

نشعورنا
بالأمان ،
مسؤوليتنا
كمان



دليل تطبيق حملة أمانني الأردن





دليل تطبيق حملة أماني الأردن







شكر وتقدير

نتقدّم بجزيل الشكر إلى كلّ من ساهم في إعداد دليل تطبيق حملة أمني، وإلى كلّ المنظمات التي شاركت في حملة أمني، مع أنّنا لا نستطيع أن نذكر الجميع.

بهدف إعداد هذا الدليل، استوحينا بشكل كبير من مختلف الدلائل والوثائق الصادرة سابقاً، واسترشدنا بشكل خاص بأدوات «البدء والوعي والدعم والعمل (SASA!)» التي وضعتها منظمة «رفع الأصوات Raising Voices» و«حقائق للحياة» من اليونيسيف.

عمان، كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٤

فهرس المحتويات

الفصل ١: المقدمة	٦
ما هي حملة أماني؟	٦
كيف تمّ تطوير حملة أماني؟	٧
ما هي الرسائل الأساسية في حملة أماني؟	٨
من هي أماني؟	٨
كيف يمكن لمنظمة أن تصير جزءاً من حملة أماني؟	٩
ما هي الفوائد من المشاركة في حملة أماني؟	١٠
ما هو هذا الدليل؟	١٠
كيف تستخدمون هذا الدليل؟	١١
الفصل ٢: أسس التواصل من أجل التغيير السلوكي والاجتماعي	١٢
الفصل ٣: التخطيط لنشاطات حملة أماني، ورصدها، وتقييمها	١٦
التخطيط لنشاطات حملة أماني	١٦
رصد نشاطات حملة أماني	١٧
تقييم نشاطات حملة أماني	١٧
قائمة المراجعة الخاصة بالتخطيط، والرصد، والتقييم	١٨
الفصل ٤: أدوات ونشاطات حملة أماني	٢٠
١. نشاط أساسي: المحادثات من شخص إلى آخر	٢٢
٢. نشاط أساسي: الحوارات المجتمعية	٢٥
٣. نشاط أساسي: تنظيم الفعاليات	٢٨
٤. نشاط أساسي: رواية القصص المجتمعية	٣١
٥. نشاط أساسي: وسائل التواصل الاجتماعي	٣٤
٦. كيف يمكن إعادة إصدار أدوات حملة أماني؟	٣٦
الفصل ٥: كيفية تطوير أدوات جديدة لحملة أماني	٣٨
السمات الأساسية لأدوات حملة أماني	٣٨
الخطوات الأساسية لتطوير أدوات جديدة لحملة أماني	٤١
قائمة المراجعة الخاصة بأدوات التواصل	٤٤



الملحقات	٤٥
الملحق ١ - خطة عمل حملة أمني	٤٦
الملحق ٢ - تقرير الرصد الخاص بحملة أمني	٤٧
الملحق ٣ - تقرير نشاطات حملة أمني	٤٨
الملحق ٤ - استمارة التغذية الراجعة الخاصة بحملة أمني	٤٩
الملحق ٥ - بروتوكول التقييم لمناقشات مجموعات التركيز في إطار حملة أمني	٥٠
الملحق ٦ - تقييم استخدام الوكالات لموارد ورسائل حملة أمني	٥٤
الملحق ٧ - حسنات وسيئات أدوات التواصل	٥٦
الملحق ٨ - دليل الأسلوب الخاص بحملة أمني	٥٧
الملحق ٩ - نماذج الاختبار المسبق لمناقشات مجموعات التركيز	٦٢



نظرة معمّقة:



فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي.

تتمثّل أهداف فرق العمل الفرعية المعنية بالعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وبمحمية الطفل في تعزيز الوقاية من والتصدي للعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي المتعدّدي القطاعات، وفي تنسيق تدخّلات حماية الطفل في سياق الاستجابة الطارئة للاجئين السوريين في الأردن. أما رؤساء الفرق فهم على التوالي من صندوق الأمم المتحدة للسكان *UNFPA* والمفوضيّة السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين *UNHCR*، ومن منظّمة الأمم المتحدة للطفولة (اليونيسيف)، والمفوضيّة السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين *UNHCR*. وأما أعضاء الفرق فيمثلون وكالات الأمم المتحدة، ومنظّمات غير حكومية دولية ووطنية، ومؤسسات وطنية ووزارات.

وقد تولّت قيادة عملية تطوير حملة أمان كل من مؤسسة إنقاذ الطفل الدولية، ولجنة الإنقاذ الدولية، وصندوق الأمم المتحدة للسكان، ومنظمة الأمم المتحدة للطفولة (اليونيسيف)، والمفوضيّة السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، وذلك ضمن إطار المشروع المشترك بين الوكالات «تعزيز خدمات وأنظمة العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل». والجدير بالذكر أنّ حملة أمان، إلى جانب إجراءات العمل الموحّدة المشتركة بين الوكالات في حالات الطوارئ للوقاية من والتصدي للعنف المبني على النوع الاجتماعي والعنف والإساءة والاستغلال ضد الأطفال في الأردن، وأيضاً دليل إدارة حالات حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي المشترك بين الوكالات، كلها تشكل استراتيجية أساسية بالنسبة إلى فرق العمل الفرعية المعنية بالعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل، في عملها على مستوى المجتمع المحلي، ومستوى تقديم الخدمات، ومستوى المؤسسات، من أجل تحسين الوقاية من والتصدي للعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل في الأردن.

حتى الآن، قامت بتطبيق حملة أمان أكثر من ٣٠ منظّمة دعمت نشر رسائلها الأساسية. وقد تنوّع مستوى انخراط المنظّمات في هذه الحملة بين نشر الأدوات، وتنفيذ النشاطات مع المجتمعات المحليّة، واستحداث أدوات جديدة.



المقدمة

ما هي حملة أمان؟

حملة أمان هي حملة مشتركة بين الوكالات تهدف إلى التأثير على معارف ومواقف وسلوكيات النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان في ما يتعلق بالعنف والإساءة والاستغلال في الأردن. وهي تسعى إلى منع مثل هذه الأفعال، وإلى الحرص على أن يحصل الناجون على المزيد من الحماية من العنف وأن يطلبوا الدعم الضروري.

وتوفّر حملة أمان مجموعة من الرسائل والأدوات الأساسية المتناسقة التي يمكن استخدامها وتكييفها بحسب المنظّمات، بهدف توسيع دائرة وصول الحملة وأثرها إلى حدّهما الأقصى. وتستطيع المنظّمات أن تدمج رسائل وأدوات حملة أمان من خلال جميع نشاطاتها، كما تستطيع تكييف واستحداث رسائل وأدوات جديدة. وترتكز الحملة على مبدأ تعاون قوي، قائم على فكرة أنّ العمل معاً أفضل من العمل كل بمفرده.

قامت بتطوير الحملة فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي في الأردن، بالتعاون مع مجتمعات اللاجئين والمجتمعات المحليّة، وبالاستناد إلى الممارسات الفضلى والدروس المستفادة من سياقات أخرى.

كيف تمّ تطوير حملة أمني؟

بما أنّ النقص في المعلومات حول الخدمات المتوفرة والمسائل المتعلقة بحماية الطفل والعنف المبني على النوع الاجتماعي بقيت تحدّياً، تمّ إطلاق الحملة المشتركة بين الوكالات لتسهيل نشر الرسائل الأساسية من خلال مواءمة الأدوات والمقاربات، والبناء على النشاطات الموجودة.

وقد خضعت الرسائل الأساسية للمراجعة والتعديل من خلال مشاورات مكثّفة مع النساء، والفتيات، والفتيان، والرجال من مجتمعات اللاجئين والمجتمعات المحليّة المضيفة، ومع مقدّمي الخدمات. تمّ جرى إصدار وثيقة تتضمّن الرسائل الأساسية، وتحدّد الرسائل الرئيسية والداعمة، والصور، والشعارات. ومن خلال الأبحاث والاختبارات الأولى، تمّ أيضاً استحداث عدد من الأدوات لإتاحة الحوار والنقاش التفاعليين.

في العام ٢٠١٢، قامت فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي بتطوير مجموعة من الرسائل الأساسية الأولى استجابة للقضايا الهائلة في مجال حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي التي ظهرت في الأردن في سياق الاستجابة الطارئة لتدفق اللاجئين السوريين^١.

نظرة معمّقة:

التعريفات

العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي

هو أيّ عمل مؤذٍ يرتكب ضدّ إرادة الشخص ويستند إلى اختلافات منسوبة اجتماعياً (من حيث النوع الاجتماعي) بين الذكور والإناث. وهو يتضمّن الأفعال التي تسبّب الأذى أو المعاناة الجسدية أو النفسية أو الجنسية، والتهديدات بمثل هذه الأفعال، والإكراه أو أشكال الحرمان من الحرية الأخرى، عندما تحدث في الحياة العامة أو الخاصة. أما أنواع العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي فتتضمّن: العنف الجنسي، والعنف الجسدي، والإساءة النفسية والعاطفية؛ والزواج القسري (بما في ذلك زواج الأطفال)؛ والحرمان من الموارد، والفرص، والخدمات^٢.

حماية الطفل

الوقاية من والاستجابة للإساءة، والإهمال، والاستغلال، والعنف ضدّ الأطفال في حالات الطوارئ. وتتضمّن أشكال الإساءة، والإهمال، والاستغلال على سبيل المثال: العنف الجنسي، وعمالة الأطفال، والانفصال الأسري، والإساءة الجسدية، والزواج المبكر^٣.

١. للمزيد من المعلومات حول التوجّهات والنماذج الأساسية في مجال حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي في سياق الاستجابة للأزمة السورية، الرجاء الاطلاع على ملاحظات التلخيص الخاصة بحماية الطفل والعنف المبني على النوع الاجتماعي المتوفرة بالتوالي على:

http://data.unhcr.org/syrianrefugees/working_group.php?Page=Country&LocationId=107&Id=27

http://data.unhcr.org/syrianrefugees/working_group.php?Page=Country&LocationId=107&Id=35

٢. إجراءات العمل الموحّدة المشتركة بين الوكالات في حالات الطوارئ للوقاية من والتصدي للعنف المبني على النوع الاجتماعي والعنف والإساءة والاستغلال ضد الأطفال في الأردن.

٣. فريق عمل حماية الطفل العالمي: المعايير الدنيا لحماية الطفل في الاستجابة الإنسانية، ٢٠١٢، متوافر على:

<http://cpwg.net/minimum-standards>

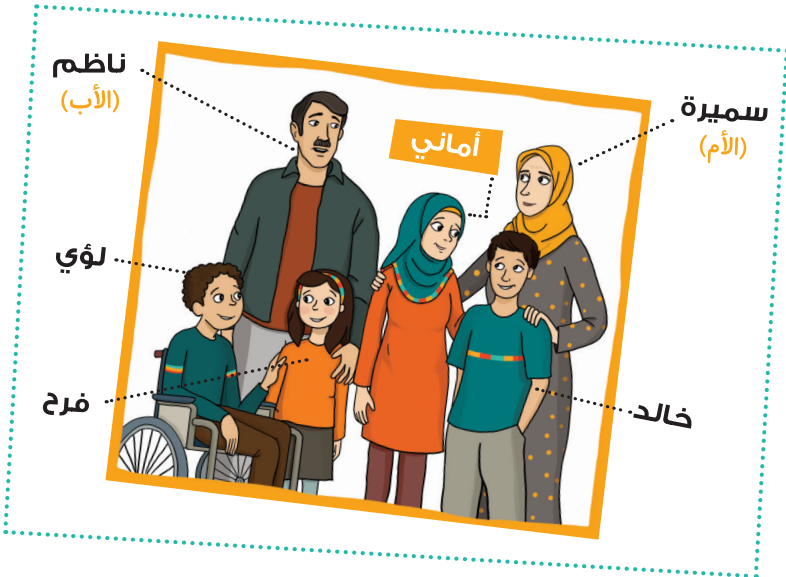
ما هي الرسائل الأساسية في حملة أمانني؟

كلمة «أمانني» تعني «سلامتي وأمني»، والرسالة العامة في الحملة هي «شعورنا بالأمان، مسؤوليتنا كمان». وتتضمن حملة أمانني ١٠ رسائل أساسية حول:

١. منع العنف والبقاء في حالة أمان: إيدك لتساعدني ما لتضربني؛
٢. الاستجابة للناجين من العنف: إذا تعرّضت للأذى، ما تسكت! أطلب المساعدة من حدا بتثق فيه؛
٣. الزواج المبكر: الزواج بعد سن ١٨ أسلم إلي وإلكم؛
٤. الدعم النفسي الاجتماعي: شو ما صار معك، نحنا هون لندعمك؛
٥. الأشخاص ذوو الإعاقات: لو اختلفنا بالقدرات، حقوقنا بتضل نفسها؛
٦. عمالة الأطفال: درسوني اليوم، بالمستقبل بشتغل؛
٧. تسجيل الولادات: أمن الحماية لطفلك، سجّلو ولادتو؛
٨. لم الشمل/الانفصال الأسري: خليك مع أطفالك، طول ما سمحت أحوالك، دائماً أتأكد ولادك مع حدا بتثق فيه؛
٩. المعونة الإنسانية مجانية: ما حدا إلو الحق يطلب منك أي شيء مقابل تقديمها؛
١٠. احترام التنوع/عدم التمييز: اختلفنا بكمل وبجمل حياتنا.

من هي أمانني؟

تقوم الحملة على قصة شخصية خيالية اسمها أمانني، وهي فتاة سورية عمرها ١٥ عاماً لاجئة في الأردن، وعلى عائلتها التي تختبر وتتعامل مع تحديات مختلفة. وأمانني فتاة ذكية ولديها أصدقاء تهتم بهم كثيراً وتدعمهم. وهي تكتب مقالات في مجلة مدرستها. أما والداها، سامية وناظم، فهما يبذلان أقصى جهودهما للاهتمام بعائلتهما في الظروف الصعبة. وهما والدان حنونان جداً، يدعم أحدهما الآخر. وفي حين أنّ الحياة ليست سهلة عليهما، يحاولان أن يجدا الحلول للمشكلات التي يواجهانها. وأما خالد فهو فتى نشيط عمره ١٣ سنة. وهو يحب المسرح وقد انضم إلى فرقة يافعة تنظم الحفلات. ويمضي خالد وقتاً كثيراً مع أخيه لؤي الذي يبلغ من العمر ٩ سنوات. فلؤي أصيب بجروح في سوريا وصار الآن يستعمل الكرسي المتحرك. وهو يحب التصوير ويتابع صفاً في التصوير في المركز المجتمعي المحلي. وتبقى فرح وهي في السابعة من العمر. وفرح هي الصغرى في العائلة وهي حيوية جداً وتجعل كل من حولها يضحكون.



٤. كل أفراد العائلة يحملون أسماء لها معانٍ تمثّل وجهاً محدداً في شخصيتهم. فأمانني تعني «حمائتي»، وسامية تعني «نبيلة» أو «فخورة»، وناظم يعني «صادق»، وخالد يعني «أبدي الخلود»، ولؤي يعني «شبل الأسد»، وفرح تعني «السعادة».



نظرة معمّقة:

المبادئ

المبادئ التوجيهية المتعلقة بالعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي لكل الأعمال:

- فهم التوصيات الأخلاقية وتوصيات السلامة في التوصيات الأخلاقية وتوصيات السلامة للأبحاث، والتوثيق، والرصد في مجال العنف الجنسي في حالات الطوارئ الخاصة بمنظمة الصحة العالمية، كما الالتزام بهذه التوصيات (منظمة الصحة العالمية ٢٠٠٧)؛
- تقديم كامل التعاون والمساعدة والتنسيق بين المنظمات والمؤسسات في إطار الوقاية من والتصدي للعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي؛
- إشراك المجتمع المحلي بشكل كامل في فهم وتعزيز المساواة بين الجنسين وعلاقات القوة التي تصون وتحترم حقوق النساء والفتيات؛
- ضمان المشاركة المتساوية والناشطة من قبل النساء والفتيات والفتيان، وذلك في تقدير، وتخطيط، وتطبيق، ورصد، وتقييم البرامج؛
- إدخال ودمج التدخلات في مجال العنف المبني على النوع الاجتماعي في كل البرامج والقطاعات؛
- ضمان المساواة على كافة المستويات؛
- كل الموظفين والمتطوعين الذين يشاركون في الوقاية من والتصدي للعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي يجب أن يفهموا مدونة السلوك ويوقعوها.

كيف يمكن لمنظمة أن تصير جزءاً من حملة أمان؟

كل المنظمات الأعضاء في فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي، و/أو المنظمات التي وافقت على إجراءات العمل الموحدة في حالات الطوارئ الخاصة بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي تستطيع أن تصير تلقائياً جزءاً من حملة أمان.

يمكن لأي منظمة أن تنضم إلى الحملة. ويتم تشجيع المنظمات التي تشارك في حملة أمان على رفع التقارير الدورية إلى فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي، والمشاركة بخططها التطبيقية. وفي روحية حملة أمان، كل منظمة تقوم بنتاج أدوات جديدة يجب أن تفعل ذلك بالتنسيق مع فرق العمل الفرعية، وهي مدعوة لجعل هذه الأدوات متاحة لتستخدمها المنظمات المشاركة الأخرى.

والأهم هو أنّ كل المنظمات التي تريد تطبيق حملة أمان يجب أن تعمل بالتناسل مع المبادئ التوجيهية لأعمال العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل، كما هي ملخّصة في المربع أدناه.

٥. للحصول على نسخة مفصلة، الرجاء الاطلاع على إجراءات العمل الموحدة المشتركة بين الوكالات في حالات الطوارئ للوقاية من والتصدي للعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي والعنف، والإساءة، والاستغلال ضد الأطفال في الأردن.

ما هو هذا الدليل؟

إنّ دليل التطبيق يقدّم للوكالات المشاركة أفكاراً حول كيفية تطبيق حملة أمني، والاستمرار في تطويرها أكثر فأكثر عبر مقارنة مشتركة بين الوكالات.

ويتضمّن هذا الدليل معلومات أساسية حول الحملة؛ ومقدّمة عن نظرية التغيير؛ ومعلومات حول كيفية التخطيط للحملة، ورصدها، وتقييمها؛ ونصائح حول نشاطات التواصل الأساسية؛ واقتراحات حول كيفية استخدام أدوات التواصل الموجودة؛ وأفكاراً حول كيفية تطوير أدوات جديدة تتماشى مع روحية حملة أمني.

إلى ذلك، يتضمّن الدليل أدوات مرجعية سريعة مثل قوائم المراجعة والنماذج والأمثلة، التي يمكن استخدامها في التنفيذ اليومي للنشاطات. كذلك، يأتي الدليل مع قرص مدمج وروابط الكترونية حيث يمكن الوصول إلى أدوات حملة أمني.

كما ، يكملّ الدليل المعارف والمهارات المكتسبة من خلال جلسات تدريب حملة أمني. فالمقصود منه أن يكون وثيقة دعم للجهات المرجعية في مجال التواصل والمسؤولين عن تنظيم وتنفيذ نشاطات حملة أمني.



نظرة معمّقة:

المبادئ

المبادئ التوجيهية لحماية الطفل لكل الأعمال:

- تفادي تعريض الناس للمزيد من الأذى كنتيجة لأعمالكم؛
- ضمان وصول الناس إلى المساعدة غير المنحازة؛
- حماية الناس من الأذى الجسدي والنفسي الذي ينتج عن العنف والإكراه؛
- مساعدة الناس على المطالبة بحقوقهم، والوصول إلى الحلول المتوقّرة، والتعافي من تأثيرات الإساءة/العنف؛
- تعزيز أنظمة حماية الطفل؛
- تعزيز مرونة الأطفال في الأعمال الإنسانية.

ما هي الفوائد من المشاركة في حملة أمني؟

إنّ المشاركين في حملة أمني يصبحون جزءاً من فريق موسّع من المنظمات تعمل جميعها نحو تحقيق الهدف نفسه، وهو الوقاية من والتصديّ لمسائل العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل. وإنّ وجود عدد كبير من المنظمات التي تعمل معاً لنشر الرسائل نفسها بطرق مختلفة، يعني أنّ الحملة يمكن أن تصل إلى عدد أكبر من المجتمعات المحليّة وبشكل ممنهج، وأن يكون لها تأثير أكبر على معارف الناس ومواقفهم وسلوكياتهم. وجود الكثير من المنظمات التي تعمل معاً وتستخدم مقارنة وأدوات مشتركة، تعتبر استراتيجية فعّالة وناجحة للاستفادة من الموارد إلى أقصى حد.

كيف تستخدمون هذا الدليل؟

- ✓ قراءته كمقدمة لحملة أمني حتى يساعدكم على البدء بتطبيقها؛
- ✓ الاستناد إليه لأستحداث واستنباط المزيد من نشاطات التواصل؛
- ✓ مشاركته مع جهاتكم المرجعية الأساسية في مجال التواصل على جميع مستويات منظماتكم؛
- ✓ الاطلاع عليه بانتظام لإنعاش مهارتكم في مجال مهارات التواصل الأساسية؛
- ✓ فهم كيفية إعادة إنتاج أدوات حملة أمني؛
- ✓ الرجوع إليه للاسترشاد حول كيفية إنتاج أدوات جديدة في حملة أمني؛
- ✓ إعادة إنتاج النماذج والأدوات المحددة عندما تحتاجون إليها؛
- ✓ الاطلاع عليه عندما تحتاجون إلى تذكّر ما تعلمتموه في جلسات التدريب؛
- ✓ الوصول إلى جميع الأدوات في القرص المدمج المرفق بالدليل أو عن طريق الرابط الإلكتروني المرفق أدناه.

http://data.unhcr.org/syrianrefugees/working_group.php?Page=Country&LocationId=107&Id=68

فعند العمل على التغيير السلوكي، يكون التركيز على مستوى التغيير الفردي، غير أنه لا يمكن النظر لكل فرد بمعزل عن الآخرين، لأن الفرد مرتبط بالعوامل الاجتماعية ومتأثر بها.

أما التغيير الاجتماعي فيميل إلى التركيز على التغييرات على مستوى المجتمع المحلي أو المجتمع الأوسع، وعلى القوانين والممارسات الاجتماعية المرتبطة بهما. وهذان التغييران يتكاملان فتتداخل المقاربات التي تركز بالتوالي على التغيير الفردي والجماعي.

التواصل من أجل التغيير السلوكي هو عملية تفاعلية لتطوير رسائل ومقاربات تتناسب مع المستخدمين، بهدف تحفيز التغييرات المستدامة في المعارف والمواقف والسلوكيات. فزيادة المعارف لا يكفي لتعزيز التغيير. وقبل أن يقوم الأفراد والمجتمعات المحلية بتغيير سلوكياتهم، يجب أن يفهموا أولاً الوقائع الأساسية، ويعتمدوا المواقف الأساسية، ويتعلموا مجموعة من المهارات، ويحصلوا على إمكانية الوصول إلى المنتجات والخدمات الملائمة. كذلك، يجب أن يروا محيطهم على أنه يدعم السلوك.^٧

وتستخدم حملة أمانى أيضاً عناصر متنوعة من أدوات التواصل من أجل التغيير الاجتماعي، وينتج عن ذلك عملية حوار لتغيير السلوكيات بشكل واسع، لتخفيف الممارسات الاجتماعية والثقافية المؤذية واستراتيجيات التأقلم السلبية التي يسببها النزوح أو زيدها سوءاً.^٨

عندما تقومون بتطبيق هذه النظرية على العمل اليومي في مجال التغيير السلوكي والاجتماعي، وبالتخطيط لنشاطات حملة أمانى وتنفيذها، الرجاء أخذ ما يلي في الاعتبار:



يتطرق هذا الفصل بإيجاز إلى أسس التواصل من أجل التغيير السلوكي والاجتماعي ويوفر إطاراً لفهم بشكل أفضل المقاربة المعتمدة في حملة أمانى وأدواتها، وكيف يمكن تطبيق الحملة بشكل فعال.

فالمقاربة الشاملة تسعى إلى التأثير على التغيير من خلال استراتيجيات على المستوى الفردي والمجتمعي والاجتماعي الأوسع. ويمكن أن تتضمن هذه الاستراتيجيات المناصرة، والتحرك المجتمعي، والتواصل من أجل التغيير السلوكي، والتواصل من أجل التغيير الاجتماعي.^٦

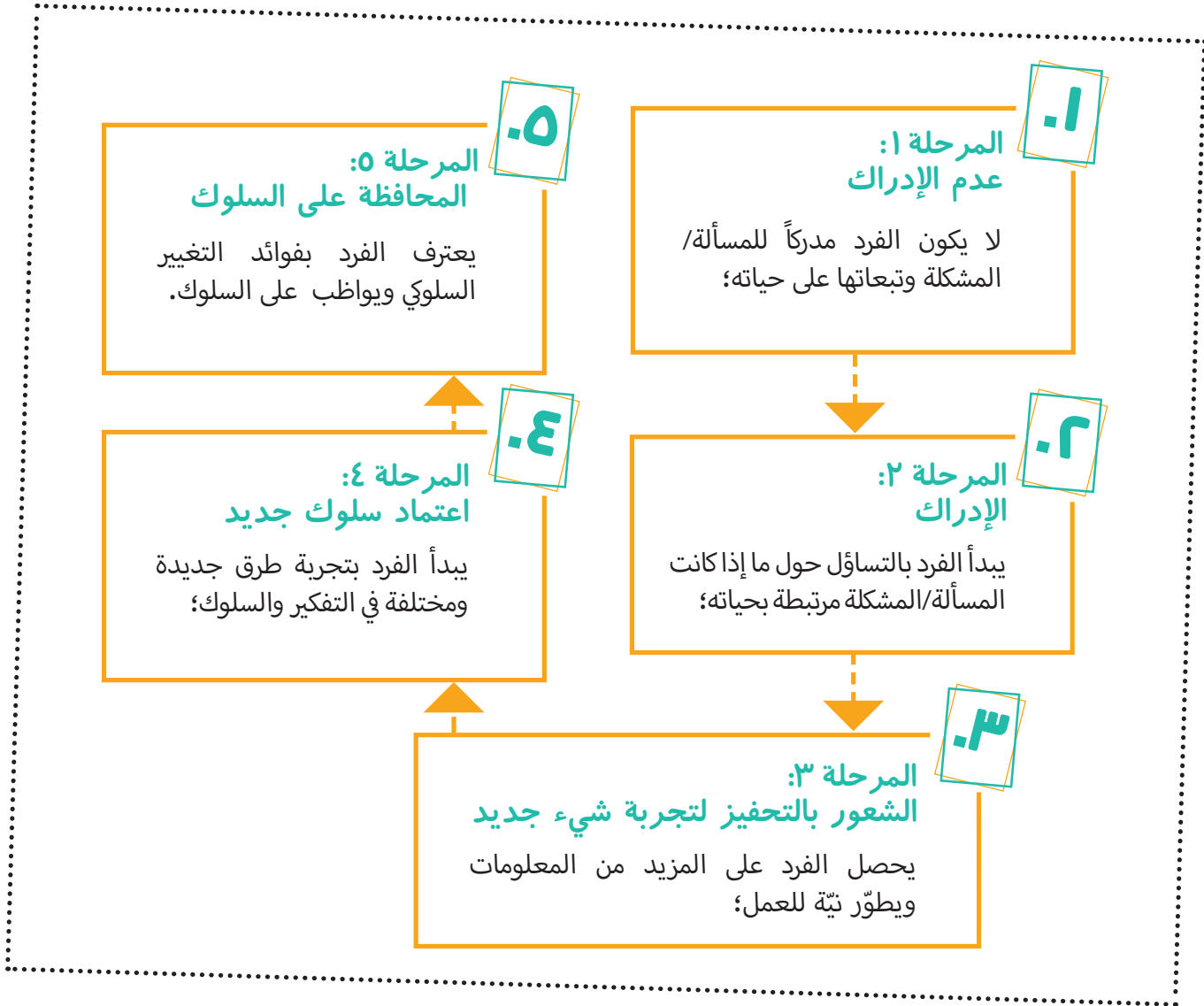
في الواقع، تركز حملة أمانى بشكل أساسي على الاستراتيجيتين الأخيرتين. ولكن، يجب أن ننظر إليها بالترابط مع مبادرات أخرى، وبخاصة العمل في مجال إجراءات العمل الموحدة الخاصة بالعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل، التي تركز أكثر على مستوى المناصرة والسياسات.

٦. اليونيسيف، Social Ecological Model (SEM), Communication for Development (C4D)?, www.unicef.org/cbsc/files/Module_1_SEM-C4D.docx

٧. المرجع نفسه

٨. المرجع نفسه

١. نحن كأفراد نمزّ بمراحل مختلفة عندما نغيّر السلوك:



إنّ تعلّم سلوك جديد يمر بهذه الدورة المستمرة من الإدراك، والتجربة، والتكرار. وقد يتنقّل الناس بين المراحل المختلفة مرات عدّة^٩.

٩. اليونيسيف، حقائق للحياة، ٢٠١٠، http://www.unicef.org/publications/index_53254.html

٢. التغيير السلوكي والمجتمعي مترابطان ارتباطاً قوياً؛

■ نادراً ما يتغير الأفراد من تلقاء أنفسهم. فغالباً ما تتأثر أفعالهم بما يفعله الآخرون من حولهم؛

■ إنَّ تغيير السلوك الاجتماعي يعني تغيير المنظورات والممارسات اليومية لدى الأسر والمجتمعات المحليّة؛

■ يمكن توقُّع المقاومة عندما يتمّ تحديّ القوانين والاعراف الاجتماعيّة. والسبب في ذلك هو أنّ التغيير يتضمّن تغيير في ديناميكيات العلاقات المجتمعية حول مسائل أساسية متعلقة بالأدوار المبنية على النوع الاجتماعي، وعلاقات القوة، والكثير من العوامل الأخرى ضمن العائلة والمجتمع المحليّ؛

■ يمكن أن يصبح التقبُّل معدياً عندما يبدأ الناس برؤية وسماع فوائد التغيير، فينتشر الاهتمام ويدفع الآخريين إلى اعتماد السلوك الجديد الذي يمكن أن يفيد حياتهم؛

■ في النهاية، يتمّ اعتبار السلوك كممارسة طبيعية من جميع الأشخاص^{١٠}.

٣. إنَّ عدداً من العوامل يؤثّر في التغيير؛

■ السياسة وعلاقات القوة، والثقافة (أي الدين، والتاريخ، والتعليم، واللغة، وظهور الإيديولوجيات)، والمحيط المادي (أي التغيّر المناخي)، والسكّان (أي الديموغرافيا، والنزوح)، والتكنولوجيا (أي وسائل التواصل، والاختراعات)، والعلاقات الاقتصادية (أي المسائل الطبقيّة)، والاكتشافات العلمية (أي علم الاتصالات، والاكتشافات الطبيّة، ووسائل النقل)، والعلاقات بين الجنسين؛

■ إنَّ حالات الطوارئ تمهّد الفرصة أمام التغيير بما أنّها تترافق مع التغيير الاجتماعي والتغيير في الأدوار لدى الفتيان، والفتيات، والنساء، والرجال (أي أنّ النساء يتحمّلن مسؤوليات أكبر لأنّهنّ يجمعن المعونات، أو يصبحن المعيلات)؛

■ يمكن أن يفرض التغيير بفعل تدخّلات خارجية (أي قوانين وأنظمة جديدة)، و بفعل آليات داخلية أيضاً، مثل آلية التغيير البطيء في القوانين، والأخلاقيات، والعلاقات العائليّة، التي تتضمّن الحوار، والمفاوضات، والأعمال الجماعيّة^{١١}.

١٠. اليونيسيف، حقائق للحياة، ٢٠١٠،

http://www.unicef.org/publications/index_53254.html

١١. مواد تدريب حملة أمان، ٢٠١٤

باختصار،

من النظرية إلى التطبيق، عندما
نفذ نشاطات حملة أمني، يجب
أخذ ما يلي في الاعتبار:

✓ استخدام طرق تعزيز/ تحفيز متنوعة (مثل اللوحات الإعلانية، والأفلام المتحركة القصيرة، ومجموعات المناقشة). والتكرار مهم جداً!

✓ توفير الفرص للحوار والمناقشات بين أفراد المجتمعات المحلية؛

✓ التطرق الى منظومة التقاليد القائمة بطريقة حساسة غير مستفزة من خلال تفسير القوانين، والحقوق، والآثار السلبية للممارسات الحالية؛

✓ التركيز على القيم والسلوكيات الإيجابية، وعلى القدوات، وعلى الفوائد الإيجابية للتغيير السلوكي (وليس فقط على المشكلات)؛

✓ إيصال الرسائل بطرق جذابة وتفاعلية؛

✓ إيصالها بطرق تمكّن المجموعات المجتمعية المستهدفة من التعاطي معها بطريقة سلسة (تفادي المصطلحات التقنية واللغة المتخصصة، واستخدام الصور وأفلام الفيديو للمساعدة على الفهم).



- تحديد القضايا التي تركز عليها الحملة (أي الرسائل الأساسية ذات الأولوية، المناطق الجغرافية، المجموعات المستهدفة)؛
- مراجعة الموارد المتوفرة (أي: خبير في مجال التواصل، المواد)؛
- التخطيط لتطوير أدوات جديدة؛
- جمع وتجميع عناصر الخطة للفترة التالية باستخدام نموذج خطة عمل حملة أمني (الملحق ١)؛
- جمع وتجميع تقارير الرصد من المرحلة السابقة باستخدام تقرير رصد النشاطات الخاص بحملة أمني (الملحق ٢)، بما في ذلك قسم عن التقييم عند الإمكان؛
- الاتفاق على خطة زمنية لإنهاء مستلزمات المرحلة القادمة من حيث الرصد والتقييم.

لدى تطبيق الحملة، يجب أن تبحث المنظمات في أشكال دمج نشاطات حملة أمني ضمن خطط التواصل القائمة لإغنائها، بدلاً من وضع خطط منفصلة. وعند التخطيط لنشاطات التواصل، يمكن لكل منظمة أن:

- تراجع الأولويات الداخلية والأولويات المشتركة بين الوكالات لتحديد محور التركيز؛
- تضع اللمسات الأخيرة على تقرير المرحلة السابقة، وتشاركه، وتراجع للمساعدة على التخطيط؛
- تراجع الموارد وتحدد ما إذا كانت بحاجة إلى إعادة إنتاج و/أو ابتكار أدوات جديدة؛
- البحث في كيفية إدراج نشاطات حملة أمني ضمن العمل اليومي للمنظمة؛
- التخطيط لنشاطاتكم ضمن حملة أمني باستخدام خطة عمل حملة أمني (الملحق ١)؛
- مشاركة خطة عملكم مع فرق العمل الفرعية المعنية بالعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل، ومع فريقكم.

يقدم هذا الفصل اقتراحات حول كيفية التخطيط لنشاطات حملة أمني، ومتابعتها، وتقييمها. إنه يوفر أساساً لتطوير الآليات المشتركة بين الوكالات، فيصبح من الممكن التخطيط للحملة، ورصد نشاطاتها، وتقييمها، من خلال استخدام أدوات ومعايير مشتركة، سواء على مستوى المنظمة منفردة، أو على مجمل الحملة على المستوى الجماعي.

التخطيط لنشاطات حملة أمني

تتضمن حملة أمني مستويين من التخطيط: الأول على المستوى الجماعي (مستوى فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي)، والآخر وعلى المستوى الفردي لكل منظمة على جدي.

بشكل دوري، يمكن لفرق العمل الفرعية أن تنظم تمارين تخطيطية لمراجعة وضع الحملة والتخطيط للمرحلة القادمة. من خلال هذا العمل، تقوم فرق العمل الفرعية بما يلي:

والجدير بالذكر أنه يمكن أيضاً استحداث استمارة تغذية راجعة حول رسائل محدّدة.

■ أدخلوا تفاصيل خاصة عن نشاطات حملة أمان ضمن تقاريركم. لخصوا العمل الذي قمتم به في إطار حملة أمان باستخدام تقرير الرصد الخاص بحملة أمان (الملحق ٢).

تقييم نشاطات حملة أمان

في حين أن التقييم المفضّل للحملة متشعب جداً، نعرض هنا منهجية مبسّطة من شأنها أن تساعد في آلية التقييم لدى كل منظمة، كما أنّها تساهم بجزء من التقييم العام للحملة.

من المفضّل أن تُجمَع البيانات الأساسية قبل بدء النشاطات، ليُعاد جمعها لاحقاً بعد مرور فترات زمنية محدّدة.

شكّلت نقاشات المجموعات المركزه خلال مرحلة تطوير حملة أمان في العام ٢٠١٣ أحد مصادر المعلومات الأساسية حول المعارف، والمواقف، والسلوكيات إزاء حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي لدى المجتمعات المحليّة المستهدفة. (قد يكون لدى منظمّكم معلومات أخرى أيضاً).

عند التخطيط للبدء بمراحل جديدة من الحملة، يمكن تنظيم الجهود لجمع البيانات، بحيث تستخدم لاحقاً لتقييم التقدّم المُحرَز في كل المرحلة من المراحل المُنجزة، وليُشكل خط الأساس لتقييم المرحلة اللاحقة. من أجل تقييم حملة أمان، يمكن لمنظمّكم أن:

■ تُقدّم عرضاً داخلياً للبيانات حول المعارف، والمواقف، والسلوكيات التي سبق أن جُمعت بوسائل أخرى؛

■ تُنظم حلقتين إلى أربع حلقات من مناقشات المجموعات المركزه حول المواضيع الأساسية في حملة أمان، باستخدام دليل التقييم لمناقشات مجموعات التركيز (الملحق ٥)؛

رصد نشاطات حملة أمان

تمتلك معظم المنظّمات المُشارِكة في حملة أمان أنظمة متابعة وتقييم مُعتمّدة لبرامجها، وبالتالي ليس مطلوباً منها إستحداث أيّ نظام جديد خاص لنشاطات حملة أمان (تتضمّن هذه الأنظمة أدوات الإبلاغ المشتركة بين الوكالات مثل ActivityInfo). ولكن ومن المهمّ جداً التأكيد من إدخال العناصر الخاصة بحملة أمان ودمجها في اجتماعات الفرق، ونماذج الرصد، والتقارير. وعند تقييم نشاطاتكم، الرجاء أخذ ما يلي بعين الاعتبار:

■ في اجتماعات الفرق، تحقّقوا بشكل منتظم من وضع الفريق الذي يطبّق نشاطات حملة أمان. ناقشوا التحدّيات، والنجاحات، والدروس المستفادة. وابعثوا في كيفية تعديل النشاطات القادمة على ضوء ما تبيّنه هذه النقاشات.

■ سجّلوا معلومات أساسية حول كل نشاط تطبّقونه، سواء من خلال استخدام تقرير نشاطات حملة أمان (الملحق ٣)، أو عبر نموذجكم الخاص لتقارير النشاطات. اذكروا:

- نوع النشاط
- التاريخ
- الموقع
- عدد المشاركين (مع تصنيفهم بحسب العمر والجنس)
- الرسائل الرئيسيّة لحملة أمان
- الأدوات الرئيسيّة المستخدمة
- التغذية الراجعة من المشاركين
- التعليقات (التحدّيات، النجاحات، الدروس المستفادة)

■ سجّلوا بانتظام التغذية الراجعة لكل من النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان الذين يشاركون في النشاطات. يمكن القيام بهذه العملية بطرق مختلفة، إذ تقدّم استمارة التغذية الراجعة من المشاركين الخاصة بحملة أمان أساساً لهذه العملية (الملحق ٤).

حدّدوا نوع النشاطات التي يمكن ان تستخدموا فيها الاستمارات، وكيف ستستخدمونها. واعرضوا على المشاركين أن تساعدوهم في ملء الاستمارات المكتوبة عند الحاجة.

قائمة المراجعة الخاصة بالتخطيط، والرصد، والتقييم

التخطيط

(فصلياً أو مرتان في السنة)

- إنجاز خطة حملة أمني
- مشاركة خطة حملة أمني مع فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي
- تجميع خطة حملة أمني المشتركة بين الوكالات

الرصد

(طوال مدة الحملة)

- إجراء اجتماعات منتظمة
- إكمال تقارير نشاطات حملة أمني بشكل منتظم
- جمع التغذية الراجعة من المستفيدين بشكل منتظم
- تجميع تقرير حملة أمني بشكل منتظم

التقييم

- إجراء استعراض داخلي للبيانات
- إجراء مناقشات مجموعات التركيز للتقييم، في بداية ونهاية كل مرحلة
- تجميع معلومات التقييم (إدراجها ضمن تقرير حملة أمني)
- إنجاز المسح، عند الإمكان
- إجراء التقييم المشترك بين الوكالات

■ تحليل التغذية الراجعة من المشاركين، من خلال تجميع التغذية الراجعة التي حصلت عليها على امتداد المرحلة؛

■ تحضّر المعلومات باستخدام جميع المصادر، ليتم إدراجها ضمن تقرير الرصد الخاص بحملة أمني (الملحق ٢). وكدليل لاستكمال التقرير، يمكن التطرّق إلى الأسئلة التالية:

- هل يملك أعضاء المجتمع المحليّ معارف ومعلومات كافية حول موضوع حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي؟
- هل أصبح من المقبول أكثر فأكثر مناقشة موضوع حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي؟
- هل توجد أيّ تغييرات ملحوظة في معارف المجتمع المحليّ، ومواقفه، وسلوكياته إزاء مواضيع حملة أمني؟
- هل هناك تغيير في المعارف حول الخدمات المرتبطة بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي؟

يمكن لفريق العمل الفرعي المعني بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي، وفقاً لقدراته واهتماماته، أن يقرّر إجراء تقييم شامل للحملة على المستوى المشترك بين الوكالات. وللقيام بذلك، قد تبحث الفرق في:

■ طرق جمع وتجميع تقارير التقييم من كلّ منظمّة؛ تنظيم آليات جمع إضافية للبيانات من خلال مناقشات المجموعات المركزه أو عمل مسوح بالتعاون مع المجتمع المحليّ المستهدف؛

■ تنظيم آليات جمع إضافية للبيانات من خلال مناقشات مجموعات التركيز أو المسوح مع فريق العمل، كما في المرحلة الأولى من الحملة (راجعوا الملحق ٦ للاطلاع على مثال عن ذلك).





يتضمّن هذا الفصل أبرز نشاطات التواصل التي يمكن استخدامها لنشر رسائل أمانى بين النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان.

يمكن استخدام هذه النشاطات كمصدر إلهام أثناء التطبيق، وصحيحٌ أنّها تغطّي مجموعةً واسعةً، غير أنّها ليست قائمةً شاملة. ويتضمّن الفصل أيضاً أفكاراً حول أدوات حملة أمانى التي يمكن استخدامها في كلّ نشاط، مع نصائح حول كيفية إعادة إصدار أدوات حملة أمانى.

ينبغي أن يكون الموظفون المعنيون بتنفيذ النشاطات مدربين، ومؤهلين، وحاصلين على دعم المشرفين. ومن المهم أن يكونوا مدربين على إجراءات العمل الموحدة الخاصة بالعنف المبني على النوع الاجتماعي وحماية الطفل، وقادرين على اتّخاذ الخطوات اللازمة في حال أفصح شخص ما عن حالة متعلّقة بالعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي أو بحماية الطفل في سياق النشاطات.

كما تعلّمنا من أسس تغيير السلوكيات في الفصل ٢، يُعتبَر التكرار عاملاً أساسياً، كما أنّه من المهمّ استخدام مجموعة متنوّعة من قنوات/ أدوات التواصل. بهذه الطريقة، يتلقّى الناس الرسالة نفسها ويناقشونها مرّات عدّة، وفي حالات مختلفة. ولتطبيق هذا المبدأ، طوّرت حملة أمانى عدداً من الأدوات التي يمكن استخدامها في نشاطات مختلفة:

■ نشاطات الاتّصالات هي قنوات التواصل التي تقوم من خلالها بتوصيل رسالتكم إلى العالم الخارجي (مثلاً: التواصل من شخص لآخر، والحوارات المجتمعية، ورواية القصص بطريقة إبداعية، وتنظيم الفعاليات، ووسائل التواصل الاجتماعي)؛

■ أدوات الاتّصال هي مواد التواصل التي يتمّ إصدارها. في حالة حملة أمانى تحديداً، نذكر دليل الرسائل الأساسية، وبطاقات الميسر، والملصقات، وبطاقات الاتّصال، وأفلام الفيديو الإحيائية، والهدايا الرمزية (الدفاتر، القمصان، القبعات، الأكياس، البالونات) المنتجة والمورّعة في إطار المشروع المشترك بين الوكالات. إضافةً إلى ذلك، قامت «أون بونتي بير» بإصدار حلقات قصيرة للراديو، فيما أصدرت منظمة المرأة العربية منشورات؛ وهذه أيضاً مشمولة هنا كأدوات أساسية للحملة.



نظرة معمّقة:

الإحالات

يمكن أن يتمّ الإفصاح عن الحالات المتعلقة بحماية الطفل وبال العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي، أو تحديدها من قِبَل الموظفين الذين يعملون عن قرب مع المستفيدين في الأدوار المختلفة. ويصحّ هذا الأمر بشكل خاص عندما يتمّ إشراك الناس في النشاطات المتعلقة بمثل هذه المسائل. بالتالي، يجب أن يكون الموظفون الذين يطبّقون نشاطات حملة أماني مدرّكين لأدوارهم وللخطوات التي يجب اتّخاذها عندما يصادفون مثل هذه الحالات من خلال الإبلاغ أو الإفصاح المباشر من الشخص المعني. ولهذا السبب، يجب أن يتلقّى الموظفون تدريباً حول إجراءات العمل الموحّدة المشتركة بين الوكالات في حالات الطوارئ للوقاية من والتصدي للعنف المبني على النوع الاجتماعي والعنف والإساءة والاستغلال ضد الأطفال في الأردن.

يمكن الاطلاع على المعلومات الخاصة عن دور مَنْ هم ليسوا مدير حالات في القسم ٣,١ من إجراءات العمل الموحّدة. أما للحصول على معلومات عن الطريقة التي ينبغي بمقدّمّي الخدمات اتباعها للاستجابة وإحالة حالات العنف المبني على النوع الاجتماعي التي يتمّ الإفصاح عنها أمامهم، فالرجاء الرجوع إلى القسم ٣,٢,٢ «الإفصاح عن حالات العنف المبني على النوع الاجتماعي: الأدوار والمسؤوليات»، والقسم ٣,٢,٣ «الموافقة المستنيرة وتشارك المعلومات»، والقسم ٣,٢,٤ «الإبلاغ الإلزامي». وأما للحصول على معلومات عن الطريقة التي ينبغي بمقدّمّي الخدمات العامة اتباعها للاستجابة وإحالة حالات حماية الطفل، فالرجاء الرجوع إلى القسم ٣,٣,١ «تحديد حالات حماية الطفل من قبل مقدّمّي الخدمات العامة»، والقسم ٣,٣,٣ «الحصول على الموافقة المستنيرة/القبول المستنير من الأطفال ومقدّمّي الرعاية».^{١٢}

١٢. إجراءات العمل الموحّدة المشتركة بين الوكالات في حالات الطوارئ للوقاية من والتصدي للعنف المبني على النوع الاجتماعي والعنف والإساءة والاستغلال ضد الأطفال في الأردن.

نشاط أساسي: الفردية/من شخص إلى آخر



تتكوّن حياتنا العملية اليومية من الكثير من التفاعلات بين الاشخاص والجمهور المحيط بنا ، سواء في سياق الاستشارات ، أو التوعية، أو بكل بساطة عندما يتوقف الناس عند مركزكم أو مكان عملكم للحصول على معلومات مثلاً، أيّ حالةٍ من هذه الحالات تشكّل فرصةً لتوصيل رسالة واحدة أو أكثر من رسائل حملة أمانى، والمبادرة باثارة نقاش والحديث حولها، أو توفير المعلومات.

أبرز أدوات حملة أمانى التي يمكن استخدامها

- بطاقات الميسر التي تساعدكم على طرح الموضوع والخروج منه ؛
- المنشورات و/ أو بطاقات الاتصال تقدمونها الشخص الآخر عندما تنتهون من الحديث؛
- وثيقة الرسائل الأساسية لتحضير أنفسكم حول كل رسالة.

ما لا يجب القيام به:

ما يجب القيام به:

✗ لا تتكلموا عن أمور كثيرة دفعةً واحدة. فهذا قد يتسبب باختلاط الأمور، وقد يعيق إجراء محادثة كاملة بنّاءة.

✓ خذوا ما هو مهم بالنسبة إلى الشخص الآخر بعين الاعتبار (أي لماذا يطلب هذا الشخص خدماتكم).

✗ لا تجيبوا عن الأسئلة التي لستم متأكّدين منها. فمن الأفضل أن تجيبوا بأنكم ستتحققون وتعودون إليهم بالأجوبة، بدلاً من إعطاء معلومات غير صحيحة.

✓ حضّروا أنفسكم مسبقاً حول مختلف الرسائل التي قد تسلّطون الضوء عليها. اقرؤوا الرسائل الداعمة، وابتحثوا في الجوانب التي لستم متأكّدين منها او ملمين بها جيداً. فيجب أن تكون عندكم معارف ومعلومات أساسية عن الإطار القانوني، والخدمات المتوافرة.

✗ لا تحكموا على الناس بناءً على رأيهم، حتّى لو كنتم لا تتفقون معهم. لا تحاولوا إقناع أحد بأنكم على صواب، وبأنه مخطئ. فإنّ الهدف الأساسي من المحادثة يتمثّل في «زرع البذرة الأولى» لمزيد من التغيير.

✓ كونوا مستعدّين لطرح الأسئلة وتوفير المعلومات، ومناقشة البدائل. ركزوا على الإيجابيات عبر طرح أسئلة حول مختلف الفرص، وما إذا كان الشخص الآخر يعتقد أنّه يستطيع العمل في سياقه.

✗ لا تحاولوا تقديم نصائح مهنية (إدارة الحالات أو الاستشارة) إذا تكلم أحد الأشخاص عن تجربة شخصية، إلا إذا كنتم مؤهلين ومكّلفين من منظمّكم للقيام بذلك. قدّموا معلومات حول الدعم المتوافر وقوموا بالإحالة الضرورية.

✓ التزموا بالتهذيب في جميع الأوقات. فهناك مواضيع يصعب مناقشتها، تحرك المشاعر. الناس سوف يصغون بسهولة أكبر كلما كنتم هادئين وودودين.

✗ لا تلحّوا او تضغطوا على الافراد للمشاركة ، خصوصاً إذا عبّروا عن عدم ارتياحهم أو إذا بدوا غير مستعدينّ للتكلم.

✓ أخبروا الناس أين يمكنهم إيجاد المزيد من المعلومات إذا كانوا مهتمّين، وادعوهم للمشاركة في نشاطات أخرى.

✗ لا تدعوا النقاش يدوم طويلاً، وراقبوا فيما إذا بدأ الناس بفقدان الإهتمام.

أداة: بطاقة الإتصال

بطاقات الإتصال هي أداة صغيرة الحجم تتضمن أرقاماً لخطوطاً ساخنة أساسية للإتصال حول قضايا حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني والقائم على النوع الاجتماعي في الأردن. ويمكن إصدار هذه البطاقات بكميات كبيرة وبواسطة وإمكانيات مادية بسيطة، إذ تقدم وسيلة رئيسية ليعرف الناس أين تتوافر المساعدة. عند التفكير في كيفية استخدام البطاقات، خذوا النقاط التالية بعين الاعتبار:

■ أبقوا دائماً بطاقات الإتصال في جميع المواقع حيث تعملون، واعرضوها على مكاتب الاستقبال الأمامية في مراكزكم، وعلى طاولات العاملين الاجتماعيين، وفي ردهات الانتظار؛

■ أحضروا بطاقات الإحالة إلى جميع نشاطاتكم، وتأكدوا من أن هناك عدد كافٍ منها لجميع المشاركين، ووزعوها خلال النقاش أو في نهاية النشاط؛

■ اتركوا البطاقات في أماكن التجمّع في مجتمعكم المحلي، كالمتاجر، والمقاهي، وصالونات التجميل، والعيادات؛ ناقشوا مع مجتمعكم المحلي ما هي الأماكن الأكثر ملاءمة؛

■ إذا كنتم تخطّطون لتوزيع رزم الإعانات، قدّموا فيها بطاقات الإحالة، إلى جانب مواد المعلومات الأخرى. تواصلوا مع المنظّمات التي من الممكن أن تقوم بتوزيعات رزمات المواد الغذائية، وتوزيعات الملابس، ورزمات مستلزمات النظافة، وتعاونوا معهم لتوزيع البطاقات ضمن رزماتها.

الممارسة الجيدة



توزّع مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين بطاقات الاتصال الخاصة بحملة أماني في جميع مراكز التسجيل التابعة لها في عمان، وإربد، والمفرق. وتُعرض ملصقات حملة أماني في ردهات الانتظار الخاصة باللاجئين، وفي مكاتب التسجيل حيث تُجرى المقابلات مع الأسر. إضافةً إلى ذلك، في ربيع السرحان، مركز التسجيل المشترك بين مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين والحكومة الأردنية، حيث تقوم مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين والحكومة الأردنية بتسجيل جميع اللاجئين الوافدين إلى الأردن من المعابر الحدودية غير الرسمية، حيث يقدم موظفو مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين بطاقات الاتصال الخاصة بحملة أماني لكل أسرة. منذ بداية الحملة، قامت المفوضية بتوزيع أكثر من ٤١٠٠٠ بطاقة اتصال، كما سجّلت زيادة في عدد الاتصالات المتلقاة على خط InfoLine والخط الساخن الخاص بالحماية، وهما رقما وهو رقم الإتصال الرئيسيان للمفوضية المُدرجان ضمن أدوات الحملة.

أداة: بطاقات الميسر

بطاقات الميسر الخاصة بحملة أمني هي أداة بسيطة يمكنها أن تساعد بشكل فعّال في توجيه الحوار أو جلسة نشر التوعية. إذ تتضمن أسئلة أساسية يجب طرحها كمقدمة للبدء بالحوار وتوجيه حول كل من الرسائل الأساسية.

■ استخدموا بطاقات الميسر لدى إجراء محادثات فردية في مركزكم أو توعيتكم؛

■ استخدموها لتيسير الحوارات المجتمعية إلى جانب أدوات أخرى؛

■ استخدموها كمصدر إلهام ومرجعية لطرح أسئلتكم الخاصة.



٦. عمالة الأطفال

الشخص الذي يستطيع القراءة، أو الكتابة، أو الحساب سوف يكون قادراً على كسب مال أكثر وإعالة نفسه وأسرته على نحو أفضل. فعادةً ما يواجه الأطفال في مكان العمل الاستغلال والإساءة. تُخطَر، في الأردن، جميع أشكال تشغيل الأطفال ممنوعاً. فعادةً ما يواجه الأطفال في الأردن على مقاعد الدراسة أشكال تشغيل الأطفال ممنوعاً. فعادةً ما يواجه الأطفال في الأردن على مقاعد الدراسة أشكال تشغيل الأطفال ممنوعاً. فعادةً ما يواجه الأطفال في الأردن على مقاعد الدراسة أشكال تشغيل الأطفال ممنوعاً.

مستغفراً في مجتمعكم المحلي؟ هل الأمر سيان بين الفتيان والفتيات؟
ما سبب الخلاف بين الفتيان والفتيات؟
هل يعمل الأطفال، وفي ظل أي ظروف لا يُعتبر عملهم

تبر حوارنا مفيداً/ممتنعاً. نعوذكم إلى الانضمام إلى البناء
تقديم بعض المشورات أو بطاقات الأمان





نشاط أساسي: الحوارات المجتمعية



جلسات نشر التوعية هي من النشاطات الأكثر شيوعاً بين المنظّمات العاملة على الوقاية من العنف الجنسي والمبني والقائم على النوع الاجتماعي ومسائل حماية الطفل. ومن شأن أدوات حملة أمني أن تساعد على الانتقال من المقاربة القائمة على أسلوب المحاضرات إلى الحوارات المجتمعية الأكثر ابتكاراً حيث يُدعى الناس إلى المشاركة برأيهم /تجاربهم، و الإطلاع أيضاً على معلومات جديدة.

أبرز أدوات حملة أمني التي يمكن استخدامها

- الملصقات أو أفلام الفيديو الإيجابية لكسر الجليد وتقديم الموضوع؛
- بطاقات الميسر لمساعدتكم على تحريك الحوار ومواصلته؛
- المنشورات وبطاقات الاتصال لتركها مع المشاركين.

الممارسة الجيدة



في مخيم الأزرق، نظّمت الهيئة الطبية الدولية حدثاً مجتمعياً تفاعلياً حول الزواج المبكر باستخدام رسائل حملة أمني. اتّفقت المنظّمات العاملة في المخيم على التركيز على رسالة واحدة كلّ أسبوع لفترة زمنية معينة. بمشاركة أربع فتيات قسّموا الأدوار فيما بينهن بين مؤيد ومعارض للزواج المبكر، وبدعم من مديري الحالات في الهيئة الطبية الدولية، أعدوا نقاشاً حول الزواج المبكر مع إلقاء الضوء على مختلف المواقف إزاء المسألة. بهدف كسب التأييد ضدّ الزواج المبكر، أدرجت رسائل حملة أمني. أقيم الحدث في مركز مجتمعي بالتعاون مع منظمة كير الدولية. وشارك حوالي ٢٠٠ شخص من النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان، فطرحوا الأسئلة وعبروا عن آرائهم. وكانت الفتيات مع موظفي الهيئة الطبية الدولية متواجدين للإجابة عن الأسئلة وتيسير المناقشة. وقد فسحت هذه الطريقة المجال لتبادل آراء بناء وإيجابي، ساعد المشاركين على أن يشعروا بأنهم جزء من العملية. وقد تمحورت الفعالية حول تشجيع المناقشة وخلق الحوار.



ما يجب القيام به:

✓ احرصوا على احترام خصوصية الجميع. اشرحوا هذا المفهوم منذ البداية، لكي يتجنب الناس استخدام الأمثلة مع الأسماء أو المعلومات الأخرى التي قد تكشف عن الهوية.

✓ احرصوا على حصول الكل في المجموعة على فرصة للمشاركة في النقاش. تفادوا هيمنة شخص واحد على النقاش، ولكن لا تجربوا أيضاً أي شخص على التكلم إذا كان لا يرغب في ذلك.

✓ قدّموا معلومات مفيدة. في خلال المناقشات، احرصوا دائماً على ذكر أين يمكن الحصول على المساعدة، بالإضافة الى تقديم بعض الحقائق الأساسية المتعلقة بالرسالة التي تناقشونها كطريقة لتحفيز المزيد من النقاش.

✓ كيفوا النشاط بحسب عمر المشاركين، أوجدوا طرقاً خلاقة للعمل مع المراهقين والشباب. دعوا الأشخاص الآخرين يعبرون عن آراءهم ويشاركوا بأفكارهم. لا بأس إذا كانت آراؤهم مختلفة جداً عن آراكم. فليس مطلوباً أن تقنعوهم بأنكم على صواب أو بأنهم مخطئون، إذ إنّ التغيير يحصل ببطء.

✓ خذوا بالاعتبار متى يكون من الأفضل تشكيل مجموعات من الإناث فقط أو الذكور فقط، أو متى يمكن تشكيل مجموعات مختلطة. كونوا واعيين لديناميكيات المجموعة. اطرحوا أسئلة تحفيزية. قدّموا وجهات النظر المختلفة والبديلة، ولكن لا تفرضوا رأيكم على الآخرين.

ما لا يجب القيام به: ١٣

✗ لا تكونوا سلبين. فحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي مسألتان صعبتان. صحيح أنّه من المهم إدراك إلحاح هذه المشكلات، غير أنّه من الممكن أيضاً التكلم عنها بطريقة إيجابية. شجّعوا الناس على التفكير في وسائل بديلة للسلوكيات وإحداث التغيير.

✗ لا تديموا النقاش طويلاً، خصوصاً إذا بدأ الناس يفقدون الاهتمام، انتبهوا إلى تصرفاتهم وردود أفعالهم، وأوقفوا النقاش قبل أن يفقد حماسه.

✗ ابتعدوا عن أسلوب القاء المحاضرات. وتفادوا احتكار الكلام خلال النشاط.

✗ لا تسمحوا للمشاركين بأن يبتعدوا كثيراً عن الموضوع الأساسي. حاولوا إبقاء الناس مشاركين ومنخرطين في الرسالة المطروحة، وحرصوا على عدم تغطية الكثير من القضايا دفعةً واحدة.

✗ لا تقلّلوا من إحترام أحد، ولا تسمحوا بالتقليل من إحترام الآخرين. استعرضوا بعض القواعد الأساسية في بداية اللقاء (أي عدم إقامة الأحاديث الجانبية، وعدم استعمال الكلمات النابية أو رفع نبرة الصوت).

أداة: الأفلام الإحيائية القصيرة

أصدرت حملة أمانى خمسة أفلام إحيائية قصيرة، وقد أنتج ثلاثة منها شبّان وشابات بدعم من المختصين في المجال. فقام الشباب بتأليف القصة التي تدور حول الرسائل، وقدّموا تحليلهم من خلال القصة. في هذه الحالة، تشكّل العملية بحدّ ذاتها، إضافةً إلى المنتج النهائي، طريقةً لإشراك الشباب حول رسائل حملة أمانى. وتركّز هذه الأفلام الإحيائية الثلاثة بالإجمال على عمالة الأطفال، والوقاية من العنف، والاستجابة للعنف. وقد تمّ إصدار فيلمين إحيائيين قصيرين آخرين من قبل شركة متخصصة في هذا المجال، حول رسائل الزواج المبكر والاستجابة للعنف. ويختلف الاستخدام الملائم للأفلام الإحيائية قليلاً وفقاً لكيفية ابتكارها.

■ استخدموا النوعين من الأفلام الإحيائية في سياق مُيسّره، كالحوارات المجتمعية، وكمقّدمة للرسالة تتبعها نقاشات وتفكير حول الموضوع. ولدى استخدام الأفلام الإحيائية التي من إنتاج الشباب، يجب الإشارة إلى من قام بإنتاجها.

■ استخدموا الفيلمين المنتَجين من قبل الشركة المتخصّصة في السياقات التي لا توجد فيها فرص للمناقشات، كإعلانات متلفزة في مراكز الخدمات العامة. اعرضوها على شاشة العرض في ردهات الاستقبال أو قاعات الانتظار في المراكز، والعيادات، ومواقع تسجيل اللاجئين. لا يُقصد بالأفلام الإحيائية الصادرة عن الشباب أن تُستخدَم بشكلٍ منفرد، وبالتالي لا يجب استخدامها في السياقات التي يتعدّر فيها إقامة النشاطات.

أداة: الملصقات

أصدرت حملة أمانى ١٣ ملصقاً، بمعدّل واحد أو اثنين لكل رسالة لتناسب مع مختلف فئات الجمهور (أي المزيد من التركيز على البالغين أو الأطفال، أو الذكور والإناث). وتجمع الملصقات بين المربّيات والشعار المكتوب ومعلومات الاتصال لإظهار أين يمكن الحصول على المساعدة. الملصقات مصنوعة في الأساس لتُعرض، ويمكن أيضاً استخدامها كأدوات للدخول في النقاشات :

■ وُزّعوا واعرضوا ملصقات حملة أمانى في جميع المرافق حيث تعقدون النشاطات، كالمراكز النسائية، والمساحات الصديقة للطفل، والمراكز المجتمعية؛ استخدموا جميع الملصقات أو اختاروا الملصقات الأكثر صلةً بطبيعة عملكم أو موقعكم.

■ وُزّعوا واعرضوا ملصقات حملة أمانى في أماكن التجمّع المجتمعية كالعيادات، أو المتاجر الكبرى، أو صالونات التجميل، وفقاً لما هو ملائم في مجتمعكم المحلي. أجروا نقاش مع الموظّفين وغيرهم من أعضاء المجتمع المحلي حول ما إذا كانت الملصقات ملائمة، وأي منها هي الأكثر ملاءمةً.

■ استخدموا الملصقات كأسئلة دلالية للحوارات المجتمعية، وجلسات نشر التوعية. فالملصقات هي أداة ممتازة نستخدمها كطريقة لكسر الجليد ولإطلاق المناقشات. احرصوا على معالجة جميع النقاط الأساسية: الرسالة الأساسية، والرسائل الداعمة، ومعلومات الاتصال لمعرفة أين يمكن الحصول على المساعدة.

الممارسة الجيدة



برنامج الأغذية العالمي هو عضو مشارك ناشط في حملة أمانى. من بين نشاطات أخرى، قام البرنامج بعرض ملصقات حملة أمانى من خلال شركائه في مواقع توزيع الأغذية والقسائم، وفي أكثر من ٨٠ متجراً شريكاً في جميع أنحاء الأردن، سواء في سياق المخيمات أو المدن. كذلك، تلقى المراقبون الميدانيون التابعون للبرنامج توجيهاً حول أهمية فهم ونقل الرسائل الأساسية لحملة أمانى، وإيصالها بنجاح إلى اللاجئين السوريين، عن طريق الزيارات الميدانية/ المنزلية أو من خلال نشاطاتهم المنتظمة للرصد بعد التوزيع. وتتمثل القيمة الإضافية لهذه المقاربة في إمكانية عرض رسائل حملة أمانى في نقاط التجمّع المعتاده للمجتمع المحلي.

نشاط أساسي: تنظيم الفعاليات



الفعاليات المجتمعية هي طريقة ممتازة لتسليط الضوء على مسائل مختلفة. إنها تجمع بين مناسبة اجتماعية، وبين نشر التوعية وتوزيع الرسائل الأساسية. والفعالية المجتمعية هي فرصة للوصول إلى الناس غير الميَّالين إلى الانضمام إلى النشاطات اليومية التي تنظمونها. وهي أيضاً مناسبات للاحتفال بإنجازاتكم وإنجازات المجتمع المحلي. ويمكن أن تتضمن الفعاليات جميع أنواع النشاطات الأخرى، من العروض الإحيائية، وصولاً إلى العروض المسرحية، والنقاشات، والألعاب.

أبرز أدوات حملة أمانى التي يمكن استخدامها

- الملصقات والبالونات لتزيين مساحتكم؛
- أفلام الفيديو وتسجيلات الراديو؛
- الهدايا الرمزية لشكر المشاركين الذين شاركوا في النشاطات والألعاب؛
- قصصان وقبّعات حملة أمانى للتمكين من التعرف على المتطوعين والموظفين؛
- المنشورات وبطاقات الاتصال لتوزيعها على المشاركين.

ما لا يجب القيام به:١

ما يجب القيام به:

✗ لا تحاولوا القيام بكل شيء بمفردكم. فاحرصوا على إشراك فريقكم، وابتحوا أيضاً في التعاون مع منظمات المجتمع المدني الأخرى في منطقتكم.

✓ شكّلوا فريقاً، واحرصوا على تكليف كل شخص بمهام محدّدة، وتخصيص الوقت للاجتماع بشكلٍ منتظم.

✗ لا تستثنوا أيّ فريق/ أو عضو من المجتمع المحليّ من المشاركة فلا تنسوا مثلاً دعوة القادة المجتمعيين المحليين على الفعاليات.

✓ ربّوا ميزانيتكم. اعرفوا المبلغ الذي يتوافر لديكم، ووزّعوه بين مختلف النشاطات، والمواد، والترويج، والضيافة، والتجهيزات إلخ.

✗ لا تستعجلوا التحضيرات، وخصّصوا ما يكفي من الوقت للتنظيم.

✓ كونوا مبدعين، فكّروا في أفكارٍ جديدة، تناقشوا مع فريقكم حول نشاطات أخرى مثيرة للاهتمام التي يمكنكم تطبيقها لإشراك جمهوركم وتسليته مع نشر رسائل حملة أمانى في الوقت نفسه.

✗ لا تقللوا من احترام آراء ومشاعر الآخرين. ناقشوا مع المجتمع المحليّ التاريخ الملائم والنشاطات الملائمة، ولا تفترضوا أنّ المجتمع المحليّ يرغب في الاحتفال بشيءٍ قبل مناقشته. مثلاً: إنّ اللاجئين القادمين من النزاع قد لا يرتاحون للموسيقى الصاخبة، وقد يكونون حسّاسين إزاء الأمور التي قد تبدو وكأنّها تقلل من احترام الناس الذين يعانون أو الناس المحزونين.

✓ خطّطوا بالتفصيل. تخيّلوا يوم الفعالية وجميع النشاطات التي تريدون تطبيقها، ضعوا خطة دقيقة لهذا النهار. وانتبهوا إلى الجوانب اللوجستية الصغيرة (الموقع، طريقة الجلوس، الترتيب، الأدوات الأمنية، إلخ)

ما لا يجب القيام به:

ما يجب القيام به:

✓ خذوا بالاعتبار عمر جمهوركم ونوعهم الاجتماعي، واحرصوا على اخذ احتياجاتهم واهتماماتهم في الحسبان، وكونوا مدركين لما هو ملائم في المجتمع المحلي.

✓ روجوا للحدث: روجوا للفعالية بطرق مختلفة وفي أماكن مختلفة. استخدموا قنوات التواصل الاجتماعي لإبلاغ الجمهور بالفعالية، وقدموا تحديثات فورية حول سير النهار، ادعوا الإعلام والصحافة لحضور الفعالية وتغطيتها.

✓ سجّلوا الأيام الهامة؛ فالفعاليات قد تشكّل طريقة جيدة للاحتفال بالأعياد المحلية والمناسبات العالمية لتسليط الضوء على قضايا محدّدة مرتبطة بحملة أماني، كالأيام الـ ١٦ المخصّصة للنشاطات المناهضة للعنف ضدّ النساء.

أداة: الهدايا الرمزية

أصدرت حملة أماني عدداً من الهدايا الرمزية التي تتضمّن القمصان، والقبعات، والأكياس، والدفاتر. فالأشياء التي يمكن ارتداؤها أو الأعراس التي يمكن للناس استعمالها في الحياة اليومية هي طريقة ممتازة لإظهار الالتزام بقضية معيّنة، كما يمكن استخدامها لإشراك الناس بطرقٍ متعدّدة:

■ ارتدوا القبعات والقمصان عند إجراء النشاطات، بما في ذلك التوعية. وزّعوها على موظّفيكم ومتطوعيكم، وأنفقوا على استخدامها في أثناء النشاطات؛

■ استخدموا الهدايا الرمزية كتقدير أو بمثابة جوائز في خلال النشاطات الأخرى عندما يشارك أعضاء المجتمع المحلي. مثلاً، عندما يدعم الناس فعالية معيّنة، أو عندما تقوم مجموعة من النساء بتنظيم نشاطٍ ما.

أداة: المنشورات

أنتجت بعض الرسائل الداعمة ومعلومات الاتصال الأساسية في إطار منشورات حملة أمان، بما في ذلك المرئيات.^{١٥} تشكّل المنشورات أداة مرنة يمكن توزيعها، كما يمكن استخدامها أيضاً في سياق التفاعلات المباشرة وجهاً لوجه.

- أبقوا المنشورات في جميع مواقع العمل، واعرضوها على المكاتب الأمامية في مراكزكم، وعلى طاولات العاملين الاجتماعيين، وفي ردهات الانتظار؛
- أحضروا المنشورات إلى جميع نشاطاتكم، وتأكدوا من أنّ العدد كافٍ لجميع المشاركين، ووزّعوها في خلال النقاش أو في نهاية النشاط؛
- إذا كنتم تخطّطون لتوزيع رزمات الإعانات، قدّموا معها المنشورات، إلى جانب مواد المعلومات الأخرى. تواصلوا مع المنظّمات التي من الممكن أن تقوم بتوزيعات لرمزات المواد الغذائية، وتوزيعات الملابس، ورمزات مستلزمات النظافة، وتعاونوا معها لتوزيع البطاقات ضمن رزماتها؛
- أنشروا المنشورات على موقعكم الإلكتروني وعلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ منتظم كوسيلةٍ لتوفير المعلومات.



أصدرت منظمة المرأة العربية هذه المنشورات بالتشاور مع اللجنة التوجيهية المختصة بحملة أمان. إذا كنتم ترغبون في اعتماد هذه الأداة، وإجراء أيّ تغييرات، يُرجى التواصل مع منظمة المرأة العربية لمناقشة هذا الخيار.

نشاط أساسي: رواية القصص المجتمعية



يمكن أن تُخذ رواية القصص المجتمعية أشكالاً مختلفة، بدءاً بالمرح المجتمعي، وصولاً إلى الدمى، والأغاني، و«الحكوات». فرواية القصص يمكن أن تشكل نشاطاً آخر تفاعلياً وجاذباً يُشرك المجتمع المحلي ويساعد على نشر رسائل حملة أمان. إنها تتطلب التحضير لها والتحلي بالإبداع، كما تتطلب دعماً من أصحاب الخبرة في بعض الأحيان. وتعتبر نشاط ملائم للناس من مختلف الأعمار وفقاً للأسلوب المختار. ومن الأساسي أن يبقى هذا النشاط تفاعلياً وألا يتحول إلى نشاط باتجاه واحد.

أبرز أدوات حملة أمان التي يمكن استخدامها

- دليل الرسائل الأساسية للتحضير كمرجع وكمصدر إلهام للقصّة والسيناريو؛
- الهدايا الرمزية لـ«مكافأة» المشاركين المنضمين إلى النقاشات؛
- المنشورات وبطاقات الاتصال لتوزيعها على جميع المشاركين.

الممارسة الجيدة



نظمت جمعية إنقاذ الطفل الأردنية بعض النشاطات المبتكرة جداً والقائمة على رواية القصص في سياق حملة أمان. فتمّ تأليف أغنية ومسرحية مع مجموعة من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين التاسعة والثامنة عشرة، وبدعم من أساتذة موسيقى ومسرح. طرح الأطفال قصة فتاة حلمت بالزواج في سنّ صغيرة جداً، ومرّت بمصاعب كثيرة نتيجة ذلك. وعندما استيقظت، اكتشفت أنه لم يكن إلاّ حلمًا، فأسرعت لإخبار والديها. فطمأنها وناقشا معها جميع الأسباب الرئيسية التي تدفعهما إلى عدم السماح لها بالزواج في سنّ مبكرة إلى هذه الدرجة. نُسجت طوال حبكة العرض الرسائل الأساسية لحملة أمان. صُوّرت المسرحية فيلم، وهو متاح للاستخدام من قبل المنظّمات الأخرى، بالإضافة إلى كلمات الأغنية. عندما نُظّم العرض الرئيسي ودُعي أعضاء المجتمع المحلي، والقادة، ومنظّمات المجتمع المدني، وُرعت أيضاً هدايا حملة أمان إلى جانب الملصقات. وفي العام ٢٠١٥، تخطت جمعية إنقاذ الطفل الأردنية لتكرار التجربة في مناطق أخرى من البلد.

ما يجب القيام به:

✓ حَضَرُوا قِصَّتِكُمْ وَأَسْلُوبَ رِوَايَتِهَا بِدَعْمٍ مِنْ أَعْضَاءِ الْمَجْتَمَعِ الْمَحَلِّيِّ. فَالْمَرَاهِلُ التَّحْضِيرِيَّةُ لَا تَقَلُّ أَهْمِيَّةً عَنِ الْمَنْتَجِ النَّهَائِيِّ. عِنْدَ الْإِمْكَانِ، اعْطُوا وَقْتًا كَافِيًا لِلْمَجْمُوعَةِ/ الْفَرْدِ لِلتَّحْضِيرِ وَالتَّدْرِبِ.

✓ اخْتَارُوا مَبْسُورًا دِينَامِيكِيًّا، وَوَدِيًّا، وَيَسْهَلُ عَلَيْهِ التَّكَلُّمُ أَمَامَ الْحَشُودِ. يَجِبُ أَنْ يَكُونَ الْمَبْسُورُ أَيْضًا مُطَّلِعًا عَلَى جَوَانِبِ إِدَارَةِ الْمُنَاقَشَاتِ الْجَدَالِيَّةِ وَتَعْزِيزِ أَفْكَارِ الرِّوَايَةِ.

✓ تَعَاوَنُوا مَعَ الْفَنَّانِينَ الْمَحَلِّيِّينَ، كَالْمُمَثِّلِينَ، وَمُؤَلِّفِي الْأَعْيَانِ، وَ«الْحِكْوَاتِي». فَالْجُمْهُورُ سَيَكُونُ أَكْثَرَ اهْتِمَامًا بِكثِيرٍ وَأَكْثَرَ تَأْتُرًا بِالْفَنَّانِينَ مِنْ مَجْتَمَعِهِ الْمَحَلِّيِّ.

✓ شَجَّعُوا مِشَارَكَةَ الْجُمْهُورِ. فَرِوَايَةُ الْقِصَصِ تَجْذِبُ مَجْمُوعَةً وَاسِعَةً مِنَ النَّاسِ، وَيَصْبَحُونَ جُمْهُورًا أَسِيرًا. فَتَكَلَّمُوا مَعَهُمْ! اسْأَلُوا النَّاسَ عَنِ رَأْيِهِمْ. أَطْلِقُوا الْجَدَالَ وَالنَّفَاشَ. شَجَّعُوهُمْ عَلَى الْإِنْخِرَاطِ!

✓ قَدِّمُوا قِدْوَةَ إِجْبَابِيَّةٍ. فَرِوَايَةُ الْقِصَصِ مِنْ شَأْنِهَا أَنْ تُلْهِمَ الْأَقْرَادَ وَالْمَجْتَمَعَاتِ الْمَحَلِّيَّةَ عَلَى التَّغْيِيرِ. يُمْكِنُكُمْ رِوَايَةُ الْقِصَصِ مِنْ خِلَالِ إِظْهَارِ الشَّخْصِيَّاتِ وَهِيَ تَفَكَّرُ وَتَسْتَجِيبُ لِلْمَسَائِلِ بِطَرَقٍ جَدِيدَةٍ وَإِجْبَابِيَّةٍ.

ما لا يجب القيام به:

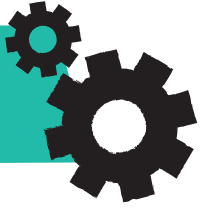
✗ لَا تُظْهِرُوا الْعَنْفَ الشَّدِيدَ. فَيُفْتَرَضُ بِالْأَدَاءَاتِ أَنْ تَكُونَ دَرَامَاتِيكِيَّةً، وَلَكِنْ لَا تَسْمَحُوا لِذَلِكَ بِأَنْ يَتَجَاوَزَ الْحُدُودَ الْمَعْقُولَةَ، لَا سِيَّمًا إِذَا كَانَ الْمَوْضُوعُ يَتَعَلَّقُ بِالْعَنْفِ.

✗ لَا تَعْكَسُوا الْوَاقِعَ السَّلْبِيَّ فَقَطْ. فَإِنَّ الْاِكْتِفَاءَ يَظْهَرُ مَدَى سَوْءِ الْأُمُورِ فِي الْمَجْتَمَعِ الْمَحَلِّيِّ لَنْ يَسَاعِدَ أَيَّ شَخْصٍ عَلَى التَّفَكُّيرِ بِطَرِيقَةٍ مُخْتَلِفَةٍ بِشَأْنِ الْمَوْضُوعِ، أَوْ إِجْرَاءِ التَّغْيِيرَاتِ. أَدْخِلُوا عُنْصَرَ الْأَمَلِ إِلَى الْقِصَّةِ، وَصَوِّرُوا الْمَوَاقِفَ وَالسَّلُوكِيَّاتِ الْإِجْبَابِيَّةَ الَّتِي تُظْهِرُ النَّاسَ وَهُمْ يَثْبُتُونَ قُوَّتَهُمْ.

✗ لَا تَغْطُوا الْكثِيرَ مِنَ الْقَضَايَا. التَّزْمُومُ بِقَضِيَّةٍ وَاحِدَةٍ رِئِيسِيَّةٍ، وَتَفَادُوا الدَّخُولَ فِي الْكَثِيرِ مِنَ الْقِصَصِ الْجَانِبِيَّةِ أَوْ الْاِلْتِفَافَاتِ وَالتَّحْوِيلَاتِ الْمَعْقَدَةِ مِنْ أَجْلِ عَدَمِ تَشْوِيشِ الْجُمْهُورِ.

✗ لَا تَتَعَرَّضُوا لِلْحَيَاةِ الشَّخْصِيَّةِ لِلْأَقْرَادِ فِي أُطَارِ سَرْدِ الْقِصَّةِ. وَاحْرَصُوا عَلَى التَّقَيُّدِ بِأَعْلَى مَعَايِيرِ الْخُصُوصِيَّةِ فِي جَمِيعِ الْأَوْقَاتِ.

أداة: دليل الرسائل الأساسية



إذ يحتوي على كافة الرسائل الأساسية ، إلى جانب الشعارات، والرسائل الداعمة، والمرئيات، ومعلومات الاتصال الأساسية لمعرفة أين يمكن الحصول على المساعدة. وتمثّل الغاية من هذه الوثيقة في توفير مجموعة من الرسائل الأساسية المتّسقة لتُستخدَم وتُكيّف وفقاً لاحتياجات كلّ منظمّة. ويمكن تحقيق أفضل النتائج عندما تُقدّم الرسائل بطرق جاذبة وتفاعلية، وعندما تُدمج الرسائل المتّسقة ضمن أدوات المنظمات ومواردها.

■ استخدموا وثيقة الرسائل الأساسية لدعمكم في أثناء تيسير الحوارات المجتمعية، وجلسات نشر التوعية، والزيارات الشخصية؛

■ فكّروا في طرق لتقديم الرسائل الأساسية بأساليب إبداعية وجاذبة، واستخدموا وثيقة الرسائل الأساسية للتأكد من توصيل النقاط الأساسية كافة؛

■ استخدموا وثيقة الرسائل الأساسية كنقطة انطلاق لاستحداث أدوات جديدة (راجعوا الفصل ٥ للاطلاع على المزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع)؛

■ تأكّدوا من توافر الوثيقة لفرق العمل الميداني حيثما تجري النشاطات.

نشاط أساسي: وسائل التواصل الاجتماعي



تسمح شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات بالوصول إلى عدد كبير من الناس، وتشارك المعلومات بطريقة منتظمة مع جماهير متنثرة. وقد تشكل أيضاً منصّة تحصل فيها التبادلات والمحادثات. فإنّ وسائل التواصل الاجتماعي عبر الانترنت هي أداة تفاعلية غير مكلفة تسمح بسماع مختلف الأصوات.

ما لا يجب القيام به:

✗ لا تنشروا جميع الرسائل في الوقت نفسه.

✗ لا تستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي إذا كنتم لا تملكون الموارد لإدارة التعليقات والمحادثات، أو إذا كنتم عاجزين عن تقبل التعليقات الشديدة الأذى.

✗ لا تركزوا على عدد الإعجابات فقط، ولا تتجاهلوا التعليقات والمداخلات الواردة من الجمهور، احرصوا على تقديم الاجابات وعمل تغذية راجعة لكل الاستفسارات.

✗ لا تستخفوا بحجم المساحة التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي. وتذكروا أنّ كل ما ينشر على الانترنت يصبح علنياً. فخذوا بعين الاعتبار مسائل الخصوصية والسلامة في هذا الشأن.

ما يجب القيام به:

✓ انشروا الأخبار بشكل منتظم. فالمفتاح لبقاء جماهير شبكات التواصل الاجتماعي منخرطة يكمن في تقديم المعلومات بشكل متواصل.

✓ كونوا منهجين ومثابرين. راجعوا الرسالة باستمرار، على فترة معيّنة من الوقت. واستخدموا أيضاً أدوات متعدّدة لنشر/تشارك الرسالة (الصور، الأرقام الإحصائية، المقالات، القصص، إلخ).

✓ عيّنوا جهة مرجعية في منظمتكم للإجابة عن الأسئلة والتعليقات، وتيسير المناقشات.

✓ اعتمدوا خطة واضحة حول كيفية التعامل مع التعليقات اللفظية المتطرفة. ناقشوا هذا الأمر مع منظمكم وأوضحوه لجمهوركم. فإنّ مواضيع حملة أمان جدلية، وقد تثير نقاشات وخلافات حادة.

✓ راقبوا مرصد وسائل التواصل الاجتماعي الخاص بكم لتحديد المحتويات الأكثر شعبيةً ولاكتشاف الفئات الأكثر نشاطاً.

✓ شجّعوا جمهوركم على المشاركة. يمكن القيام بذلك على مستويات مختلفة، بدءاً بالتصويت على الانترنت، وصولاً إلى مشاركة المحتويات.

✓ استخدموا قنوات اتصال متعدّدة (فيسبوك، وتويتر، وانستغرام)، وتأكدوا من الترابط بينها.

الممارسة الجيدة

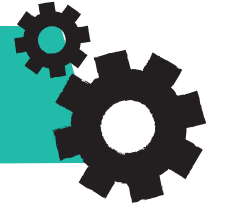


تواظب هيئة الأمر المتحدة للمرأة بشكل ناشط على مشاركة رسائل حملة أماني على صفحاتها الأردنية الخاصة على الفيسبوك. ففي كل أسبوع، يتمّ تشارك رسالة أساسية مع الأدوات ذات الصلة، بدءاً بالملصقات، والرسائل الداعمة ذات الصلة بمساعدة وثيقة الرسائل الأساسية لحملة أماني. وتقوم الجهة المسؤولة عن التواصل بإدارة النقاشات والتعليقات. وللحفاظ على مستوى المشاركة العالي، طُلب من الجمهور تبّيع رحلة أماني وأسررتها على مرّ الأسابيع، وتشارك أفكارهم، وتشارك الأدوات على صفحاتهم.

وفي خلال حملة الأيام الـ ١٦ يوماً المخصّصة للنشاط لمناهضة العنف المبني على النوع الاجتماعي، المخصّصة للنشاطات المناهضة للعنف ضد المرأة، تمّ تكثيف النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز أثر الحملة.

وللسماح بتشارك النقاشات المرتبطة بحملة أماني، ولخلق المزيد من الزخم، تمّ إنشاء هاشتاغ خاص بحملة أماني (#Amani)، وتشاركه مع المنظمات الأخرى المنخرطة في الحملة.

أداة: الحلقات المسجلة في الراديو



في إطار حملة أماني، تمّ إصدار ثلاثة تسجيلات و بثّها على الراديو حول الدعم النفسي الاجتماعي، والوقاية من والتصدي للعنف، والزواج المبكر^{١٧}. وتلعب أسرة أماني دوراً مركزياً في شرح المشكلات، وتقديم الحلول الممكنة لها. وتوفّر الإعلانات في الراديو أيضاً معلومات اتّصال أساسية لمعرفة أين يمكن الحصول على المساعدة. وتُذاع الحلقات بشكلٍ منتظم على المحطات الإذاعية المجتمعية. في ما يلي بعض الطرق الأخرى لاستخدام الحلقات:

- بثّها في أثناء نشاطٍ مجتمعي للبحث على النقاش والتبادل؛
- التفكير في عرضها في ردهات الانتظار ضمن نشاطاتكم؛
- نشرها على موقعكم الإلكتروني وعلى وسائل التواصل الاجتماعي بشكلٍ منتظم؛
- البحث مع المحطات الإذاعية المجتمعية الأخرى في إمكانية بثّها للحلقات.

١٧. أصدرت أون بونتي بير الحلقات في الراديو بالتشاور مع اللجنة التوجيهية المختّصة بحملة أماني. إذا كنتم ترغبون في اعتماد هذه الأداة، وإجراء أيّ تغييرات، يُرجى التواصل مع أون بونتي بير منظمة المرأة العربية لمناقشة هذا الخيار.

كيف يمكن إعادة إصدار أدوات حملة أمانى؟



يشكّل التعاون أحد المبادئ المهمّة لحملة أمانى. وبالتالي، نكمن إحدى سمات الحملة في إمكانية إعادة إصدار جميع الأدوات من قبل أيّ منظّمة مُشاركة في الحملة، وبدون أيّ كلفة تذكّر. ولضمان الحفاظ على روحية حملة أمانى، يجب الالتزام ببعض الشروط:

١ يجب إعادة إصدار الأدوات مع أخذ التوجه الأصلي للحملة بعين الاعتبار، وأتباع المبادئ التوجيهية الموضّحة في الفصل يجب أن تُستخدَم دائماً وتُوَزَّع مجاناً؛

٢ يجب أن تبقى شعارات المنظّمات التي أصدرت الأدوات في الأساس ظاهرة على جميع الأدوات المطبوعة، بالإضافة إلى شعار فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني والقائم على النوع الاجتماعي. ويمكن لمنظّماتكم أن تضيف شعارها ومعلومات الاتصال الخاصة بكم على أيّ أدوات صادرة في إطار المشروع المشترك بين الوكالات. وإذا كنتم ترغبون في المشاركة في نشر أدوات صادرة عن وكالات أخرى، يُرجى التواصل معها أولاً؛

٣ يُستخدَم دليل الأسلوب الخاص بحملة أمانى عند إجراء التغييرات، وعند طباعة أيّ من المواد أو إعادة إصدارها.

تذكّروا ما يلي: بما أنكم تستطيعون إعادة إصدار المواد، فلستم محدودين بالكمية التي حصلتم عليها في الأساس. فإعادة إصدار المواد سريعة، وسهلة، وغير مُكلّفة نسبياً، كما أنّها قد تحقّق أثراً كبيراً!



السمات الأساسية لأدوات حملة أمني

تستند حملة أمني إلى عددٍ من الخصائص الأساسية التي يجب الالتزام بها لدى ابتكار أدوات جديدة. في ما يلي بعض النصائح لضمان حفاظكم على روحية حملة أمني:^{١٨}

١ الحفاظ على كرامة الشخصيات:

لدى ابتكار أدوات التواصل حول العنف، والإساءة، والاستغلال، يبدو من السهل استخدام رسومات تُظهر الأشخاص النساء والأطفال وهم يتعرّضون للإساءة. ولكنّ حملة أمني تقوم على الرسومات الإيجابية، وبالتالي من المهمّ تفادي إظهار الشخصيات في أوضاع مُهينة (أي التمدد على الأرض، والتعرّض للضرب، إلخ). فالصور الواضحة لأعمال العنف نادراً ما تكون فعّالة في المساعدة على تغيير مواقف الناس. كذلك، تفادوا إظهار الأشخاص الرجال وهم يبدون عدائين أو عنيفين جداً. فالنساء، والفتيات، والرجال، والفتيان الذين يرون رسومات واضحة كهذه يميلون إلى عدم الرغبة في التعاطف مع الشخصيات أو المسألة التي تُمثّل. حاولوا بدلاً من ذلك إظهار شخصيات النساء والرجال كشخصيات عقلانية ومُراعية، وقادرة على اتّخاذ قرارات إيجابية.

٢ استخدام رسائل حملة أمني وهويتها:

إذا تلقّى الناس الرسالة نفسها بطرق كثيرة ومختلفة، تزيد من إمكانية البدء وإعادة التفكير في المسألة، وربما تغيير سلوكهم؛ وهذا أحد الأهداف الرئيسية لحملة أمني. بالإضافة إلى ذلك، من خلال استخدام هوية مشتركة، سوف تبدأ بعض الألوان، والرسومات، والجمل بالارتباط تلقائياً بمعنى إيجابي. وكما شرحنا في الفصل ١، طوّرت رسائل حملة أمني عبر بحثٍ موسّع وعملية تشاورية.



كما ناقشنا في الفصل الرابع، يمكن نقل رسائل حملة أمني بطرق خلاقية كثيرة ومختلفة. وتتمثل إحدى سمات حملة أمني في قابليتها للتكيف. فإن المنظمات المُشاركة مدعوة لاستخدام رسوماتها، وشعاراتها، ورسائلها الأساسية لابتكار أدوات جديدة. والتعاون هو مبدأ من المبادئ المهمة في الحملة، لذا يجب أن تكون الأدوات المبتكرة من قبل أيّ منظمة متوافرة لتستخدمها المنظمات الأخرى أيضاً.

وفيما تبتكرون في رسومات حملة أمني، وشعاراتها، وأدواتها لتحقيق أكبر فائدة منها في المجتمعات المحلية حيث تعمل منظمتكم، يُرجى ألا تنسوا بعض النقاط المهمة حول كيفية تطوير الأدوات، وأسلوب حملة أمني، وسماتها. بهذه الطريقة، يمكننا جميعاً أن نضمن الحفاظ على روحية حملة أمني

١٨. مقتبسة من "SASA" كيفية تطوير مواد للتواصل، رزمات الناشط، <http://raisingvoices.org/sasa>

٦ مساعدة الجمهور على المشاركة:

عندما يتمكن الناس من رؤية أنفسهم في الشخصيات، يصبحون أكثر ميلاً إلى التأمل في المسألة والتفكير في كيفية تأثرهم بها. لهذا السبب، تصوير أسرة أمانى نساءً، ورجالاً، وفتيات، وفتيان «عاديين»، تساعد عدداً أكبر من الناس على التعاطف مع الشخصيات. ولدى إصدار أدوات أخرى، يجب استخدام نفس الشخصيات مع أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار. فكل شخصية تبدو بطريقة معينة، وتظهر بالإجمال في سياقات محددة. فمن المهم جداً مراعاة التنوع، بما في ذلك التنوع في العمر، والنوع الاجتماعي، والقدرة/الإعاقة.

٧ توفير معلومات مفيدة:

تتمثل إحدى الغايات الرئيسية من حملة أمانى في توعية اللاجئين حول كيفية الحصول على الدعم في حال الحاجة إليه؛ وإعلام المجتمعات المحلية بالمعلومات الأساسية حول الإحالة. وبالتالي، يجب إضافة أرقام الهاتف ذات الصلة بالرسالة المطروحة عند الإمكان. ويجب الحرص على أن تكون المعلومات المفيدة مقترنة دائماً بمناقشات جذابة.

فإذا شعرتهم بضرورة إدراج رسائل جديدة، اطرحوا هذا الموضوع على فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي.

٣ التزموا بالملاح الرئيسية للشخصيات:

الحملة تدور حول أمانى وأسرته. لذا، من المهم تصوير هذه الشخصيات بالتحديد بكرامة وبشكل يتماشى مع صفتهم الرئيسية. فإذا استخدمت منظمات كثيرة الشخصيات نفسها، سوف تصبح معروفة تدريجياً في المجتمع المحلي، وسيصبح كل منها في النهاية مرتبطاً برسالة إيجابية.

٤ إقامة المحادثة:

إنّ الأدوات التي تملّي على الناس ما يجب أن يفكروا فيه نادراً ما تترك أثراً ملحوظاً على مواقفهم أو سلوكهم. فحاولوا أن تستعملوا أدوات تحثّ على المشاركة، وقدموا أفكاراً جديدة، واطرحوا الأسئلة، وشجّعوا الناس على التفكير وتطوير شعور معين إزاء الموضوع. وابتحثوا عن طرق لمساعدة الناس على تحديد الممارسات، والقيم، والقنوات الإيجابية.

٥ التركيز على الإيجابي:

لدى مناقشة العنف، والإساءة، والاستغلال، حاولوا إظهار منافع السلوك البديل، بدلاً من إخبار الناس بأنّ العنف سيّء. على سبيل المثال، يُظهر أحد ملصقات حملة أمانى حول الوقاية من العنف، زوجين يتعاونان، مع الجملة التالية «إيديك لتساعدني ما لتضربني». فالأدوات التي تصوّر القدوة والطرق البديلة للتفكير والسلوك تكون أكثر إشراكاً وفعالية من مجرد إظهار العنف.



الممارسة الجيدة

قامت جمعية أون بوتني بير بتطوير ثلاثة تسجيلات على الراديو تستند إلى رسائل حملة أمان عن الوقاية من والتصدي للعنف، والزواج المبكر، والدعم النفسي الاجتماعي. وأرادت الجمعية ابتكار أداة قادرة على الوصول إلى جمهور برنامجها الإذاعي بطريقة إبداعية ومفيدة. وقد اتخذ القرار بابتكار هذه الأداة بالنظر إلى ما كان موجوداً من أدوات حملة أمان، وخبرة الجمعية وقدرتها على عرض التسجيلات عبر برنامجها الإذاعي الذي يُبث مرتين في الأسبوع «الساعة السورية» على محطة «فرح الناس ويرموك FM».

وبمساعدة خبراء ومتطوعين في مجال التواصل، تمّت كتابة قصة مفصّلة للأسرة، مع أدوار محدّدة لكل فردٍ من أفرادها. وابتكر كل تسجيل من التسجيلات انطلاقاً من دليل الرسائل الأساسية، وتضمّن الشعارات، والرسائل الأساسية، ومعلومات الاتصال الأساسية.

الشخصيات تتكلم بلغة بسيطة ومفهومة، وتعالج مسائل من الحياة اليومية، وتحاول بشكل ناشط إيجاد الحلول. فالتسجيلات تساعد الجمهور فعلاً على المشاركة من خلال استخدام التعابير والأصوات المألوفة. فنظّم أمان وأسرتها كـ«واحدة منّا». والفكرة الأساسية في الواقع تمثّلت في الحرص على أن يتمكن المستمعون من رؤية أنفسهم في تجارب هذه الأسرة، كي يشعروا ربّما بأنهم لا يواجهون صراعاتهم اليومية وحدهم.

أُطلقت التسجيلات من خلال عرضين إذاعيين ركّزا على حملة أمان، ثمّ عرضاً بشكل منتظم في خلال «الساعة السورية». كذلك، يتمّ مشاركتها بشكل منتظم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي إلى جانب الأدوات الأخرى الخاصة بحملة أمان. وتعمل جمعية أون بوتني بير حالياً مع منظمات أخرى لإيجاد محطات إذاعية أخرى تهتمّ ببثّ التسجيلات.

الخطوات الأساسية لتطوير أدوات جديدة لحملة أمانى

في ما يلي بعض الخطوات التي يمكنكم اتباعها إذا كنتم تريدون تصميم أدوات تواصل إيجابية وفعّالة لبلوغ جمهورٍ معيّن.^{١٩}

١ شكلوا فريقاً صغيراً واعملوا معاً

طوال مدة عملية التطوير. أشركوا أشخاصاً من خلفيات وخبرات مختلفة: عاملين في منظماتكم، ومتطوعين أيضاً، ومستفيدين.

٢ تشاركوا الأدوات والمعلومات الموجودة

حول حملة أمانى، بما في ذلك قصة الأسرة، والهوية البصرية للحملة، لأخذ فكرةٍ عن الرسائل، وضمان عدم تكرار ما هو موجود أساساً. تتوافر جميع أدوات حملة أمانى في القرص المدمج المرفق بهذا الدليل.

٣ أجرؤا عصفاً ذهنياً مع فريقكم

حول الرسالة الخاصة للحملة التي تريدون توجيهها، ومن هو مجتمعكم المحلي/المجموعة الخاصة التي تستهدفونها.

٤ ناقشوا ما هي الأجزاء

التي تريدون التركيز عليها في المعلومات الداعمة. اسألوا أنفسكم:

- ما هي الأجزاء الأكثر جذباً؟
- ما هي الأجزاء الأكثر ملاءمةً للجمهور؟
- ما هي الأجزاء التي يجب تجنبها؟

٥ ناقشوا الصيغة المنشودة

لأدوات التواصل (مثلاً: كوميديا، ملصق، ورقة معلومات، لوحة جدارية، لافتة، فيلم، عرض إذاعي إلخ.)، من خلال دراسة اهتمامات الجمهور، والاستمرارية المطلوبة، وميزانيتكم، والصيغة الأكثر ملاءمةً للأفكار التي تريدون تشاركها. للاطلاع على أفكار حول هذا الموضوع، راجعوا الملحق ٧ الذي يلخص حسنات وسيئات مختلف الأدوات.

٦ تعاونوا في تأليف قصة

وتطوير مخطّط عام لها. فكّروا كيف يمكن لمختلف شخصيات أسرة حملة أمانى أن يلعبوا أدوارهم.

١٩. مقتبسة من "SASA!" كيفية تطوير مواد للتواصل، زمامات الناشط، <http://raisingvoices.org/sasa>

بعد تكوين الفكرة

حصّروا ملخصاً إبداعياً. الملخص الإبداعي يوضح تفاصيل مهمة عن التصميم والمحتوى:

الفئة ٢٠ ما يجب كتابته

١. الغاية والفئة المستهدفة

- الهدف العام للمادة أو النشاط

٢. أهداف التواصل

- التغييرات المنشودة
- استناداً إلى مواجهة التغييرات المنشودة
- (الحواجز التي تحول دون التغيير)
- أهداف التواصل التي تعالج هذه الحواجز

٣. ملخص عن الرسالة

- الوعد الأساسي
- البيان الداعم
- الدعوة إلى التحرك
- الانطباع الدائم
- تصوّر الشخص الذي يتغيّر

٤. النبذة والمضمون الأساسي

- نبذة المادة أو الناشط، استناداً إلى ملخص الرسالة
- المحتوى الأساسي للمادة أو النشاط

٥. الاعتبارات الإبداعية الأخرى

- الكلفة
- فرص الإطلاق، مستويات معرفة القراءة والكتابة، اللغات المحلية، إلخ.
- إدراج دليل الأسلوب الخاص بحملة أمان (الملحق ٨)

٨ اختبروا الأدوات مع عينة

من النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان من الجمهور الرئيسي. حددوا أي تغيير من التغييرات المقترحة سوف تجرون. إذا كانت التغييرات كبيرة، قد تحتاجون إلى إجراء اختبار ثانٍ مع الجمهور. فإن إحدى أبسط وأكثر الطرق فعاليةً لاختبار أدائكم تتمثل في إجراء مناقشات مجموعات المركزة. للاطلاع على مختلف وجهات النظر حول هذه النقطة، راجعوا الملحق ٩.

١٠ شاركوا المسودة مع المنسقين المعنيين

بحماية الطفل أو العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي ليراجعوها. فمن مسؤولية المنسقين أن يتحققوا مما إذا كانت الأداة تتماشى مع مقاربات ومفاهيم حملة أمني. اطلبوا منهم ان يعودونا إليكم بالتغذية الراجعة في غضون خمسة أيام، ومن ثم تستطيعون وضع اللمسات الأخيرة عليها.

٩ ناقشوا التغييرات

وأشرفوا على جميع مراحل التعديل وآليات اعتماد التغييرات.

١١ اجعلوا الأداة متوفرة للجميع

من خلال تحميلها وحفظها على الرابط الالكتروني المشترك الخاص بتحميل وحفظ جميع مواد حملة أمني.١٠ وأعلنوا أن الأداة متوفرة لجميع فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل و/أو العنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي.

الممارسة الجيدة



أصدرت منظمة المرأة العربية منشورات ضمن إطار حملة أمني. اختارت المنظمة رسائل حملة أمني الأساسية بالتشاور مع الموظفين والمجتمع المحلي، وفقاً للاحتياجات الخاصة لبرنامجها. وبما أن الاختبار المسبق للرسومات والشعارات كان قد حصل مسبقاً، فقد اعتمدتها. وبالتنسيق مع فريق حملة أمني، وفريق منظمة المرأة العربية، والمستفيدين، أجريت تعديلات على اللغة. والجدير بالذكر أن المنشورات تستخدم خلال النشاطات، وتوزع من خلال المنظمات المجتمعية التي تشكل جزءاً من شبكة منظمة المرأة العربية.

قائمة المراجعة الخاصة بأدوات التواصل

إذا قمتم بإصدار أدوات التواصل الخاصة بكم، استخدموا قائمة المراجعة أدناه لضمان تجانس أدوات التواصل الخاصة بكم مع مقاربة حملة أمان.^{٢٢}

المحتوى هل أداة التواصل الخاصة بكم:	الرسومات هل أداة التواصل الخاصة بكم:
<input type="checkbox"/> تتجنب الصور النمطية؟ <input type="checkbox"/> تحفظ كرامة الشخصيات؟ <input type="checkbox"/> تشجع المشاهدين على التفكير بمفردهم؟ <input type="checkbox"/> تتجنب إظهار النساء والفتيات كضحايا ضعيفات؟ <input type="checkbox"/> تشدد على مفهوم حقوق الإنسان؟ <input type="checkbox"/> تشجع على التأمل الشخصي؟ <input type="checkbox"/> تستخدم شخصيات وأوضاع يمكن للمشاهدين رؤية أنفسهم من خلالها؟ <input type="checkbox"/> تتضمن شخصيات ناشطة ومفكرة؟ <input type="checkbox"/> تتضمن معلومات مفيدة؟ <input type="checkbox"/> تتضمن خطوطاً ساخنة ذات صلة وأرقام اتصال محدثة؟ <input type="checkbox"/> تختبر المحتوى/الرسومات/اللغات مع المجتمع المحلي؟ <input type="checkbox"/> تعكس وتجذب مختلف أعضاء المجتمع المحلي، مع الأخذ بالاعتبار الجنسين (ذكور وإناث)، والأعمار، والقدرات/الإعاقات المختلفة؟	<input type="checkbox"/> تتجنب صور العنف المفرطة أو تلك التي تسبب الخوف؟ <input type="checkbox"/> تستخدم رسومات يستطيع ويريد أعضاء المجتمع المحلي التعاطف معها؟ <input type="checkbox"/> تستخدم الرسومات لمساعدة المشاهدين غير المتعلمين على فهم الأفكار؟ <input type="checkbox"/> تستخدم الرسومات لدعم المعلومات؟ <input type="checkbox"/> تصور الخلفيات التي تعكس واقع بيئات الفئة التي تستهدفونها؟ <input type="checkbox"/> تعكس وتجذب مختلف أعضاء المجتمع المحلي، مع الأخذ بالاعتبار الجنسين (ذكور وإناث)، والأعمار، والقدرات/الإعاقات المختلفة؟
اللغة هل أداة التواصل الخاصة بكم:	التصميم هل أداة التواصل الخاصة بكم:
<input type="checkbox"/> تتجنب اللوم أو الاتهامات؟ <input type="checkbox"/> تستخدم لغة غير رسمية ومألوفة للمجتمع المحلي؟ <input type="checkbox"/> تستخدم لغة بسيطة ومباشرة؟ <input type="checkbox"/> تستخدم عبارة أو شعاراً أو سؤالاً ملفتاً؟	<input type="checkbox"/> تعرض المعلومات بشكل منظم، لكي تظهر بشكل ملفتٍ على الصفحة (تفادي الحشو والإطناب) (إذا كان ذلك ملائماً)؟ <input type="checkbox"/> تعرض الكتابات بحجم يُمكن قراءتها على مسافة معينة (إذا كان ذلك ملائماً)؟ <input type="checkbox"/> تعتمد تصميماً يستطيع المشاهدون غير المتعلمين كثيراً فهمه؟ <input type="checkbox"/> تستخدم مقاربة قائمة على دليل الأسلوب الخاص بحملة أمان؟ <input type="checkbox"/> تحدّد معلومات الاتصال والشعار الخاص بمنظمتكم؟ <input type="checkbox"/> تتضمن شعار فرق العمل الفرعية المعنية بحماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي؟

^{٢٢}. مقتبسة من "SASA!" كيفية تطوير مواد للتواصل، رميات الناشط، <http://raisingvoices.org/sasa>



الملحقات

خطة عمل حملة أمني

الملحق ١

..... الفترة:

..... المنظمة:

ملاحظات	الرسالة الرئيسية لحملة أمني (الوقاية، الاستجابة، الزواج المبكر، إلخ.)	الموقع (المنطقة والمكان)	الإطار الزمني (متى/بأي وتيرة)	نوع النشاط (حوار مجتمعي، رواية قصة، فعالية، إلخ.)

تقرير الرصد الخاص بحملة أمني

الملحق ٢

المنظمة: فترة التقرير:

النشاط	عدد المرّات التي أقيم فيها	الموقع/المواقع	عدد المشاركين (نساء، فتيات، رجال، فتيان)	الرسالة/الرسائل الرئيسية لحملة أمني	أبرز أدوات حملة أمني المستخدمة

التغذية الراجعة من المشاركين:

.....
.....
.....
.....
.....

التحدّيات، النجاحات، الدروس المستفادة:

.....
.....
.....
.....
.....

تقرير نشاطات حملة أمني

الملحق ٣

المنظمة:

النشاط	التاريخ	الموقع	عدد المشاركين (نساء، فتيات، رجال، فتيان)	الرسالة/الرسائل الرئيسية لحملة أمني	أبرز أدوات حملة أمني المستخدمة

التغذية الراجعة من المشاركين:

.....

.....

.....

.....

.....

التحديات، النجاحات، الدروس المستفادة:

.....

.....

.....

.....

.....

استمارة التغذية الراجعة الخاصة بحملة أمان

الملحق ٤

عزيزي المشارك،

تغذيتك الراجعة ورأيك مهم جداً بالنسبة إلينا. نرجو منك أن تكرر بضع دقائق من وقتك لتملأ هذه الاستمارة. المعلومات التي تقدمها سوف تساعدنا في تخطيط نشاطاتنا المستقبلية وتحسينها. وستبقى إجاباتك سرية ومجهولة المصدر.

التاريخ:		مكان النشاط:	
الجنس: <input type="checkbox"/> ذكر <input type="checkbox"/> أنثى		العمر: <input type="checkbox"/> ١٧-١٥ <input type="checkbox"/> ٢٤-١٨ <input type="checkbox"/> ٦٠-٢٤ <input type="checkbox"/> ٦٠ و ما فوق	
اليوم، تكلمنا عن (الرجاء كتابة الموضوع الرئيسي للنشاط)			
السؤال		الرجاء وضع دائرة حول الإجابة	
معارفي عن هذه المسألة زادت	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة
أفكاري/معتقداتي حول هذه المسألة تغيرت	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة
النشاط أعطى الجميع مجالاً للمشاركة وتشارك الآراء	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة
النشاط كان منظماً بشكل جيد	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة
الأدوات المستخدمة خلال النشاطات كانت مفيدة	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة
الميسر كان يشجع على المشاركة	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة
موضوع النقاش لم يكن ملائماً	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة
الآن، أصبحت أعرف بمن أتصل في حال احتجت إلى معلومات أو دعم حول المسألة التي ناقشناها اليوم	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة

التعليقات:

.....

.....

بروتوكول التقييم لمناقشات المجموعات المركزة في إطار حملة أمني

الملحق هـ

للبالغين والمراهقين (١٥-١٧)

مقدمة

تتمثل الغاية من هذا البروتوكول في توجيه مناقشات المجموعات المركزه مع البالغين والمراهقين (١٥-١٧ سنة) من سوريا والأردن حول مسائل حماية الطفل والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي في المخيمات والمجتمعات المحلية في الأردن. يتمثل الهدف من مناقشات مجموعات التركيز هذه في تيسير المناقشات مع البالغين والمراهقين حول المواضيع ذات الصلة بحملة أمني لتقييم المعارف، والمواقف، والسلوكيات الموجودة أساساً لدى المجتمع المحلي، والتغييرات الممكنة في مختلف مراحل الحملة.

أولاً. التحضير لمناقشات المجموعات المركزة

المشاركون:

- يجب أن يشكّلوا عيّنة تمثّل المجتمع المحلي ومواقفه.
- يجب ألا يقل عدد المشاركين في كل مجموعة مركزه عن ستة مشاركين، وألا يتجاوز ١٠ مشاركين.
- يتراوح العدد المفضّل للمشاركين بين سبعة وتسعة.
- في سياق العمل مع اللاجئين السوريين، من المفضّل الفصل بين الذكور والإناث في مجموعات التركيز التي تناقش فيها المسائل الحساسة من الناحية الثقافية، كالحماية والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي.
- يتبيّن أنّ المجموعات المركزه المتجانسة تنجح أكثر من المجموعات التي تنتمي لخلفيات ومواقف مختلفة. بالتالي، يفضّل تحديد الشريحة العمرية لمناقشات مجموعات التركيز بين البالغين.

الميسر:

- يجب أن يكون مطلعاً على موضوع النقاش، إنّما من دون السيطرة على مواقف المشاركين.
- يجب ألا يجادل المشاركين على نقطة معيّنة، حتّى لو لم يوافقهم الرأي.
- يجب أن يضمن الإصغاء إلى جميع المشاركين، من دون الضغط على الذين يفضّلون عدم التكلّم.
- من المفضّل تنظيم جلوس المشاركين في دائرة ليكون الإطار ودياً وتفاعلياً.



ثانياً. إجراء مناقشة مجموعة التركيز

■ **الترحيب بالمشاركين:** صباح/ مساء الخير. شكراً لتخصيصكم الوقت للانضمام إلينا في هذه المناقشة اليوم.

■ **التعريف عن أنفسكم:** إسمي _____ ، وأنا هنا أمثل _____ (المنظمة) _____ ،
العاملة على _____ (المجال) _____ .

■ **إشرحوا الهدف:** نحن نجري سلسلةً من المناقشات لتتعلم من بعضنا البعض حول أنواع العنف والمسائل الأخرى المرتبطة بالحماية التي تختبرها النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان في مجتمعنا المحلي، وما يعتقدونه الناس إزاء هذه المسائل. إذا شعرتهم بعدم الارتياح في أي وقت، يمكنكم المغادرة. فإن المشاركة في المناقشة طوعية تماماً، وليس عليكم الإجابة عن أي سؤال لا ترغبون في الرد عليه.

■ **إشرحوا دوركم:** في الساعتين المقبلتين، سوف أطرح عليكم الأسئلة. ويهمني أن أسمع كل وجهات النظر في هذه القاعة، ولن أشارك شخصياً في هذه المناقشة (شرح دور مدون الملاحظات في حال وجوده). ليس لدينا أي شيء آخر لنقدمه سوى الإصغاء، ولن يكون هناك أي منافع أخرى مباشرة مرتبطة بهذا الوقت الذي نمضيه معاً اليوم.

■ **إضمنوا السرية:** سوف ننادي بعضنا البعض بأسمائنا وتتعهد بالحفاظ على السرية، لأننا نهتم بمعرفة وجهات نظركم، وليس بمن قال وماذا. لذلك، نطلب منكم لطفاً أن تحترموا سرية بعضكم البعض، وألا تنقلوا ما قاله الآخرون عندما تغادرون هذه القاعة. وفي حال أردتم أن تخبرونا قصة لها علاقة بالموضوع من مجتمعكم المحلي، نرجو منكم ألا تذكروا أسماء الأشخاص المعنيين، ولا أي تفاصيل قد يكشف عن هويتهم (إذا كنتم تريدون استخدام آلة تسجيل، يجب أن تعلموا المشاركون بذلك مسبقاً).

■ **ابدأوا بالتعريفات:** نرجو منكم أن تقولوا لنا ما هو إسمكم، ومتى وصلتم، وإذا كانت لديكم أي تجربة سابقة في إطار مجموعات التركيز/جلسات التدريب المتعلقة بموضوعنا اليوم.

ملاحظة: لا تحاولوا مناقشة جميع المواضيع في لقاء واحد، فهذا سوف يستغرق وقتاً طويلاً جداً. اختاروا مسبقاً ٣ إلى ٤ مواضيع وفقاً لعملكم أو للمجموعة التي تستهدفونها. واحرصوا على تكرار المواضيع نفسها في جميع مناقشات مجموعات التركيز التي تنظمونها في بداية ونهاية فترة التقييم المحددة. لا تتبعوا الترتيب المبين أدناه، فبعد اختيار موضوعكم، ابدأوا بالموضوع الأقل إثارة للجدل، ثم انتقلوا إلى المواضيع الأكثر صعوبة.

١. الوقاية من العنف

- برأيك، ما هو نوع العنف الذي تختبره النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان في مجتمعك المحلي؟ (ركّزوا على كل مجموعة)
- بما أنك أنتي/ذكر، هل تشعر بأنك معرض(ة) أكثر لخطر العنف؟ أي نوع من العنف؟ وكيف؟
- ما الذي تعتقد أنك والآخرون تستطيعون القيام به لمساعدة المجتمع المحلي على أن يكون أقل عنفاً؟
- برأيك، ما الذي يمكنكم القيام به مع آخرين من المجتمع المحلي للحفاظ على أمان النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان (يتم التركيز على كل فئة)؟



٢. الاستجابة للناجين من العنف

- ما هي تبعات العنف على النساء، والفتيات، والفتيان، والرجال؟ الأسرة؟ المجتمع المحلي؟
- هل يجب على النساء والأطفال الذين يتعرضون للعنف في أسرهم أن يقبلوا به؟ لماذا؟ ماذا عن الناس الذين يتعرضون للعنف في الشارع أو من الغرباء؟
- كيف تتفاعل أنت أو الأشخاص في محيطك مع تعرّض النساء، والفتيات، والفتيان، والرجال للعنف (ركّزوا على كل مجموعة)؟
- هل سبق لك أن قدمت دعماً لشخص يتعرض للعنف؟ تذكر أنه يتوجب عدم الكشف عن هويته أو عن المعلومات الخاصة به
- هل يمكن للناس أن يطلبوا الدعم إذا تعرّضوا للعنف؟ إذا أجبت بنعم، فأين يطلبون الدعم/ومن من؟

٣. الزواج المبكر

- ما هو سنّ الزواج الشائع في مجتمعك المحلي بالنسبة إلى الإناث؟ وبالنسبة إلى الذكور؟
- ما هي بعض منافع ومخاطر زواج المراهقين قبل عمر ١٨ سنة؟
- من الذي يتخذ القرار عادةً بشأن زواج الفتيات والفتيان في مجتمعك المحلي؟ هل تتم استشارة الفتيات (والفتيان) في القرارات التي تؤثر عليهم؟
- إذا كان أحد الفتيان أو الفتيات لا يرغب في الزواج، ما الذي يجب أن يفعله؟ مع من يجب أن يتكلم عن الموضوع؟
- هل تظنّ أنه من المهمّ تسجيل الزيجات؟
- إذا كان أحد الفتيان أو الفتيات يواجه صعوبة ما في زواجه، ما الذي يجب أن يفعله؟ هل يوجد أي شخص يمكنه دعمه؟ هل من خدمة يمكن تقديمها له؟

٤. الدعم النفسي الاجتماعي

- ما هو نوع التغييرات الاجتماعية أو العاطفية التي لاحظتها في نفسك أو لدى الناس في محيطك من جرّاء الوضع الحالي؟
- كيف يتأقلمون عادةً؟ وأي طريقة من طرق التأقلم أو التفاعل هذه تُعتبر مفيدة وأي طريقة قد تكون مضرّة؟
- في أي حالة من الحالات يمكنك أن تطلب الدعم؟ وإلى من تتوجّه للحصول على الدعم؟
- إذا علمت بأن أحد الأشخاص يحتاج إلى المساعدة، ما الذي يمكنك القيام به لدعمه؟

٥. الأشخاص ذوو الإعاقات

- برأيك، كيف يتمّ التعامل مع البالغين والأطفال ذوي الإعاقات في مجتمعك المحلي؟ ومع أسرهم؟
- ما هي المشكلات التي تواجه الأشخاص ذوي الإعاقات في المجتمع المحلي؟ هل تواجه النساء والفتيات ذوات الإعاقات مشكلات مختلفة عن تلك التي يواجهها الرجال والفتيان ذوي الإعاقات؟ هل يواجه الأطفال ذوو الإعاقات مشكلات مختلفة عن تلك التي يواجهها البالغون ذوي الإعاقات؟
- ما هي الخدمات المتوفرة في المجتمع المحلي (في حال وجودها) لتسهيل حياة الأطفال ذوي الإعاقات؟ ولتسهيل حياة البالغين ذوي الإعاقات؟

٦. عمالة الأطفال

- هل يعمل الأطفال في مجتمعكم المحلي؟ هل توجد فوارق بين الفتيان والفتيات؟
- كيف يؤثر العمل على حياة الطفل؟ هل الأمر سيّان بين الفتيان والفتيات؟
- في ظل أي ظروف يُعتبر من المقبول أن يعمل الأطفال، وفي ظل أي ظروف لا يُعتبر عملهم مقبولاً؟

- ما هي برأيك الطرق الأكثر فعاليةً لمنع الأطفال الذين تقلُّ أعمارهم عن ١٦ سنة من العمل مقابل أجر أو في أوضاع خطيرة بالنسبة إليهم؟
- هل تسمح أو هل يمكن أن تسمح لأطفالك بالعمل؟

٧. تسجيل الولادات

- لماذا يُعتَبَر تسجيل الأطفال عند الولادة مهمًا؟
- ما هي الأسباب الرئيسية التي تفسّر عدم قيام الناس بتسجيل ولادة طفلهم؟
- بالنسبة إلى تسجيل الولادات، برأيك، هل من فروقات في مجتمعك المحلي بين الأطفال الإناث والذكور؟ في حال كانت الفروقات موجودة، كيف هي وما هي؟
- هل سجّلت طفلك أو هل تسجّله؟ هل تعرف كيف يتم ذلك؟

٨. الانفصال الأسري

- هل تعرف حالات عن أطفال في مجتمعك المحلي لا يعيشون مع أهلهم أو الأشخاص الذين يعتنون بهم عادةً؟
- برأيك، ما هو أكثر ما يحتاج إليه الأطفال الذين يعيشون مع أشخاص غير أهلهم؟
- برأيك، إذا اضطرّ الأهل إلى الانفصال عن أطفالهم لبعض الوقت، ما هي الأمور التي يجب أن يقوموا بها هم والأطفال للحفاظ على سلامة الأطفال؟

٩. المعونة الإنسانية مجانية

- هل طُلب منك أو هل تعرف أحداً كان عليه تقديم الخدمات مقابل الحصول على المساعدة أو الإعانة؟ في حال كانت الإجابة «نعم»، أي نوع من الخدمات؟ وبرأيك أو بحسب تجربتك، هل تظنّ أنّ الخدمات المطلوبة من النساء تختلف عن تلك المطلوبة من الرجال؟
- برأيك، هل من المشروع أن تُطلب منك خدمات مقابل الحصول على المساعدة أو الإعانة؟ ما الذي تفعله إذا عرفت بأنّ أحداً يطلب خدمات مقابل تقديم المساعدة أو الإعانة؟
- برأيك، كيف يمكننا أن نحدّ من مخاطر طلب العاملين الإنسانيين للخدمات مقابل تقديم المساعدة؟

١٠. احترام اللاجئين / عدم التمييز

- برأيك، كيف يتمّ التعامل مع اللاجئين في مجتمعك المحلي؟
- برأيك، كيف تختلف طريقة معاملة اللاجئين من النساء عن طريقة معاملة اللاجئين من الرجال في مجتمعك المحلي؟
- لماذا لا تُقبَل الاختلافات في بعض الحالات وبعض المجتمعات المحليّة؟
- كيف تتعامل مع الناس القادمين من أماكن مختلفة؟

■ **تلخيص النقاط الأساسية؛ التشجيع على اتفاق عام:** لنلخّص ما ناقشناه، يمكن القول إنكم تعتقدون _____ . هل هذا يوجز بشكل أساسي ما قيل اليوم؟

■ **شكر المشاركين، وإبلاغهم بالخطوات المقبلة:** أشركم مجدداً على الحضور اليوم. إنّ القصص ووجهات النظر التي تشاركنموها اليوم مهمّة فعلاً بالنسبة إلينا وبالنسبة إلى نجاح عملنا. شكراً لكم على مساعدتنا.

تقييم استخدام الوكالات لموارد ورسائل حملة أمني

الملحق ٦

١. ما هو عدد النشاطات التي أقامتها منظمتكم باستخدام رسائل وموارد حملة أمني في خلال الفترة
_____؟

٢. ما هو عدد الأشخاص الذين شاركوا في النشاطات والجلسات الجماعية/المجتمعية المرتبطة بحملة أمني
والتي قمتم بها في خلال الفترة _____؟

٣. إذا كانت منظمتكم قد قّدمت نشاطات حملة أمني من خلال الإعلام/وسائل التواصل الاجتماعي، فما هو
عدد الأشخاص الذين بلغتموهم بحسب تقديراتكم في خلال الفترة _____؟

٤. ما هي رسائل حملة أمني التي ركّزتم عليها في نشاطاتكم؟

- منع العنف والبقاء في حالة من الأمان: «إيديك لتساعدني ما لتضربني»
- الاستجابة للناجين من العنف: «إذا تعرّضت للأذى، ما تسكت»
- الزواج المبكر: «الزواج بعد سن ١٨ أسلم إلي وإلكم»
- الدعم النفسي الاجتماعي: «شو ما صار معك، نحنا هون لندعمك»
- الأشخاص ذوو الإعاقات: «لو اختلفنا بالقدرات، حقوقنا بتضل نفسها»
- عمالة الأطفال: «درّسوني اليوم، بالمستقبل بشتغل»
- الانفصال الأسري: «خليك مع أطفالك، طول ما سمحت أحوالك»
- المعونة الإنسانية مجانية: «ما حدا إلو الحق يطلب منك أيّ شيء مقابل تقديمها»
- احترام التنوع/عدم التمييز: «اختلفنا بكّمّل وبجملّ حياتنا»

٥. إلى أي مدى كانت موارد حملة أمانى مفيدة ومساعدة في عملكم؟

لا ينطبق	غير مفيدة جداً	مفيدة نوعاً ما	مفيدة جداً	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التدريب: أدوات التواصل للتغيير الاجتماعي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المساعدة في تصميم مواردنا الخاصة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الدعم لإقامة النشاطات والفعاليات حول رسائل حملة أمانى
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مواد تركز على الأطفال: قمصان، قبعات، بالونات، ملصقات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مواد تركز على البالغين: حقائب للتسوق، بطاقات إحالة، ملصقات

٦. اقرأوا الجملة واختاروا الإجابة التي تعكس وجهة نظركم بأفضل شكل.

أعارض بشدة	أعارض	لا أوافق ولا أعارض	أوافق	أوافق تماماً	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	رسالة حملة أمانى ومواردها تمكّنا من توسيع عملنا بكل ثقة لنشر التوعية، وتيسير النقاش والعمل من أجل حماية الفتيان، والفتيات، والنساء، والرجال بشكل أفضل، من العنف وأشكال الأذى الأخرى.

٧. كيف يمكن تحسين حملة أمانى؟

.....

.....

.....

حسناً وسيئاً أدوات التواصل

الملحق ٧

ملاحظات	السيئيات	الحسنات	الأدوات ^{٢٣}
<ul style="list-style-type: none"> تحتاج هذه الصيغ إلى تطوير مع الوقت. الطول عامل أساسي: معلومات كافية لتلبية رغبة القارئ وجذبه للقراءة مرةً أخرى، ولكن من دون الإفراط في تقديم المعلومات له. الحرص على أن يكون المحتوى مثيراً للاهتمام ومُحدثاً. 	<ul style="list-style-type: none"> قد تكون مكلفة على المدى البعيد. تتطلب وجود مهارات معيّنة، وفريق مختصّ تستهلك الوقت. 	<ul style="list-style-type: none"> توفّر تغطيةً أكثر فرصة مساهمة المجتمع المحلي؛ عنصر ممتاز للبناء المجتمعي. قد تشجّع الانخراط على المدى البعيد. إمكانية توزيعها على الانترنت. 	المنشورات، المجلات
<ul style="list-style-type: none"> يجب أن تكون الرسالة بسيطة وفعّالة، مع تصميم يكملها. اللون الواحد لا بأس به، ولكن يجب وجود تباين واضح. 	<ul style="list-style-type: none"> مكلفة. تفتقر للعمق لا يمكن تحديثها أو تشاركها بسهولة. 	<ul style="list-style-type: none"> سريعة، بسيطة، عملية، مفيدة، ملوّنة. 	القمصان أو الشالات أو الأكياس القماشية
<ul style="list-style-type: none"> أنظر أعلاه 	<ul style="list-style-type: none"> غير متعمّقة. مسائل قانونية وأمنية محتملة بالنسبة إلى الأشخاص الذي يوزعون. لا يمكن تحديثها 	<ul style="list-style-type: none"> سريعة، بسيطة، جذابة، غير مكلفة، شعبية/توزّع على مستوى الشارع. 	الأوراق اللاصقة
<ul style="list-style-type: none"> تحتاجون إلى فكرة جيّدة، وإلى مصمّم ربّما. 	<ul style="list-style-type: none"> قد تكون مكلفة، بحسب نوعية الطباعة والحجم. مسائل قانونية وأمنية محتملة بالنسبة إلى الأشخاص الذي يوزعون. لا يمكن تحديثها. 	<ul style="list-style-type: none"> سريعة، بسيطة، ملوّنة، جذابة، شعبية/توزّع على مستوى الشارع، ذات تأثير عال. إمكانية توزيعها عبر الانترنت. 	الملصقات
<ul style="list-style-type: none"> من الأساسي أن يكون أسلوب الكتابة والتصميم واضحين وموجزين. تتطلب القيام بالأبحاث، والتأكد من الحقائق. 	<ul style="list-style-type: none"> التوزيع 	<ul style="list-style-type: none"> سريعة وسهلة، أكثر عمقاً، غير مكلفة نسبياً. 	المنشورات، الوريقات، أوراق المعلومات أو الحقائق
<ul style="list-style-type: none"> يجب إجراء تقييم دقيق فيما إذا كنتم تريدون توزيع كتابكم أو بيعه؛ وما إذا كنتم تريدون تأليف كتاب الكتروني أو كتاب مطبوع. 	<ul style="list-style-type: none"> كلفة طباعتها وتوزيعها. الحاجة إلى نظام للمبيعات. تستهلك الوقت. 	<ul style="list-style-type: none"> متعمّقة جداً يمكن أن تُموّل مباشرةً من الإعلانات فيها. إمكانية توزيعها عبر الانترنت. 	الكتب، الكتيبات، التقارير

٢٣. هذا الجدول مأخوذ من:

<https://womensrights.informationactivism.org/en/strategies/print-based-media>

دليل الأسلوب الخاص بحملة أمان

الملحق ٨

بالامكان تنزيل المواد المتعلقة بحملة امني من شعارات وأختام وأنواع الخطوط من الرابط الالكتروني التالي:
http://data.unhcr.org/syrianrefugees/working_group.php?Page=Country&LocationId=107&Id=68

١ الشعار

الفكرة

يتألف الشعار من تعبير تجريدي لثلاث أيادي بثلاثة ألوان مختلفة، ترمز إلى التعاون بين الشركاء المختلفين، والتجمع لتشكيل بيئة آمنة ومحمية. وترمز الأيدي الممتدة أيضاً إلى الدعم، والمساعدة، والرعاية المُقدّمة إلى الأسر والأفراد.

تم إصدار أربع نسخ من الشعار لفريق عمل الحماية، وفرق العمل الفرعية المعنية بالصحة النفسية والدعم النفسي الاجتماعي، والعنف الجنسي والمبني على النوع الاجتماعي، وحماية الطفل.



SGBV
subworking group



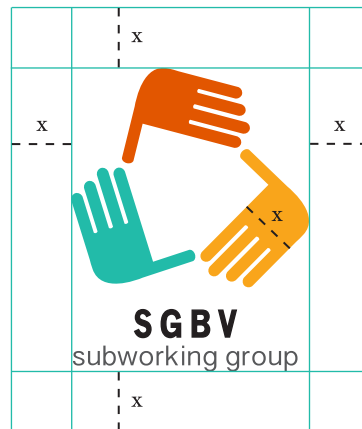
Child Protection
subworking group



MHPSS
subworking group



Protection
working group

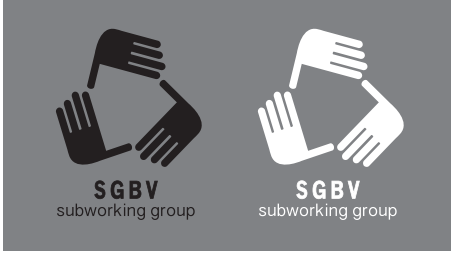


المساحة الفارغة حول الشعار

لضمان وضوح الشعار، يجب أن يكون مُحاطاً بحد أدنى من المساحة الفارغة.

وهذا الحد الأدنى من المساحة الفارغة يساوي عرض أيّ من الأيدي (التي تظهر هنا على شكل x)، بغض النظر عن حجم الشعار.

لون الشعار



يجب أن يُستخدَم الشعار دائماً بألوانه الأصلية على جميع قنوات التواصل المطبوعة والالكترونية.

ولكن، يمكن توفير شعار بالأبيض والأسود كلياً، وذلك في الحالات التي تستوجب طباعة الشعار بلون واحد (مثلاً: الطباعة الحريرية على القماش).

إرشادات للاستخدام

1. صُمم الشعار خصيصاً كوحدة، ويجب أن يُعرض دائماً مع الإسم. ولا يجوز إعادة صوغ، أو حذف، أو قص، أو إعادة تشكيل أيّ عنصر من عناصر الشعار.
2. يجب ترك حدّ أدنى من المساحة الفارغة على المحيط الذي يطوّق الشعار، على النحو المبين في صفحة المساحة الفارغة حول الشعار.
3. يجب تحجيم الشعار بشكلٍ موحد. فالتحجيم غير الموحد يشوّه تناسبية الشعار.
4. يجب أن يُستخدَم الشعار دائماً على خلفية بيضاء. ويجب إضافة مربع أبيض حول الشعار إذا كان سيُوضع على خلفية ملوّنة أو مزخرفة.
5. لا يجب أن يقلّ ارتفاع الشعار عن ١,٥ سنتم.

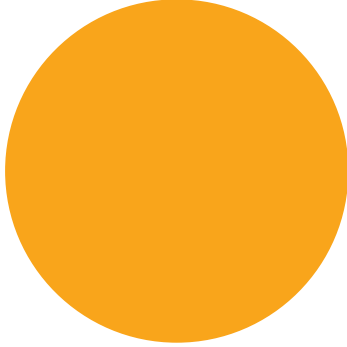
ما لا يجب القيام به عند استخدام الشعار



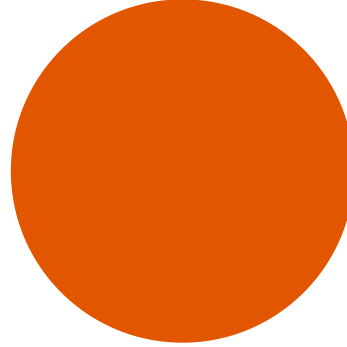
1. لا تُغيّر إتجاه الشعار.
2. لا تشطب الشعار أو تزخرفه.
3. لا تضع الشعار على صورةٍ أو خلفية مزخرفة.
4. لا تعدّل ألوان الشعار.
5. لا تقصّ الشعار بأيّ شكلٍ من الأشكال.
6. لا تقم بإضافة تعديلات «الوهج» (glow) أو «التظليل» (drop shadow) على الشعار.
7. لا تضع الشعار على خلفيات ملوّنة.
8. لا تمدّد الشعار أو تضغطه تفادياً لتشويه التناسب فيه.
9. لا تُعدّد تشكيل، أو لا تُغيّر حجم أو موقع أيّ عنصر من عناصر الشعار.

٢ لوحة الألوان

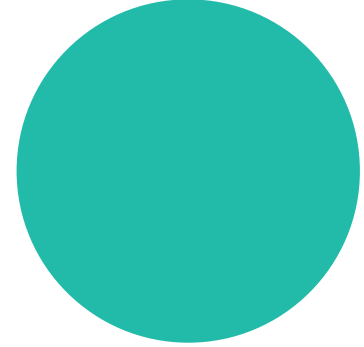
تتألف لوحة الألوان المُطوّرة لحملة أمانى من ثلاثة ألوان صلبة ومستوية تمثّل الألوان نفسها المُستخدمة في شعار فريق العمل الفرعي المعنى بالعنف الجنسى والمبنى على النوع الاجتماعى. ويجب تطبيق أسلوب "اللون الصلب" هذا في جميع المطبوعات والتصويرات المستخدمة في أي منشور أو مادة تواصل إلكترونية.



اللون البرتقالي
الخاص بحملة أمانى
C0 M40 Y100 K0
R236 G171 B0



اللون البرتقالي
الخاص بحملة أمانى
C2 M75 Y97 K0
R226 G86 B0



اللون الفيروزى
الخاص بحملة أمانى
C70 M0 Y42 K0
R0 G189 B156

٣ التصميم الطباعي

تمّ اختيار ثلاثة تصميمات طباعية لحملة أمانى:
UniQAIDAR_ZANA , GE SS Two , Myriad Arabic

UniQAIDAR_ZANA يستخدم لبعض العناوين التي تتطلب إهتماماً خاصاً.

تُطبَع العناوين بِنَسَق GE SS TWO Medium 14 pt، مع خطّ ارتفاع يساوي 16pt. يستخدم هذا الخط أيضاً لنص الأختام.

تُطبَع العناوين الداعمة بِنَسَق Myriad Arabic Bold 19 pt، مع خطّ ارتفاع يساوي 20pt.

أما المضمون فيُطبَع بِنَسَق Myriad Arabic Regular 16 pt، مع خطّ ارتفاع يساوي 16pt.

ويمكن استخدام نَسَق Adobe Arabic Regular 16 pt مع خطّ ارتفاع يساوي 18pt للمضمون كبديل للصفحات الإلكترونية.

٤ الختم

صُمم ختم لحملة أمانى لِيَسَلِّطَ الضوء فيه على الرسالة الأساسية للحملة. وهو يُستخدَم أيضاً للعناوين القصيرة.

يوضع النص دائماً في الوسط، بِنَسَقِ GESS TWO Bold.

ويمكن أن يُمال الختم لغاية ٢٠ درجة يساراً أو يميناً.



لون الختم

توجد لوحة من ثلاثة ألوان خاصة بحملة أمانى. يمكن إعادة إصدار الختم بأيّ من الألوان الثلاثة، كما يمكن إصداره أيضاً باللون الأسود.



تراصف النص



اللون



تعدد الألوان



التمدد/الضغط

ما لا يجب القيام به لدى استخدام الختم

١. لا تستخدم أيّ ألوان غير تلك المحدّدة ضمن قسم «لون الختم»
٢. لا تضع النصّ على اليسار أو اليمين، بل يجب وضعه دائماً في الوسط.
٣. لا تمدّد الختم أو تضغطه لتفادي تشويه التناسب.
٤. لا تستخدم أكثر من لون واحد.

٥ نصائح للطباعة

الملصقات

Coated Art Paper (Gloss) 250-300 gsm

أوراق التوزيع/المنشورات/أوراق الحقائق

Coated Art Paper (Gloss) 170gsm – 250gsm

الدليل

الغلاف:

Coated Art Paper (Gloss) 350 gsm مع سيلوفان

الصفحات الداخلية:

100-120 gsm coated paper, semi matte أو silk
(إذا كانت تتضمن صوراً، أو تصويرات ملونة، أو شعارات)

100-120 gsm uncoated paper
(إذا كانت تتضمن نصوصاً فقط)

نماذج الاختبار المسبق لمناقشات مجموعات التركيز

الملحق ٩

الرسائل البصرية/المكتوبة: دليل الاختبار المسبق لمناقشات مجموعات التركيز

التاريخ:	المكان:
الميسر:	ملخص عن المشاركين (عدد النساء، والفتيات، والفتيان، والرجال):
الشريحة العمرية:	الجنسية: <input type="checkbox"/> سوريون <input type="checkbox"/> أردنيون <input type="checkbox"/> سواهم

المقدمة

- إشرحوا الهدف:** نحن نجري سلسلة من المناقشات لتتعلم من بعضنا البعض حول أنواع العنف والمسائل الأخرى المرتبطة بالحماية التي تختبرها النساء، والفتيات، والرجال، والفتيان في هذا السياق.
- إشرحوا دوركم:** في الساعتين المقبلتين، سوف أطرح عليكم الأسئلة. ويهمني أن أسمع كل وجهات النظر في هذه القاعة، ولن أشارك شخصياً في هذه المناقشة (إشرح دور مدون الملاحظات، في حال وجوده).
- إضمنوا السرية:** سوف ننادي بعضنا البعض بأسمائنا. و نتعهد بالحفاظ على السرية، لأننا أساساً نهتم بمعرفة وجهات نظركم، وليس بمن قال وماذا قال. لذلك، نطلب منكم لطفاً أن تحترموا سرية بعضكم البعض وألا تنقلوا ما قاله الآخرون عندما تغادرون هذه القاعة. وفي حال أردتم أن نخبرونا قصة لها علاقة بالموضوع من مجتمعكم المحلي، نرجو منكم ألا تذكروا أسماء الأشخاص المعنيين، ولا أي تفصيل أخرى قد يكشف هويتهم (في حال كنتم تريدون استخدام آلة تسجيل، يجب أن تعلموا المشاركين بذلك مسبقاً).
- إبدأوا بالتعارف:** نرجو منكم أن تقدموا انفسكم لنا: ما هو اسمكم، ومتى وصلتكم إلى هنا، وإذا كانت لديكم أي تجربة سابقة في إطار مجموعات التركيز/جلسات التدريب المتعلقة بموضوعنا اليوم.

قم بتغطية الصورة وا طرح السؤال التالي:

١. ما معنى هذه الصورة بالنسبة إليكم؟

يهدف السؤال إلى قياس ما إذا فهمت الصورة كما هو مقصود/ المفهوم: الصورة تُفهم كما هو مقصود؛
المؤشرات: نعم / لا

قم بتغطية الشعر وا طرح السؤال التالي:

٢. ما معنى هذا الشعر بالنسبة إليكم؟

يهدف السؤال إلى قياس ما إذا كان الشعر يُفهم كما هو مقصود/ المفهوم: الشعر يُفهم كما هو مقصود؛
المؤشرات: نعم / لا

أظهر الصورة والشعر وا طرح السؤال التالي:

٣. ما هو معنى الشعر مرفقاً بالرسم بالنسبة إليكم؟

يهدف السؤال إلى قياس ما إذا كان العمل ككل مصمّم كما هو مقصود/ المفهوم: العمل ككل يُفهم كما هو مقصود؛
المؤشرات: نعم / لا

٤. برأيكم، كيف سيكون رد فعل الآخرين على الصورة؟

يهدف السؤال إلى قياس ما إذا كان العمل ككل ملائم كما هو مصمّم / المفهوم: ملائم كما هو مصمّم؛
المؤشرات: نعم / لا / هذا رهن بأمور معيّنة

يجب أن تعلم المشاركين بالرسالة المقصودة في هذه المرحلة

أعلم المشاركين بالرسالة المقصودة قبل طرح السؤال التالي، ولكن لا تفعل ذلك في حال كان الجواب على السؤال رقم ٣ يشير إلى الرسالة المقصودة.

٥. بعد أن تعرفتم على الرسالة المقصودة، برأيكم، كيف سيكون رد فعل الآخرين على هذا الملصق؟

يهدف السؤال إلى قياس ما إذا كان العمل ككل مصمّم كما هو مقصود/ المفهوم: العمل ككل يُفهم كما هو مقصود؛
المؤشرات: نعم / لا

٦. بعد أن تعرفتم على الرسالة المقصودة، برأيكم، هل الملصق مرتبط بالواقع؟ هل لديكم أي اقتراحات لتوضيح العلاقة بشكل أوضح؟

يهدف السؤال إلى قياس ما إذا كان الرابط بين الرسالة المقصودة والعمل ككل يظهر/ المفهوم: الرابط يظهر؛ المؤشرات: نعم / لا



