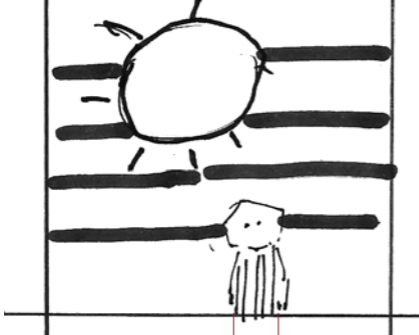


الحشد وكسب التأييد



قضية

حل

الحملة

الوسيط

التغيير

الحشد هو استخدام وسائل الضغط والإعلام المتاحة بشكل استراتيجي لدعم مبادرة ما أو تغيير في سياسة ما.

لإجاح هذه المهمة علينا أن ن فكر بطريقة منهجية وهنا يمكننا الاعتماد على تحليل ميزان القوة (سوات)

ما هو ميزان سوات SWOT؟

هو طريقة في التحليل تعتمد على تقييم أربع نقاط ومنها جاء اسم سوات وهي:

وهنا نقوم بتحليل الموارد التي يمكن استغلالها في المشروع كالموارد المالية والبشرية أو الطبيعية التي نملكها والتي ستزيد من قوتنا كفريق.

نقوم هنا بتحليل السلبيات والصعوبات التي نعانها داخل الفريق مثل قلة الموارد المالية وقلة الخبرة ضمن الفريق أو قلة أعضاء الفريق.

نحلل هنا الإمكانيات الخارجية التي تصبّ في صالحنا وتزيد من تأثيرنا وتحقق مكاسب للحملة أو الهدف الذي نعمل عليه مثل وجود بيئة داعمة وحاضنة.

وهنا نحلل الضعف في الإمكانيات الخارجية مثل خطورة التظاهر والاعتقال.

علينا الانتباه هنا إلى أن نقاط القوة والضعف تتعلق بالعوامل الداخلية أي ما يحدث داخل فريق العمل أو المنظمة التي تقوم بالحشد أي ما نملكه ويجعلنا أقوياء وما نفتقده ويجعلنا ضعفاء. أما الفرص والتحديات فهي عوامل خارجية خارج الفريق أو المنظمة والتي قد تساعدنا أو تعيق عملنا.

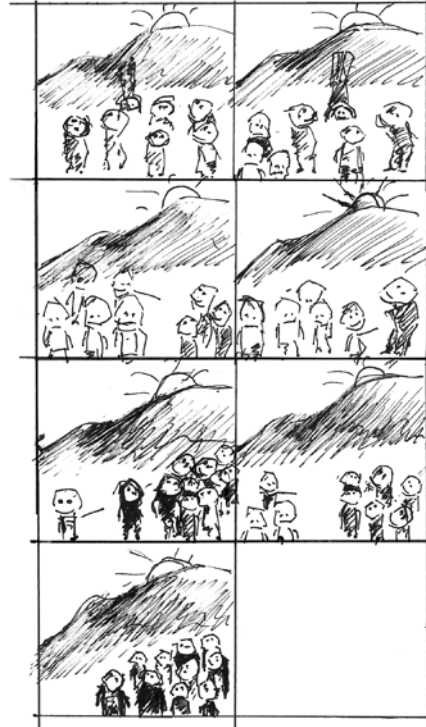
①

نقاط القوة
Strength

نقاط الضعف
Weaknesses

الفرص
Opportunities

المخاطر
Threats



لكن من الذي يغير؟ ولماذا؟

الشعب هو الذي يقوم بالتغيير أو الضغط باتجاه حدوثه وبالتالي فالمهمة الرئيسية لكسب التأييد هي تعريف الناس وجذب اهتمامهم وتوسيع قاعدة الدعم من أجل تحقيق التغيير المرجو.

وكما يشير عنوان هذا الدليل، يرتبط الحشد بكسب التأييد وكلاهما موجّهان لاستهداف الشعب. ولنستهدف الشعب علينا القيام بحملات.

فكيف يتم تصميم الحملات وما الذي يجب توفره لقيادة الحملات؟

الحملة

لنقود حملة علينا أن نحقق النقاط التالية:

التركيز

الوضوح

أهداف واقعية

الارتباط بالموضوع

التوقيت

الالتزام

ولتحقيق ذلك علينا أن نخطط لحملاتنا. وهنا بعض المعلومات التي قد تفيد في ذلك:

لنبدأ كفريق بتحليل ميزان القوة (سوات SWOT)

لنحدد المشكلة والسبب لموضوع حملتنا

من هم المعنيون بحملتنا وماذا نعرف عنهم وما الذي يجب أن نعرفه عنهم؟

ما هي رسالة حملتنا وكيف نصيغها جيدا؟

ما هي خطتنا (الاستراتيجية)؟

ما التكتيكات التي سنستخدمها أو ننفذها؟

١

٢

٣

٤

٥

٦

ولكتابة **الرسالة** من المهم معرفة أهم العناصر الواجب توفرها في رسالتنا وهي:

التعبير عن القضية

اقترح للحل
(هل هو: سياسي، قانوني، أو توفير خدمة)

شرح لخطة عمل
(ومهم هنا أن نبقي خططنا البديلة سرية)

وأن تكون الرسالة:

موجهة لمجموعة محددة

مركزة على مشكلة محددة

بسيطة وسهلة الفهم

جذابة ومثيرة للاهتمام

مدعومة من وسائل إعلامية

بعيدة عن الاندفاع العاطفي

٤

هام جداً

هنالك فرق بين
الحملة ورسالتها
فليس من الضروري
أن تحمل الرسالة
عنوان الحملة

فمثلاً:

الحملة:

إضراب الكرامة

رسالة الحملة

المعلنة:

سكر باب المحل

لتحديد **المشكلة** والمسبب هنالك بعض الأسئلة التي يجب طرحها:

٢

من هم المعنيون؟ هل هم:

أفراد وجماعات مؤثرة

برلمانيون

أحزاب وجمعيات مدنية

متأثر بالمشكلة
حليف مفترض

(Stakeholders)

نقابات
الإعلام والصحافة
الرأي العام

مسبب المشكلة
خصم مفترض

هل المعنيون حلفاء لنا أم خصوم؟

بعد اجراء التحليل وتحديد المشكلة ومعرفة المعنيين وتصنيفهم لأصدقاء محتملين وخصوم محتملين يصبح من السهل علينا كتابة رسالتنا

٣

اسئلة عن المعنيين

من بإمكانه التأثير؟

من يستطيع التأثير؟

من هو الحليف (المتضرر من المشكلة)

من هو الخصم (مسبب المشكلة)

من هم المحايدون (لايدركون الوضع القائم)

ما هي عقبات الوصول لكل فئة؟

الآن وقد حددنا كل ما سبق يترتب علينا تحديد
خطتنا **(الاستراتيجية)** والنشاطات التي سنقوم
بها **(التكتيكات)**

فما هي **الاستراتيجية**؟

هي مجموعة من القرارات المتعلقة بتحديد
الهدف والجمهور الذي نحاول التأثير عليه وبالتالي
هي الطريق أو الخطة الشاملة لحل المشكلة

أما **التكتيك**:

فهو مجموعة الإجراءات أو النشاطات التي
سنقوم بها لتنفيذ الاستراتيجية ويمكن أن يكون
لدينا تكتيك واحد أو أكثر لكل استراتيجية

حتى يكون
التكتيك ناجحاً
يجب أن:

يكون جزءاً من
خطة استراتيجية
أكثر.

يتم تغييره مع مرور
الوقت بالاعتماد
على استراتيجيتنا
وفريقنا وقبولنا.

ولنتذكر أنه:

يمكن استخدام
تكتيك واحد
أو مجموعة من
التكتيكات لتحقيق
نتيجة أو هدف
معين.

ولتحديد طبيعة **استراتيجيتنا** علينا أولاً
أن نحدد:

المشكلة والقضايا التي نعمل على حلها أو
تحديدها

أهداف حملتنا

الأطراف المعنية الرئيسية سواءً بالمشكلة أو
بالحل

المجموعات المستهدفة الرئيسية من حملتنا

تجربة صبغ الشوارع والبحرات في دمشق باللون الأحمر

٤ القضية والهدف العام

لفت انتباه الرأي العام لما يحدث في سوريا من قتل

٥ الاستراتيجية

استخدام اللون الاحمر في الاماكن العامة للدلالة على إجرام النظام

٦ التكتيكات

صبغ بحرات دمشق الرئيسية باللون الأحمر

القاء أكياس مليئة بالطلاء الأحمر في شوارع وساحات دمشق

التقاط صورٍ أثناء عملية التنفيذ

نشر الصور على فيسبوك وتويتر

انشاء صفحة على فيسبوك لترويج هذا الحراك والعمل على استمراره



دولة

مساحة لتصور دولتنا

دولتي هي مشروع غير ربحي لبناء القدرات والعمل على أرسفة الاعمال الفنية التي تخص سوريا والثورة السورية وتطوير مواد تدريب بصرية وسمعية ونصية عن التحول الديمقراطي والعدالة الانتقالية وسيادة القانون في سوريا.

تم تحضير هذا الدليل بالاعتماد على ورشة عن «المناصرة وكسب التأييد» في عمان الاردن في شهر حزيران ٢٠١٣ و طورت المادة والامثلة من قبل دولتي