنفيذ حملة الدعوة. ونتائج المتابعة توضح ما إذا كانت أنشطة الدعوة نفذت طبقا للخطة أم لا وتقيم إلي أي مدى تم تحقيق هدف الدعوة باستخدام الموارد المتاحة.

**التقييم** هي عملية جمع وتحليل المعلومات من أجل تقدير نتائج الأنشطة وتحديد مدى تحقيق فريق الدعوة لأهدافه الموضوعة. السؤال هنا " هل قمنا بإنجاز النتائج المطلوبة؟". ويتم جمع المعلومات إما بالشكل الروتيني عن طريق التقارير الدورية والإحصاءات الخدمية لمعرفة التغير في الظاهرة محل الدعوة، وإما عن طريق بحوث ميدانية صغيرة يتم فيها استخدام الأسلوب الكمي لتحديد حجم المجتمع الذي تبنى قضية الدعوة والأسلوب الكيفي (مناقشات بؤرية) لتحديد الدوافع والمتغيرات التي أدت إلى هذا التغير في الإتجاهات والسلوك.

**المتابعة والتقييم** الجيد يساعد فريق الدعوة على متابعة نجاحاته، بناء صداقته مع الجمهور المستهدف، وتحفيز الأعضاء على الاستمرار في حماسهم. إذا استطاعت أنشطة فريق الدعوة أن تحرز التغيير المطلوب ستتواجد الرغبة لدى الفريق في أن يبرز العلاقة الواضحة بين أهدافه وأنشطته والتغيير الذي تم تحقيقه في مجتمعه.

**وفيما يلي ملخص لأهم أساليب المتابعة والتقييم التي يمكن الإستعانة بها:**

- مراجعة الوثائق والتقارير والسجلات المكتبية والعمل الميداني لحصر المستفيدين.
- ملاحظة التنفيذ وأسلوبه وجمع المعلومات من المستفيدين والمؤيدين من الأفراد والجهات المتعاونة لتقييم عملية التنفيذ.
- تحليل البيانات الكمية والنوعية وإعداد تقرير دقيق موضوعي يتضمن آراء بناءة تحليلية تشير إلى الإنجازات التي تمت لحل المشكلة و تخلص إلى توصيات عملية مستقبلية.