

## المدافعة – النص

المدافعة: 1 شريحة عرض

يعني ايه المدافعة؟: 2 شريحة عرض

شريحة عرض 3:

هل هي خط الدفاع فى مباراة كرة قدم؟

شريحة عرض 4:

هل هي الدفاع عن النفس فى وقت الخطر؟

شريحة عرض 5 : لا !

شريحة عرض 6:

المدافعة الى هنتعرف عليها النهاردة حاجة مختلفة خالص

شريحة عرض 7: مقدمة فى المدافعة

شريحة العرض 8: - ما هي المدافعة؟

المدافعة هو عمل يستهدف تغيير السياسات، والموقف، أو برامج فى أي نوع من انواع المؤسسات.

شريحة العرض 9:

فإنها تشمل أيضا:

- بناء الدعم لقضية أو مشكلة ما والتأثير في الآخرين لاتخاذ الإجراءات اللازمة.
  - التأكد من أن يتم توفير الموارد المالية اللازمة للبرامج والخدمات.
  - إقناع المسؤولين الحكوميين بوضع الأولويات لنهج برنامج معين أو الخدمات.
  - إعلام الرأي العام و القادة فى المجتمع حول قضية أو مشكلة معينة، وتعبئتهم لممارسة الضغط على المسؤولين فى اتخاذ القرار من اجل اتخاذ الإجراءات اللازمة.
  - خلق التأييد بين أفراد المجتمع وتوليد الطلب من أجل تنفيذ النهج أو خدمات برنامج معين.
- شريحة العرض 10 – التحديات التي تواجه المدافعة؟

من أجل تنفيذ حملة مدافعة ناجحة يجب أولا على ناشط أو مجموعة من الناشطين والمواطنين فهم التحديات المختلفة التي ستواجههم.

شريحة العرض 11:

سيكون من الخطأ الاعتقاد بأن حملة المدافعة سوف تكون سهلة التنفيذ وأن الدعم الجماهيري يكون من السهل أن يكتسب.

شريحة العرض 12:

فكر فى هذا لثانية واحدة:

• الناس من حولك قد لا يعرفون عن مشكلتك او السبب ورائها،  
شريحة العرض 13:

• وإذا كانوا يعرفون فأنهم قد لا يهتمون بها.  
شريحة العرض 14:

• قد يهتم الناس حول قضيتكم  
شريحة العرض 15:

• لكنهم يفتقرون إلى المعرفة بشأن الكيفية التي يمكن ان يساعداها - الناس بحاجة إلى اتخاذ خطوات ملموسة بالنسبة لهم لاتباعها.  
شريحة العرض 16:

• الناس يمكن ان يعرفوا ما يتعين عليهم القيام به لكنهم يفتقرون إلى الدعم لتنفيذه بصورة فعالة. دورك هو أن تتقدم لهم هذا الدعم.  
شريحة العرض 17:

• الناس قد يكون لديهم الدعم لكنهم يعتقدون أنه ليس من الحاجة الماسة العمل الآن. فيجب ان تدفعهم ليشعروا بالحاجة الملحة لادعمك الان.

شريحة عرض 18: مهام المدافعة؟

المدافعة تسمح لك:

شريحة عرض 19:

• جعل الناس يعرفون ويهتمون بالمشكلة - وهذه المهمة تسمح لك بعرقلة التحديات المذكورة سابقا.  
شريحة عرض 20:

• تزويدهم بالمهارات والدعم لخلق التغيير المنشود – المدافعة تمنحك فرصة بتقديم الدعم المواطنين فيقوموا بتقديم الدعم لك مرة أخرى.  
شريحة عرض 21:

• مساعدتهم على تطوير خطة ملموسة قابلة للتحقيق – وبما ان التخطيط هو عنصر أساسي في عمل المجتمع، فالمدافعة تعطي لك الفرصة لوضع خطة ملموسة قابلة للتحقيق ذات أهداف و اغراض واضحة وأنشطة لتبسيط عمالك.  
شريحة عرض 22:

• تنظيم جهودهم: فكر بالمدافعة مثل قارب الإبحار -ان الفريق الأكثر تنيظم هو الاكثر كفاءة وإنتاجية. فالمدافعة كذلك، وإذا تم تنظيم الفريق جيدا فان النجاح من المرجح ان يكون اكثر تحقيقا.  
شريحة عرض 23 : آليات التغيير الاجتماعي

إذا كنت تريد تحقيق التغيير الاجتماعي فمن الافضل معرفة الآليات التي من شأنها أن تسمح لك تحقيق ذلك.

إذا كان الناس يفتقرون إلى الوعي حول قضية معينة، فإن المهمة الرئيسية الخاصة بك تتركز على إعلامهم. بحيث يتم نشر المعلومات باستخدام وسائل الاعلام ليس فقط (الاجتماعية والتقليدية)، و انما تنتشر أيضا من خلال جميع الأنشطة التي يقوم بتنظيمها مجموعة من المدافعين.

وهنا بعض الأدوات لمساعدتك في نشر المعلومات:

- دورات توعية غير رسمية
- اجتماعات مجالس البلدية
- توزيع النشرات / لافتات
- زيارات من الباب إلى الباب

شريحة عرض 24:

لتغيير المواقف، ينبغي أن تركز الاستراتيجية الخاصة بك على تثقيف وإقناع الناس من حولك. خلال تثقيفهم حول قضيتك وإقناعهم لتقديم الدعم لها إذا كنت تدير لتغيير مواقفهم أو كيف يفكرون.

شريحة عرض 25:

مرة واحدة يتم فيها تغيير المواقف، فسلوك جمهورك سوف يتغير بالتبعية. تذكر دائما ممارسة ما توعد به و لا تنسى انك بمثابة قدوة للناس.

شريحة عرض 26 : طرق المدافعة.

ليس هناك، طريقة مدافعة واحدة ومقبولة عموما والتي يمكن استخدامها في جميع الحالات المختلفة. قد تختلف وفقا لطبيعة هذه القضية وفيما إذا كان الإجراء هو رد الفعل و فعل استباقي. قد تعتمد أيضا على حالة المدافع و المدافعين والوسائل أو الموارد التي تتوفر لهم. الوقت أيضا يشارك في تحديد طريقة المدافعة قد يكون طويل أو قصير تبعا لتعقيد المسألة والشدة والجدب لمختلف أصحاب المصلحة الذين لديهم مصلحة في ذلك. قد تنطوي على واحد فقط أو أكثر من الأفراد أو عدد كبير من الجماعات أو الشبكات والتحالفات.

شريحة عرض 27:

الطرق الرئيسية المستخدمة في مجال المدافعة هي:

- جماعات الضغط و كسب التأييد

شريحة عرض 28:

- العمل المباشر

شريحة عرض 29:

- العلاقات الإعلامية - رد الفعل او فعل استباقي

شريحة عرض 30:

- العمل القانونية

شريحة عرض 31:

- التسويق الاجتماعي و المدافعة الاعلامية

شريحة العرض 32 : الادوات المستخدمة في حملات المدافعة

حملات المدافعة عادة ما تحتاج إلى الحصول على دعم أو وجود مصلحة للعوام او لمجموعات محددة في المجتمع. لذا يجب عليك الانخراط في الأنشطة التي ترفع الوعي حول هذه القضية. كل هذه الأدوات تساعدك على نشر الرسالة للجمهور. تذكر دائما ان تشمل المجتمع قدر الإمكان في الأنشطة الخاصة بك، وأهم مجموعة يجب اشراكها في حملتك هي المجموعة المتأثرة. انهم بحاجة الى معرفة أهدافك وتقديم الدعم لها. بل فإنهم في بعض الحالات، قد يحتاجون إلى ان تقنعهم بضرورة حملة المدافعة الخاصة بك: المعارضين للعنف الاسري يواجهون واستطاعوا ان يتفهموا هذا التحدي مع النساء الذين يؤمنون بالمعتقدات المجتمعية و الثقافية التي في بعض الاحيان تسمح باساءة أزواجهن لهم ولا يدركون أهمية تفعيل القوانين التي تمنع العنف الاسري تجاههم. فمن الضروري أن تقوم بإشراكهم في عملية المدافعة و تثقيفهم حول القضايا الأوسع نطاقا حتى يتمكنوا من المدافعة عن انفسهم في نهاية المطاف.

شريحة عرض 33:

بنهاية هذا الجزء "مقدمة في المدافعة" تكون قد تعرفت على ماهية المدافعة و اهم التحديات التي ستواجهك كمدافع و المهام التي منوطة اليك بالاضافة الي معرفة اليات التغيير الاجتماعي و طرق المدافعة و اهم الادوات المستخدمة في عملية المدافعة.

شريحة عرض 34:

لمتابعة الجزء الثاني "كيفية تطوير استراتيجيات للمدافعة؟" يرجى زيارة موقعنا علي الانترنت [www.ndiegypt.org](http://www.ndiegypt.org)