

الإلهام ١ المناصرة والمتابعة



تتمثل الخطوة الأخيرة من عملية فك شفرة انعدام العدالة في إلهام تغيير الأنظمة من خلال الإفادة من الأدلة بطريقة إبداعية في كل من الطرق الرسمية وغير الرسمية. هنا، سيجد النشطاء وصناع التغيير توصيات حول كيفية الإلمام بالنتائج وتلخيصها، وكذلك استراتيجيات المناصرة المختلفة بوصفها وسائل تمكنهم من إطلاق شرارة التحول.

الأسئلة الرئيسية

كيف يمكننا إلهام التغيير بمجرد إعداد التقرير؟

ما المواد التي يجب أن تصاحب التقرير؟

ما آليات المساءلة الأخرى التي يمكن تسخيرها للدعوة إلى تنفيذ التقرير؟

الإلهام ١

المناصرة والمتابعة

المقدمة

غالبًا ما يكون نشر النتائج والتوصيات هو أكثر المخرجات الملموسة لمشروع البحث، لكنها بالتأكيد ليست نهاية العملية. من أجل إلهام التغيير الملموس، من الأهمية بمكان تطوير استراتيجية تهدف إلى بناء ضغط مستمر على صانعي القرار للعمل. وهذا يعني ممارسة أنشطة المناصرة/ الدعوة حول نتائج وتوصيات بحثكم، من أجل مجابهة اختلالات القوة في صنع السياسات التي تتركس الوضع القائم.

تسلط هذه المذكرة الضوء على القضايا التي يجب مراعاتها عند الانتهاء من النتائج التي توصلت إليها، مع وضع أهداف المناصرة المختلفة في الاعتبار. تتضمن المذكرة أيضًا استكشاف بعض الأدوات المتاحة لتخطيط المناصرة والضغط من أجل المساواة. فنحن هنا نحدد، على وجه الخصوص بعض التكتيكات المختلفة التي يمكن استخدامها للتعامل مع مختلف أصحاب المصلحة. يشمل ذلك التعامل مع آليات المساواة الرسمية المعنية بضمان تصرف الحكومات والجهات الفاعلة القوية الأخرى بما يتماشى مع التزاماتها في مجال حقوق الإنسان.

إنهاء النتائج ونشرها

التقارير وغيرها من أنواع المستندات التي تشارك نتائج الأبحاث هي أجزاء من الاتصالات المقنعة التي تخدم أغراضًا متعددة.

التحقيقات	تقدم الأدلة التي ترمي جمعها ثم النتائج
التحليلات	توفر السياق والأسباب الأساسية
المعلومات	تعطي بيانات أساسية لإعلام المجتمع
التعليم	يزيد المعرفة بحقوق الإنسان
التوصيات	تقديم مسوغات للتوصيات
التمكين	تمد المضارين ومؤيديهم بأساس للمناصرة والتحرك

المصدر: 2012 Asia Pacific Forum on National Human Rights Institutions

من واقع هذه الأغراض المختلفة، من الأهمية بمكان، عند الانتهاء من البحث، أن نفكر في كيفية تقديم النتائج والاستنتاجات بطريقة يمكن أن تؤثر على استراتيجيات المناصرة اللاحقة. للمساعدة في ذلك، نجد من الممارسات الجيدة توزيع مسودة النتائج لطلب التعليقات من المجتمع أو المجتمعات التي نعمل معها. قد يكون من المناسب أيضًا الدعوة إلى إبداء تعليقات من أصحاب المصلحة الآخرين الذين شاركوا في البحث.

المصادقة على النتائج مع المجتمع

يجب أن تكون النتائج والاستنتاجات والتوصيات ذات صلة بالسياق المحلي والقيود المحلية. يمكن التحقق من ذلك، على سبيل المثال، من خلال عقد ورش عمل للتحقق من المجتمع. وعند تقديم النتائج الأولية إلى المجتمع المتضرر، يمكن أن تتضمن الأسئلة التي يفترض طرحها ما يلي:

• هل المعلومات المقدمة هي انعكاس دقيق للوضع؟

• هل يحدد التحليل بشكل صحيح الحقوق التي لم تتحقق، ومن يتضرر، وما الذي تفعله السلطات، ومن هم أصحاب المصلحة، وما الذي ينبغي عمله لتحسين الوضع؟ إذا لم يكن كذلك، فما الذي ينبغي أن يكون أوضح؟

• ما التعليقات أو التوصيات الأخرى الموجودة؟

يمكن أن تؤدي مشاركة النتائج الأولية أيضًا إلى تشجيع شعور الناس بجدوى استثمار الجهود والفعاليات، وكذلك أن ما يحدث يخص مصالحهم، وهو أمر بالغ الأهمية في بناء الدعم العام ومواصلة الضغط على صانعي القرار المعنيين للعمل على توصياتنا.

على الرغم من ذلك، هناك احتمال أن تتلقى تعليقات متضاربة؛ على سبيل المثال، حول ما إذا كانت إمكانية الوصول إلى خدمة معينة أو جودتها ينبغي أن تكون ذات أولوية أكثر، أو حول العوامل السياقية الأكثر صلة بالموضوع. قد لا يكون في المستطاع دمج جميع التعليقات التي تتلقاها، ومن ثم ينبغي تحديد مسؤولية الاتفاق على المسودة النهائية بوضوح. إذا كان هناك اختلاف كبير في الرأي بين أعضاء الفريق أو أصحاب المصلحة الآخرين حول النتائج والاستنتاجات، وكان هناك إخفاق في التوصل إلى اتفاق، فقد يكون من الضروري ملاحظة اختلاف الرأي في النتائج.

طلب رد رسمي

في بعض الحالات، قد يكون من المناسب إعطاء الجهات المسؤولة ذات الصلة الفرصة لتقديم رد رسمي. على سبيل المثال، تشارك بعض المنظمات غير الحكومية نتائجها الأولية مع الجهات المسؤولة قبل نشرها. يمكن أن تكون هذه استراتيجية مهمة. يمكن، مثلًا، أن يشجع البحث عن حلول على نطاق أوسع. حتى في الحالات التي لا يتم فيها الرد على طلب للحصول على رد رسمي، يمكن تدوين حقيقة أنه تم تقديم طلب دون الحصول على رد.

رغم ذلك، ربما تأتي ظروف تجعلك لا ترغب في مشاركة التقرير مقدمًا، على سبيل المثال، قد يكون هناك خطر من أن المكلف بالمسؤولية قد يستخدم مسودة التقرير لإعداد حملة إعلامية لتشويه سمعة البحث ودحض نتائجه. لذلك من المهم النظر في ردود الفعل المحتملة التي قد يبديها هؤلاء على التقرير؛ هل من المحتمل أن يشاركوا بشكل جوهري في تنفيذ توصياتك؟ هل هم



الإلهام

التحرك من أجل بناء القوة الجماعية ومحاسبة صناع القرار



التنوير

إلقاء الضوء على المشكلات الأساسية من خلال جمع البيانات وتحليلها وتصورها



التحقيق

وضع خريطة لفهم المشكلة بعمق باستخدام لتحديد المؤشرات "OPERA" إطار "أوبرا" والمعايير.

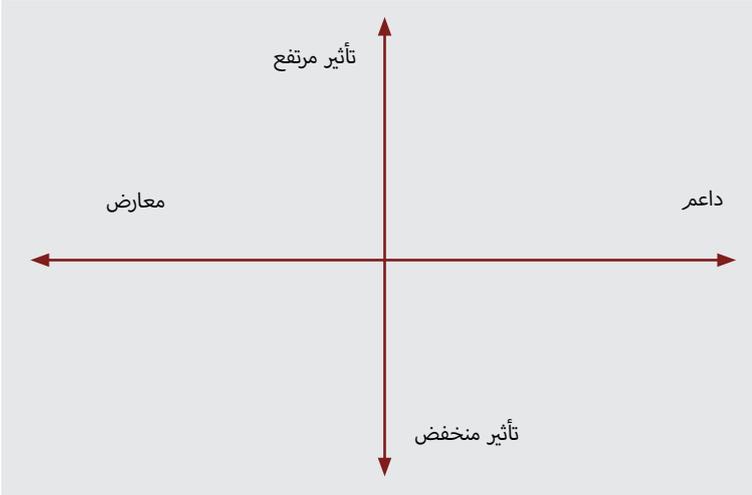
تنظيم هذه الوثيقة وفقًا لطريقة مبتكرة لجمع وتحليل وتقديم الدلائل حول ثلاث خطوات:

الإجراءات التي سيتم تنفيذها إلى خطوط توجيهية منبثقة عن استراتيجية المناصرة وكذلك الوقت والموارد المتاحة.

التحضير لحملة الاتصالات

في معظم الحالات، تتطلب استراتيجيات المناصرة حملات اتصال تجعل النتائج بارزة أمام فئات معينة، وتلهمهم لاتخاذ ما يلزم من تحركات. بهذه الطريقة، تدعم حملات الاتصال جهود المناصرة، ويمكن تنفيذها في نقاط مختلفة في عملية نشر النتائج، اعتماداً على ما تحتاج إلى أن يفكر فيه الجمهور أو يشعر به أو يفعله.

لتطوير استراتيجية اتصالات ناجحة، فإن أهم خطوة هي فهم ما تحتاج أن تقوله لجمهور معين بغرض إقناعهم. ومن الطرق السريعة للبدء في تحديد استراتيجية الاتصال الإجابة على هذه الأسئلة:



آليات مساءلة جذابة للانخراط

لا تملك منظمات المجتمع المدني السلطة لتطبيق التوصيات التي تقدمها. لهذا، من الضروري الاستفادة من آليات المساءلة الأخرى، التي تشمل:

هناك مجموعة واسعة من أنشطة المتابعة التي يمكن تنفيذها بعد إطلاق تقرير بحثي لإشراك هذه الأليات المختلفة على مدى زمني أطول، تتضمن تلك الأنشطة:

- تنظيم ورش عمل وندوات لمشاركة التقرير والمواد المصاحبة له مع المجتمعات المتضررة.
- توزيع التقرير على الهيئات الحكومية وغيرها من الجهات ذات الصلة.
- تنظيم مؤامد مستديرة لبدء حوار مع الجهات الحكومية ذات الصلة لمناقشة توصيات التقرير والوقوف على تنفيذها.
- تنظيم حملات المناصرة والإعلام على المستوى الوطني (مع الصحفيين والوزارات المختلفة ومنظمات المجتمع المدني وصانعي السياسات الآخرين) لتنفيذ توصيات التقرير.
- تنفيذ أنشطة المناصرة على الصعيدين الإقليمي والدولي لتنفيذ توصيات التقرير.
- بناءً على استنتاجات التقرير وبدعم من المجتمعات المعنية، عمل تقييم إمكانية اتخاذ إجراءات قانونية للحصول على تعويض أو ضمان تقديم المسؤولين عن الانتهاكات أمام المحاكم.
- استكشاف طرق أخرى للحشد وممارسة الضغط على مختلف أصحاب المصلحة

مستعدون للانخراط، مع التزام محدود، في تنفيذ بعض توصياتك؟ هل هم مستعدون للانخراط، دون اتفاق مع ما توصلت إليه من نتائج؟ هل تجاهلوا ولم يقرؤوها حتى؟ هل هم ضد النتائج تماماً ويعملون على تشويه مصداقيتها؟ لا شك أن الإجابات على مثل هذه الأسئلة تؤثر في الطريقة التي يمكن اتباعها في المناصرة والدعوة للتحرك من أجل تنفيذ ما جاء في التقرير.

عوامل أخرى يجب أخذها في الاعتبار

للحصول على تأثير إيجابي، يجب أن تتميز نتائج البحث بإمكانية الصمود أمام التفحص البيروقراطي والأكاديمي النقدي، بل يجب أيضاً أن تمتاز بإمكانية قراءتها وفهمها من قبل جمهور أوسع. وثمة عوامل أخرى حول كيفية عرض النتائج والتوصيات ذات تأثير أيضاً على فعاليتها، مثل:

- العنوان، الذي يجب أن ينقل بطريقة رسمية موضوع التقرير، بل وتوصيل رسالة أقوى من خلال التعبير عن رسالة رئيسية في بضع كلمات.
- الغلاف، الذي قد يتضمن صورة فوتوغرافية أو رسماً أو توضيحاً لإيصال الرسالة الرئيسية بتنسيق مرئي.
- التصميم والتخطيط (بما في ذلك الرسومات والخط وحجم الطباعة والألوان والإبرازات ومربعات النص)، التي يمكن أن تؤثر على مدى سهولة قراءة التقرير وفهمه. يمكن أن يلعب التصميم دوراً مهماً في إبراز الرسائل الرئيسية أو جوانب معينة من التقرير.

في حين أن هذه هي بالتأكيد اعتبارات على المستوى الجزئي، إلا أنها بالطبع في صلب موضوعنا.

التحضير للمناصرة

خريطة أصحاب المصلحة هي أداة يمكن أن تساعد في إعداد استراتيجية المناصرة أو حشد التأييد. يشمل أصحاب المصلحة أي شخص مشارك أو متأثر بالتغيير الذي تسعى إليه (على سبيل المثال، أعضاء المجتمعات المتضررة، ووسائل الإعلام، والمسؤولون في الحكومة). يساعد وضع خريطة بهؤلاء الأفراد والجماعات في تحديد الأطراف المؤيدة والمحايدة والمعارضة:

A stakeholder map is a tool that can assist in the preparation of an advocacy strategy.

Stakeholders include anyone involved or impacted by the change you are seeking (e.g. members of affected communities, the media, government officials). Mapping these individuals and groups helps to identify supporters, neutral parties and opponents

- **الداعمون:** هم من يشاركون بالفعل ويدعمون توصياتك.
- **المحايدون:** هم من لا يعارضون توصياتك ولا يدعمونها.
- **المعارضون:** هم من يعارضون توصياتك بشدة.

يمكن أن تساعد خريطة تحديد أصحاب المصلحة في تحديد مدى تأثير مختلف أصحاب المصلحة في تسهيل التحرك أو منعه، يمكن أن يساعد رسم الخطوط بين أصحاب المصلحة الذين لديهم علاقات أيضاً في تحديد الوسطاء ووسطاء المعرفة ممن يمكنهم التأثير على أصحاب المصلحة الذين لا تتمكن من الوصول إليهم. عند تحديد هذه الخريطة، من المهم عدم إغفال أصحاب المصلحة المتأثرين بشكل مباشر بالمشكلة، لكنهم قد يفتقرون إلى التأثير. لنضع في اعتبارنا كيف يمكننا دعمهم للدفاع عن الإجراءات التي يمكن أن تحدث فرقاً على الأرض.

على غرار مناقشتنا سابقاً، سيكون لدى أصحاب المصلحة المختلفين احتياجات مختلفة من المعلومات، وسيتأثرون بشكل أو بآخر بمناهج المناصرة المختلفة. على سبيل المثال، يجب حشد المؤيدين بشكل عام، وإعلام الأطراف المحايدة (لتحويلهم إلى مؤيدين)، مع ضرورة مواجهة المعارضين.

تحديد إجراءات المناصرة

للاستفادة من نتائجنا واستنتاجاتنا، هناك تكتيكات مختلفة للتعامل مع مجموعات مختلفة من أصحاب المصلحة. إذ في الوقت الذي تهدف فيه كل هذه الإجراءات إلى ممارسة الضغط على صانعي القرار، فإن بعضها يفعل ذلك بشكل غير مباشر. هنا، ينبغي أن تستند عملية اختيار

خارج الدولة، مثل تسليط الضوء على دور بنوك التنمية في تمويل المشاريع الاستثمارية، والتواصل مع نقطة الاتصال الوطنية التابعة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والاتصال بالبنك الدولي.

- المراقبة المستمرة لتنفيذ التوصيات؛ على سبيل المثال، الإبلاغ عن التقدم - أو عدم إحراز تقدم- في التقارير السنوية المستقبلية..

هذه الأنشطة هي جزء من عملية طويلة الأجل؛ لذلك ينبغي وضع خطة عمل منفصلة لكل نشاط. من الواضح أنه من غير الممكن تنفيذ جميع الأنشطة؛ لذلك من الضروري الاختيار من بين إجراءات المتابعة الموضحة أعلاه، بناءً على السياق المحدد وأهداف

الهدف	الجمهور المستهدف	التحركات	الوصف
بناء دعم واسع لقضية ما	عامة الناس	حملة اتصالات	مجموعة من الرسائل الواضحة والجذابة ليتم نشرها عبر قنوات مختلفة لجمهورك (مثل وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية). في كثير من الحالات، قد ينقل سرد القصص المرئي باستخدام التصميم الجرافيكي أو الرسوم البيانية أو الرسوم التوضيحية أو التصوير الفوتوغرافي أو الفيديو المعلومات بأكثر الطرق جاذبية وإفادة.
		حملة اتصالات رقمية	حملة تقتصر على وسائل التواصل الاجتماعي، مبنية على مجموعة من الرسائل الواضحة والجذابة المصممة خصيصًا لجذب انتباه الناس في مساحة على الإنترنت. قد تتضمن نسجًا «عامة غير متخصصة» من تقريرك، مثل النسخة الأقصر والأكثر بصرية والأقل تقنية من التقرير الكامل، بالإضافة إلى الفيديو والرسومات والصور المتحركة ومنشورات المدونات والنشرات الإخبارية وما إلى ذلك.
		دعاية	ترويج مدفوع للرسائل الواضحة والجذابة من خلال القنوات التقليدية (التلفزيون والراديو والصحف) والرقمية (وسائل الإعلام عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي).
		التماسات	دفع أعداد كبيرة من الناس إلى التوقيع على وثيقة تدعو أصحاب السلطة إلى اتخاذ إجراء معين، لا سيما الشخصيات السياسية.
		مسيرات	جمع الناس معًا في الأماكن العامة لإظهار الدعم لقضية ما.
خلق الوعي حول القضية	جمهور عام أو جمهور محدد (اعتمادًا على استراتيجيتك الخاصة)	اجتماعات متخصصة بيان عام	فرص لمشاركة نتائجك مع الخبراء حول القضايا التي أبرزها تقريرك، مثل الندوات وورش العمل. وثيقة تلفت الانتباه إلى انتهاك، ويمكن إرسالها إلى السياسيين والمسؤولين الحكوميين والمنظمات غير الحكومية وأصحاب المصلحة الآخرين على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية.
اجعل الآخرين ينضمون إلى جهود المناصرة الخاصة بك	جمهور عام أو محدد (حسب الاستراتيجية)	تنظيم المجتمع	إجراءات لإعلام وتوحيد الناس للعمل من أجل قضية ما، مثل عقد الاجتماعات والتجمعات وورش العمل، وتشكيل التحالفات، وما إلى ذلك.
		تجميع أصوات	زيارة منازل الأشخاص وبدء محادثات معهم حول القضايا التي تسعى للحصول على دعم لها.
التأثير على صنع القرار	الأشخاص ذوو التأثير الكبير في المجال الذي تريد التأثير فيه	الضغط	محاولة التأثير على صنع القرار من خلال محادثات فردية. يتطلب عرضًا جيدًا أو مجموعة مقنعة من الرسائل الرئيسية.
		مذكرة تخص السياسات	توفير معلومات مفصلة ومصممة خصيصًا لفئات بعينها من أصحاب الواجب أو المكلفين بمهام، مع تحديد الإجراءات المطلوبة منهم؛ على سبيل المثال، لتغيير السياسة. في البداية، هذه ليست وثائق عامة. التكتيك الجيد هو إبلاغ المسؤول بأنه سيتم نشره في وقت لاحق، لتشجيع المسؤول على الرد.
اجذب انتباه وسائل الإعلام	جمهور وسائل الإعلام	إدارة الصحافة	إيصال رسالتك إلى جمهور المنافذ الإعلامية المستهدفة. يمكن تحقيق ذلك من خلال الاقتراب من المنافذ الإعلامية لنشر المقالات أو المقابلات أو الافتتاحيات أو مقالات الرأي حول قضيتك. عادةً ما يكون البيان الصحفي الموجز بداية جيدة لجذب انتباه المحررين/الصحفيين.
		المؤثرون	الحصول على دعم الأفراد من خلال متابعات وسائل التواصل الاجتماعي ذات الصلة لنشر تقريرك أو حملة الاتصال الخاصة بك. يجب أن تتماشى صورتهم وممارساتهم مع قيمك.

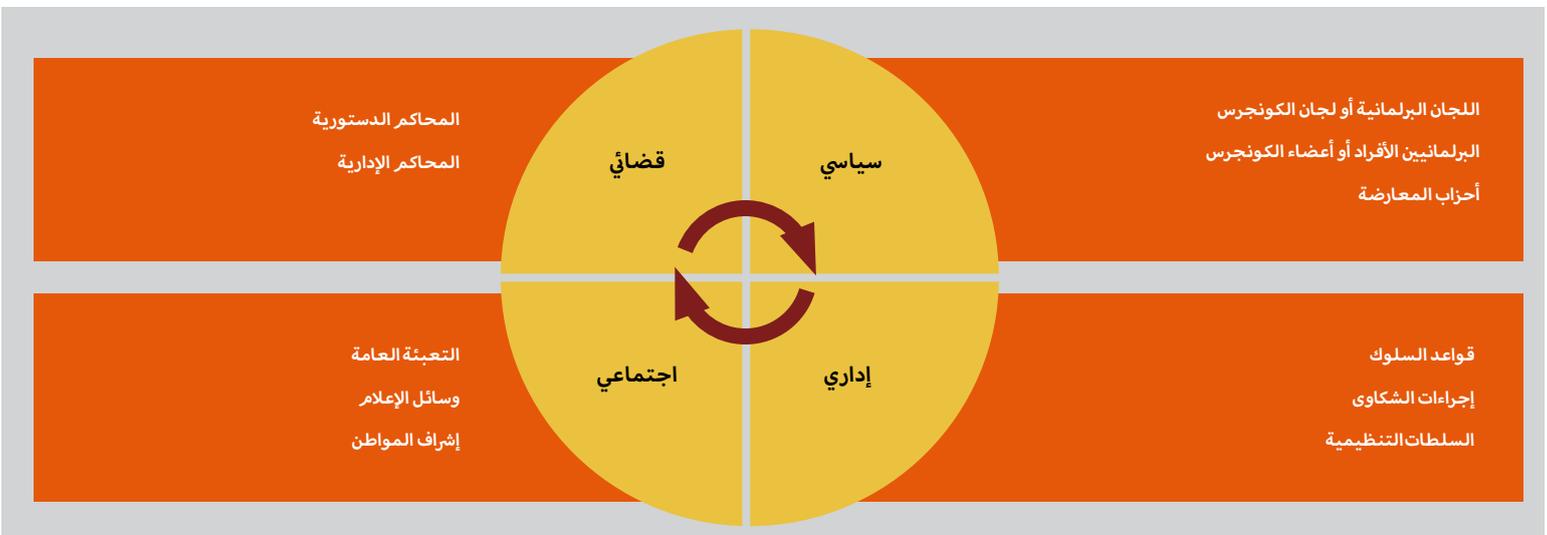
المناصرة. يتضمن ذلك التركيز على أولويات المجتمع أو المجتمعات التي نعمل معها، بالإضافة إلى نتائج أي حوار مع أصحاب المصلحة المعنيين.

١. حدد جمهورك: من تستهدف هذه الحملة؟	اعتمادًا على طبيعة الموضوعات التي تغطيها في تقريرك، ستحتاج إلى التأثير في المجموعات ذات المواقف المختلفة داخل المجتمع. ضع قائمة بمن قررت أنك ترغب في الوصول إليهم من خلال نتائج بحثك.
٢. حدد الأهداف: ماذا تريد منهم أن يفعلوا أو يفكروا أو يشعروا؟	لكل مجموعة من هذه المجموعات، حدد في جملة واحدة ما يجب عليهم فعله و/أو التفكير فيه و/أو الشعور به بعد تعرضهم لحملة الاتصالات الخاصة بك، بما يتماشى مع أهداف المناصرة التي وضعتها.
٣. قم بصياغة الرسالة: ماذا تريد أن تقول لهم من أجل تحقيق أهدافك؟	المقصود هنا التفكير في جمهورك وحياتهم وسياقاتهم وتطلعاتهم، وما هي الرسائل التي يمكن أن تحفزهم على التصرف أو التفكير أو الشعور كما هو منصوص عليه في أهدافك. إذا لم يكن لديك معلومات كافية عن تلك الأبعاد، يمكنك مراجعة البيانات الديموغرافية واستطلاعات الرأي، أو إجراء المقابلات الخاصة بك.
٤. ضبط القناة: ما هي الوسيلة الأنسب لتلقي رسالتك من خلالها؟	كيف ترتبط هذه الجماهير بالعالم؟ ما هو نمط حياتهم المعتاد؟ ما أنواع الوسائط التي يحصلون على معلوماتهم منها؟ ما مقدار المعلومات التي يتلقونها يوميًا من خلال كل قناة؟ ستساعدك الإجابة على هذه الأسئلة في اختيار أفضل طريقة لإرسال رسالتك وضمان وصولها إلى مسامعهم.
٥. تحديد النجاح: كيف يمكنك قياس ما إذا كانت أهدافك قد تحققت؟	لمعرفة ما إذا كانت رسالتك تصل، حدد مسبقًا المؤشرات التي ستستخدمها لمراقبة تقدمك. يمكن أن تكون كمية (على سبيل المثال، عدد الإعجابات على منشور أو مشاهدات مقطع فيديو)، أو نوعية (نغمة ومحتوى التغطية الصحفية، تحليل محتوى ردود الوسائط الاجتماعية، إلخ).

تقييم الأثر

كما هو الحال مع جميع الأنشطة التي تنفذها منظمات المجتمع المدني، من المهم مراجعة جهود المناصرة لتحديد النتائج التي حققتها والأثر الذي أحدثته على أرض الواقع. هناك العديد من الأساليب التي يمكن استخدامها، لكن يجب أن تركز جميع التقييمات على الإجابة على الأقل عن الأسئلة العريضة التالية:

- ما الذي أصبح بحالة جيدة؟
- ما الذي كان من الممكن تنفيذه على نحو أفضل؟
- ما رأي أصحاب المصلحة في العمل، من حيث عملياته ونتائجه؟
- ما النتائج التي تم تحقيقها؟
- ما الدروس المستفادة التي يمكن تطبيقها على المبادرات المستقبلية؟



أفكار استخلاصية

من أجل إلهام عملية التغيير، من الأهمية بمكان بناء ضغط مستمر على صانعي القرار لاتخاذ التحركات والتدابير، وذلك من خلال المناصرة التي تتحدى اختلالات القوة في صنع السياسات التي تحافظ على الوضع القائم. تلعب نتائج بحثك، وما خرج به من توصيات، دورًا مهمًا في تحقيق ذلك. لكن لكي تكون فعالة، فإن إتمامها وتطوير مواد مناصرة إضافية، ثم تنفيذ أنشطة المتابعة مع آليات المساءلة الوطنية والدولية-ينبغي أن يدمج كل هذا في استراتيجية حشد التأييد، لذلك من الواضح ما يجب القيام به، وبواسطة مَنْ ومتى. يجب أيضًا تضمين مؤشرات لقياس تأثيرك.

يمكن استخدام تكتيكات مختلفة للمشاركة عند التعامل مع مختلف أصحاب المصلحة. يشمل ذلك التعامل مع آليات المساءلة الرسمية المكلفة بضمان تصرف الحكومات والجهات الفاعلة القوية الأخرى بما يتماشى مع التزاماتها في مجال حقوق الإنسان. وقد استعرضنا هذه الآليات بإيجاز في هذه المذكرة. تتعمق المذكرتان الثانية والثالثة من هذه الوحدة في آليتين محددين: هيئات معاهدات الأمم المتحدة والمحاكم الوطنية، على التوالي.