

انشاء خطك التنشيطية

مرجع بناء الخطة التنشيطية

الرؤية

في هذا القسم من خطة النشاط، سوف تحدد رؤيتك كقائد ناشط لعالمك، بلدك، منطقتك أو مجتمعك.

ما الذي تتحمس له؟ ما الذي تهتم به بعمق؟ ما هي المشاكل التي تود حلها؟

كيف ترغب في تغيير مجتمعك؟ ما هي المنافع التي ترغب في تحقيقها لمجتمعك؟

انسج من هذه الافكار خطابا لرؤيتك: وبالتحديد كيف سيبدو العالم بعد ان تحقق التغيير الذي تنشده؟

ارى [العالم، البلد، المنطقة، المجتمع] حيث....

الأهداف الرئيسية والفرعية

في هذا القسم من الخطة، سوف تحدد الخطوط العامة لأهدافك الرئيسية والفرعية. ضع في الإعتبار المواصفات التالية كمرجع

الأهداف الرئيسية و الفرعية الفاعلة:

- إنتقل من العام إلى المحدد
- مَوْجَهة بالنتائج
- يمكن تحقيقها
- يمكن قياسها
- حدد الجماهير المستهدفة
- تقود الى عمل

ضع في اعتبارك هذه الامثلة وانت تطور اهدافك الرئيسية والفرعية حول رؤيتك.
نموذج رؤية: ارى بلدي حيث هناك مزيدا من المساواة بين الرجال والنساء.

الهدف الرئيسي (ما هي النتائج القصيرة المدى التي نريدها؟) : الخطوة الاولى لتحقيق هذه الرؤية هي ضمان ان تعرف مزيدا من النساء في المجتمع حقوقهن الموجودة. لهذا ، فسوف اضع هدفا رئيسيا بمساعدة مئة امرأة على الاقل في الاشهر الستة القادمة على تعلم المزيد عن حقوقهن وما الذي باستطاعتهن فعله لصنع التغيير في المجتمع.

الهدف الفرعي (ما الذي نحتاج اليه لتحقيق هذه النتيجة؟): لتحقيق هذه الهدف الرئيسي فسوف ابدأ بجملة من ورشات العمل الشهرية للنساء في مجتمعي لتوعيتهن بحقوقهن الموجودة . سوف ندعو خمسة وعشرين امرأة في كل محاضرة.

خطوات العمل: تطوير المنهاج، إيجاد معلمين، إيجاد مكان، تسويق ورشات العمل، الى اخره. (سوف تطويرين هذه المتطلبات لاحقا).

حالما تحدد اهدافك الرئيسية والفرعية، سيكون من المفيد مراجعة بيان رؤيتك.

دليل المقابلة

ما هي الحاجات أو المشاكل التي تريد معالجتها؟

لم أنت مهتم بهذه المشكلة؟ وما هي عواقب عدم حل هذه المشكلة؟

من يتأثر بهذه المشكلة؟ وكيف يتأثرون بها؟

هل من الممكن قياس حجم هذه المشكلة؟ هل قام أحد ما بقياسها سابقاً؟ وإذا تم قياسها، هل وثقت؟

من هم بالتحديد الناس، الجماعات أو المؤسسات التي تلعب دوراً مؤثراً في هذه القضية؟

ما هو العمل أو التصرف الذي يمكن أن يعمل هؤلاء الناس أو الجماعات بضمنهم من تأثر بهذه المشكلة لتحسين الوضع أو لجعله أكثر سوءاً؟

كيف تخطط لحل هذه المشكلة؟ ما هي بعض الأعمال التي يمكنك القيام بها لحل هذه المشكلة؟ (ملاحظة: هذه الحلول المحددة سوف تشكل قاعدة لاهدافك الرئيسية والفرعية).

بناءً على هذه المراجعة، حدد هدفاً أولاً لجهود نشاطك وهدفين فرعيين مساندين.

الهدف الرئيسي:

الهدف الفرعي الأول:

الهدف الفرعي الثاني:

القيادة

تفحص خبراتك

في هذا القسم من الخطة، سوف تقوم بفحص خبراتك لكي تستخدم النجاح السابق كدليل للتقدم الى الامام. وانت تضع في الاعتبار خبراتك، فكر في رؤيتك - ما الذي انت متحمس له؟ كيف يمكن ان يساعد هذا في توجيه جهودك القيادية؟

اجيب على الاسئلة التالية:

صف مشروعاً أو نشاطاً قمت به في مجتمعك:

صف أية قصص نجاح حققتها لتغيير مجتمعك:

استكشف سماتك القيادية

في هذا القسم من الخطة، سوف تقوم بتحديد المزايا الإيجابية ونقاط ضعفك القيادية. هذه المعلومات أساسية لقيادة أي محاولة تنشيطية فعالة.

إستناداً إلى قائمة المزايا الإيجابية للقادة التي حددها الفريق.

- ذو مهارات إتصالية
- يقود من خلال إهتماماته و أحاسيسه
- شجاع
- مضحي
- شامل
- هادف
- مقنع
- متعاون
- أخلاقي
- حاسم
- عازم
- صادق
- واثق من نفسه
- ذو جاذبية خاصة

أولاً: إختار صفتين من القائمة و التي تجدونها فيك و أكمل الجملة التالية

انا -إختار صفة- : اعطى مثالا عن كيف تمارس هذه الصفة في حياتك

مثلاً:

متخذ قرار: أنا متخذ قرار و عائلتي تلجأ إلي في قراراتها لأنني أعرف الإجابة الصحيحة بينما هم يترددون.
متعاون: أنا متعاون و أريد أن يحس كل شخص أنه قد ساهم في إتخاذي للقرارات في عملي لذا فأنا أصرف وقتاً مع الآخرين لسؤالهم عن وجهات نظرهم و آرائهم و معرفة ما يهمهم

ثانياً: إختار صفتين من القائمة و التي تنقصك أو تريد تطويرها. أكمل الجملة التالية
أنا لست -إختار صفة- كما اريد: اعطى مثالا عن كيف تود ان تغير هذه الصفة في حياتك او اشرح ذلك

مثلاً:

مقتعة: أنا لست مقتعة كما أريد ، أريد أن أكون أكثر صبراً في الشرح للأفراد أسباب موقفي هذا.
ذات ثقة بنفسي : أنا لست ذات ثقة بنفسي كما أريد ، أريد أن أتعلم كيف أبني ثقتي بقدراتي.

ابن فريقك

بعد تعرفك على مزاياك الإيجابية ونقاط ضعفك القيادية، سوف تكون قادر/مؤهّل للبدء في بناء فريقك، في هذا القسم من الخطة، سوف تقوم بـ

- تكوين دائرة من الأشخاص
- تحديد علاقة الثقة معهم
- إكتشاف ما هي إهتماماتهم وما الذي يحفزهم
- مراجعة المهارات المحددة للمتطوعين المحتملين
- جمع أناسا أكثر

كون دائرة من الاشخاص

ضع قائمة باسماء 3-15 شخصا من الذين تتشارك معهم في القيم والمعتقدات - هؤلاء هم الاشخاص الذين تستطيع الوصول اليهم حين تبني فريقك او تحتاج الى الدعم. تذكر ان تضع في الاعتبار هذه الحلقة من الاشخاص في محتوى هدفك المحدد

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
- 14.
- 15.

ازرع الثقة، افهم دوافع الاخرين وادرج المساعدة

انظر الى قائمة الاشخاص التي وضعتها.

اختر خمسة اشخاص اساسيين وفكري في الاسئلة التالية.

لم يتقون بك؟ كيف اكتسبت ثقتهم؟

ما الذي يمكنك عمله لتحسين او غرس ثقة الاخرين بك؟

هل بإمكانك ادراج شيئاً او شيئين يهتمون به بعمق؟ وان لم تستطع, فكيف ستعرف ذلك؟

إدرس إمكاناتهم. ما هي المهارات التي لديهم؟ هل بإستطاعتك تمييز الكتاب الجيدين من المتحدثين اللبقين؟ ما هي المهارات الأخرى التي قد تكون مساعدة عندما تجمع فريق عمل ناجح؟

اسم الشخص	هل يتقون بك؟	ماذا فعلت لتحصل على ثقتهم؟ ماذا يمكنك فعله للإبقاء عليها أو بنائها في المستقبل؟	ما هو إهتمامه؟ كيف بإستطاعتك معرفته؟	ما هي المهارات التي بإستطاعتهم تقديمها؟

ما هي المهارات التي تفتقدونها؟

إجمع أناساً أكثر

حدد أين يوجد المتطوعون و الذين قد يعملون على الخطة التنشيطية. بمن ستتصل؟ كيف ستتصل إليهم؟ هل هناك أية معيقات (مالية أو غيرها) في إمكانية الوصول لهؤلاء الأفراد؟ حدد خمسة مصادر محتملة للمتطوعين، ولم يهتمون و السبل المحددة للوصول إليهم.

مصادر المتطوعين المحتملة	لماذا يهتمون؟	كيف ستتصل بهم؟

المحيط المدني

القنوات المؤسساتية للنشاط

في هذا القسم من خطة النشاط، سوف تقومين بتحديد قنوات النشاط المؤسساتية الخاصة الموجهة لحملة نشاطك.

القنوات المؤسساتية للدولة

- التشريعية – العمل مع واضعي القوانين لإصلاح أو اقرار قوانين جديدة.
- التنفيذية – العمل مع من ينفذون القانون (الجهات الحكومية).
- القانونية – العمل مع النظام القضائي لتفسير القانون وإصدار أحكام في حالة الاختلاف على تطبيق القوانين.

القنوات المؤسساتية الأخرى

- الأحداث العامة – الاحتجاجات العامة، مثل الاعتصام والمسيرات والمقاطعات والعصيان المدني ورفض تنفيذ القوانين الجائرة وما شابه.
- الأحزاب السياسية – تشكيل حزب خاص بك، الانضمام لحزب قائم، أو محاولة إقناعهم لإدراج قضيتك ضمن أجندتهم السياسية.
- المجتمع المدني – تشكيل منظمة خاصة بك، أو التحالف مع منظمات قائمة، مثل المنظمات المهنية، الاجتماعية، أو غير الحكومية، أو الجماعات المهتمة بخدمة المجتمع، الطلبة، الأعمال الناشطة، أو العمال.
- الإعلام – المقالات في الصحف، المؤتمرات الصحفية، أو المقابلات مع الصحفيين.

أ - ما هي القنوات المؤسسة التي توفر أكبر قدر من النجاح في تنشيطك؟ ولماذا؟

1.

لماذا؟

2.

لماذا؟

ب - ما هي القنوات المؤسساتية التي توفر أقل قدر من النجاح؟ ولماذا؟

1.

لماذا؟

2.

لماذا؟

الرسالة والجمهور

اكتب رسالتك

- في هذا الجزء من بناء خطة النشاط سوف تقومين بصياغة رسالتك. لصياغة رسالتك سوف تقومين ب:
- صياغة رسالتك الأساسية
 - تحديد جمهورك المستهدف وتحديد أهدافك الموجهة للجمهور
 - خلق الرسائل الموجهة لكل نوع من أنواع الجمهور

أولا راجع اهدافك الرئيسية والفرعية.

بينما تكتب رسالتك، تذكر الأسئلة التالية:

- ما الغاية من رسالتك؟
- ما الذي تريد تحقيقه ولماذا؟ اشرح هدفك
- كيف تقترح تحقيق هدفك؟ ما الفعل الذي تطلبه من جمهورك لتحقيق هدفك؟
- هل رسالتك فعالة؟
- هل هي مختصرة؟
- هل هي مقنعة؟
- هل هي ذات مصداقية؟
- هل تحمل نداء للعمل؟

الرسالة الأساسية:

حدد جماهيرك

بعد تحديد جمهورك المستهدف، من المجدي مراجعة القوات المؤسساتية للنشاط المدني والتي حددتها سابقا.

استحدث قائمة بالجماهير المحتملة التي ستوجه اليها رسالتك. من هم الذين سيساعدونك في تحقيق الهدف الذي تسعى اليه؟ ادرجهم ضمن خانة "الجمهور الاولي". تذكر بانك تفكر في الجماهير من اجل هدفك الرئيسي، وليس بالضرورة رؤيتك. باستخدام المثال اعلاه

الرؤية: ارى بلدي حيث فيه مساواة اكثر بين المرأة والرجل

الهدف الرئيسي: (ماهي النتائج القصيرة المدى التي تريدين؟): الخطوة الاولى لتحقيق هذه الرؤية هي ضمان ان تعرف مزيدا من النساء في المجتمع حقوقهن الموجودة. لهذا ، فسوف اضع هدفا رئيسيا بمساعدة مئة امرأة على الاقل في الاشهر الستة القادمة على تعلم المزيد عن حقوقهن وما الذي باستطاعتهن فعله لصنع التغيير في المجتمع

الجمهور ممكن ان يتضمن: وزارة التعليم لاعطاء الدورة مصداقية اكااديمية، رجال الاعمال الذين ترغبين بان يمولوا الدورة، مدربين ومعلمين، نساء ترغبين بان يتلقوا الدورة، الى اخره

الهدف الفرعي (ما الذي نحتاجه لتحقيق هذه النتيجة؟) لتحقيق هذا الهدف الرئيسي فسوف ابدأ بجملة من ورشات العمل شهرية للنساء في مجتمعي لتوعيتهن بحقوقهن الموجودة . سوف ندعو خمسة وعشرين امرأة في كل محاضرة

خطوات العمل: تطوير المنهاج، إيجاد معلمين، إيجاد مكان، تسويق ورشات العمل، الى اخره. (سوف تطورين هذه المتطلبات لاحقا).

بعد ذلك، فكر بمن يؤثر في هذا الجمهور الاولي، على سبيل المثال، اذا كان جمهورك الاولي من اصحاب الاعمال، فان الجمهور الثانوي المرتبط به قد يكون زبائنهم. ادراج هذه الجماهير في خانة "الجمهور الثانوي".

والان، حدد الاتي لكل من هذه الجماهير.

ما الذي تريد منهم ان يفكروا به او يعملوه؟

ما الذي يحفزهم؟ كمثال، اذا كان جمهورا اوليا فما هو الجمهور الثانوي الذي يحفزه؟ ماهي قيمهم واهتماماتهم؟

هل هم اقرب للمساندة، المعارضة او الحياد؟ ام سيكون رد فعلهم مختلطاً؟

هل هم اقرب للمساندة ام المعارضة ام الحياد؟	ما الذي يحفزهم؟	ما الذي تريدين منهم ان يفكروا به او يعملوه؟	من هو الجمهور الثانوي؟	هل هم اقرب للمساندة ام المعارضة ام الحياد؟	ما الذي يحفزهم؟	ما الذي تريدين منهم ان يفكروا به او يعملوه؟	من هو الجمهور الاولي؟

وجه رسالتك

للبدء، فسوف يكون عليك ان تراجع رسالتك الرئيسية، قائمتك بالجماهير المستهدفة وما الذي تعرفه عنهم ومن ثم وجه هذه الاسئلة لكل جمهور. الجدول الذي استحدثت في الدرس السابق سوف يساعدك في:

- ما الفعل الذي تريده من الجمهور؟
- لماذا يمكن للجمهور أن يفعل ذلك؟ (ما هي اهتماماتهم وقيمهم على سبيل المثال؟)
- ما التداعيات التي يمكن أن تحصل من الرسالة؟
- من هم خصومك؟
- ما الحجج التي يمكن أن يستخدموها؟
- كيف يمكن تحييد نقاطهم من خلال رسالتك؟
- (ملاحظة: بينما يجب أن تتوقع حجج خصومك في رسالتك، يجب أن لا تضع الرسالة كلها كرد على تلك الحجج.)
- كيف ستمكن من إيصال رسالتك؟ بواسطة من وأين ومتى؟
- (ملاحظة: مزيد من التفاصيل حول إيصال الرسالة نوقشت في القسم السابع)

او لا تراجع رسالتك الرئيسية.

الرسائل الموجهة: ضع المعلومات عن الرسائل الموجهة الى جمهورك هنا:

الرسالة الموجهة	الموقف أو الحركة المطلوبة ما الذي يحفزهم؟ (القيم، المخاوف)	الجمهور الأساسي

الرسالة الموجهة	الموقف أو الحركة المطلوبة ما الذي يحفزهم؟ (القيم، المخاوف)	الجمهور الثانوي

أنشطة الاتصال

خارطة التحالفات

في هذا الجزء من الخطة التنشيطية سوف تقوم بتحديد الخيارات لإيصال الرسائل، وتتضمن:
 - العمل مع مجموعات أخرى لإيصال رسالتك (بناء التحالفات)
 - تحديد طرق التواصل

عندما تقوم بالتفكير في اختيار التحالفات الممكنة، تذكر الأسئلة التالية:

- هل هناك منظمات تختلف معكم في وجهات النظر السياسية: بالرغم من أنهم يمكنهم المساهمة في أهدافك السياسية؟
- هل هناك منظمات أو جهات يمكنهم الاستفادة من أهدافك إذا أنجزت؟

التحالف/ التنظيم	ما هو موقعهم أو موقفهم/ ماهي فلسفتهم؟	كيف تحفزهم للانضمام إلى حملتك؟	ما المصدر أو الخبرة التي سيجلبونها لجهودك؟

استراتيجية الاتصال

في هذا القسم الأخير من خطتك التنشيطية سوف تقوم بتلخيص طرق الإيصال الخاصة إلى جمهورك، يجب أن تقوم بالرجوع إلى جدول الجمهور المستهدف ثم قوم بملء المعلومات عن طرق الإيصال ادناه.

طرق الإيصال يمكن ان تتضمن:

- مواقع التشبيك الاجتماعية
- وسائل الاعلام (مثال ذلك، الاتصال مع المراسلين)
- اعلانات في الراديو والتلفزيون
- حملة كتابة رسائل
- لقاءات عامة/ مؤتمرات
- اجتماعات مباشرة
- حملة عبر الهاتف

الجمهور الأساسي	طريقة أو أسلوب التسليم (إيصال الرسالة)

الجمهور الثانوي	طريقة أو أسلوب التسليم (إيصال الرسالة)