



YOUTH ACTIVISM FOR  
LEBANESE ACCOUNTABILITY

# الوحدة الخامسة: حملة المناصرة والمساءلة الدرس الثالث : إعداد خطة للمناصرة

# إعداد خطة للمناصرة

الهدف من الدرس: التفكير في التفاصيل اللازمة لإعداد حملة مناصرة فعالة

سوف نتعلم في هذه الجلسة كيف نقوم بتنظيم حملة مدافعة. وسوف نتعرّف إلى المفاهيم التالية:

- تحديد القضية
- تحديد الأهداف (الأهداف الذكية)
- أهمية الحملات المبنية على البيانات/ الأدلة
- أنواع أنشطة المناصرة
- تحديد أصحاب المصلحة والمستهدف أو مكونات الحملة

## إعداد خطة للمناصرة

عند التفكير في حملات المناصرة، يجب أن تكون واعياً لما يلي:

- ما الذي يميّزها؟
- هل كانت الحجة مقنعة؟
- ما كان موضوع الحملة؟ هل هي قضية محددة أم عمومية أكثر؟
- هل شملت الحملة أصواتاً مختلفة؟
- تعلمنا عن حملات المناصرة من أجل قضية معينة والمناصرة من أجل سياسة معينة في الدرس السابق – هل حملة المناصرة التي تفكر فيها من أجل قضية أو سياسة؟

# اختيار الموضوع وتحديد الأهداف

- يمكن أن يكون موضوعك عمومياً
- ولكن النتائج التي تودّ تحقيقها من حملة المناصرة يجب أن تكون ذكية (محدّدة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، لها إطار زمني)
- يمكنك القيام بأكثر من حملة مناصرة واحدة لموضوعك
- هل ستركز على المناصرة من أجل القضية أم السياسة؟
- حدّد المكاسب على المدى القصير، وعلى المدى المتوسط والطويل أيضاً.



## الموضوع والأهداف

كلّما كان نطاق الموضوع والهدف أضيق كلّما كان قابلاً أكثر للتحقيق. راجع أمثلة عن الدستور اللبناني أو مواضيع أخرى.

راجع المثال أدناه:

- ضمان الحقوق المتساوية لجميع اللبنانيات (الغاية/ القضية)
- كوتا من 30% للنساء في جميع المناصب الحكومية، بما فيها المناصب المنتخبة بحلول 2024.
- ضمان وصول جميع الفتيات اللبنانيات إلى الفرص التعليمية.

## قم بالأبحاث اللازمة لموضوعك

- احرص دائماً على القيام بأبحاثك أولاً.
- تأكد من وجود أي مشاريع أو مبادرات أو حملات أخرى مرتبطة بالموضوع الذي حدّدته.
- حاول أن تعرف نقاط النجاح والعثرات لتلك المشاريع أو الحملات.
- يساعدك البحث في تكوين فهم أفضل لما يحتاجه مجتمعك المحلي أو دائرتك.
- يساعدك البحث أيضاً في تحديد أصحاب المصلحة.
- كما هي الحال في أيّ مناظرة أو حوار، تودّ أن تكون متأكّداً من أنّك تعرف الحجج الخاصة بحملة المناصرة التي تقوم بها.



# تصميم حملتك

- ما هي غاياتك وأهدافك؟
- من هم: أصحاب المصلحة، المؤثرون، الحلفاء؟
  - ما علاقاتك بهم وكيف تحتاج لبناء/تعزيز أي علاقات قبل إطلاق حملتك؟ هل أنت بحاجة لبناء التوافق قبل إعداد أو إطلاق حملتك؟
- الأنشطة التحضيرية:
  - البحث – استطلاعات الرأي ضمن المجتمع المحلي، وثائق/ معلومات حكومية
  - احتياجاتك من الموارد – موارد بشرية، موارد مالية
  - صياغة الرسالة – المقترحات والجمال الجديرة بالاهتمام، الفكرة الرئيسية
  - استراتيجية التواصل – الاستراتيجية الإعلامية، الاستراتيجية الخاصة بأصحاب المصلحة، التواصل مع أبناء المجتمع المحلي/المواطنين، التواصل مع الائتلافات/منظمات المجتمع المدني

# المناصرة الشمولية

- كيف تبدو حملة المناصرة الشمولية؟
- هل من أمثلة عنها هنا في لبنان؟
- كيف يمكن لحمات المناصرة في لبنان أن تكون أكثر شمولية؟





## المناصرة: مقارنة إيجابية أم سلبية؟

- تقرر منظمات المجتمع المدني في أغلب الأحيان المناصرة من أجل التغيير لأنها غير سعيدة لما هي الأمور عليه.
- وغالباً ما يدفع بها ذلك إلى إعداد حملة مناصرة تبدو سلبية وعدائية بالنسبة إلى الجمهور المستهدف للتغيير.
- لا بأس بذلك – أحياناً، استراتيجيات اللوم والعار هي ما تحتاجه لإحداث التغيير.
- ولكن أحياناً تكون حملات المناصرة نبرة إيجابية وتكون على القدر نفسه من الفعالية إن لم نقل أكثر.

## فرض: إعداد حملة مناصرة

القضية: الغاية: الهدف:					
<u>المطالب</u>	<u>الجمهور المستهدف</u>	<u>الأنشطة</u>	<u>الموارد</u>	<u>الوقت</u>	<u>الجهة المسؤولة</u>
المطلب الأول على المدى القصير: اجتماع مع اللجنة المعنية	رئيس اللجنة	<ul style="list-style-type: none"> <li>• بحث</li> <li>• رسالة/مكالمة هاتفية</li> <li>• متابعة</li> <li>• حضور الاجتماع</li> </ul>	الوقت المواد المعدّة للحملة (مثلاً، مطويات)	قبل الانطلاقة الرسمية للحملة، في غضون شهر، وما إليها	الائتلاف المنظمات المدراء التنفيذيون (ربما ليس أكثر من 3)
المطلب الثاني على المدى القصير:					
المطلوب على المدى المتوسط:					
المطلوب على المدى الطويل:					



**YOUTH ACTIVISM FOR  
LEBANESE ACCOUNTABILITY**