

مجموع نصائح لتنظيم المجتمعات المحلية

القسم أ - المقدمة

نقدم مجموعة النصائح هذه كجزء من جهودنا المتواصلة لتزويدك بالمعرفة الأساسية والموارد الضرورية ليكون لك رأي أفضل في السياسات التي تؤثر في مجتمعاتنا المحلية. مجموعة النصائح هذه هي مبادرة تقدمها دائرة الخدمات التنظيمية والانتخابية الجديدة التابعة لمكتب مناصر المصلحة العامة وهي توفر للنьюيوركيين الفرديين ومجموعات المجتمعات المحلية فهماً أفضل لكيفية عمل حكومة مدينة نيويورك، وما الذي يمكنك أن تقوم به لتجعل حكومتك أكثر تجاوباً، وكيف يمكنك أن تساعد على جعل هذه المدينة مدينة أفضل. ما هو رئيسي في هذه العملية هي الجهود التنظيمية للأشخاص مثلك.

يقع جوهر تنظيم المجتمع المحلي بين أيادي أشخاص يعملون سوياً لمواجهة المسائل التي تؤثر في حياتهم اليومية ولبناء سلطة المجتمع المحلي. وفي صميمه، يعني تنظيم المجتمع المحلي:

(١) اشتراك المجتمع المحلي في تحديد المشاكل وأثناء صنع هذا القيام بحل تلك المشاكل؛

(٢) المواجهة المباشرة، وعند الضرورة التحدي، لعلاقات السلطة القائمة من قبل هؤلاء المتأثرين بسياسات السلطة وبنياتها.

توفر مجموعة النصائح هذه نظرة شاملة على كيفية عمل حكومة مدينة نيويورك. هناك أيضاً أدوات تنظيمية وخطوات عمل يمكن للأفراد والمجموعات أن يرفعوها إلى المناصر من أجل تغيير فعال للسياسة بينما يتم بناء سلطة المجتمع المحلي.

هذا هو القسط الأول من مجموعة النصائح التنظيمية: ستم إضافة أكثر بكثير إلى هذا في الأشهر القادمة.

تضخيم أصوات كافة سكان نيويورك وتقوية عمل الجهود التنظيمية المتواجدة هو فقط الذي سيمكن المجتمعات المحلية من لعب دور أكثر أهمية في حياة المدينة. نأمل أنك ستستخدم مجموعة النصائح هذه للمساعدة على تحقيق هذا.

القسم ب – المؤسسات التي تؤثر على حياتنا

الجزء ١: كيف تعمل حكومة مدينة نيويورك – نظرة شاملة

مدينة نيويورك هي مسؤولة عن أوجه عديدة من الحياة، بما فيها التعليم العام، والمكتبات، والسلامة العامة، والمنشآت الترفيهية، والتصاح، وتزويد المياه، وخدمات الإنعاش لـ ٨,٣ مليون نسمة من سكان نيويورك. ولديها أكبر ميزانية بلدية في الولايات المتحدة تبلغ ما يزيد على ٦٠ مليار دولار في هذه السنة المالية.

معرفة كيفية عمل حكومة نيويورك هو أساسي لتحديد الطرف الذي يجب أن توجه إليه مخاوف المجتمع المحلي ومن لديه السلطة للإيفاء بطلباتك. ها هي نظرة شاملة على الوظائف، وسلطات المسؤولين المنتخبين، ووكالات المدينة ومجالس المجتمع المحلي وكذلك العملية التشريعية للمدينة.

(١) من يمثلك

أنشئت حكومة مدينة نيويورك بموجب ميثاق المدينة <إضافة الوصلة هنا –

www.nyc.gov/html/charter/downloads/pdf/citycharter2004/pdf> الذي يعين العمدة كالرئيس التنفيذي

ومجلس المدينة كالهيئة التشريعية. إنه يعرف سلطة كل مسؤول أو هيئة والعلاقات بينهما. ينتخب سكان نيويورك العمدة، والمراقب المالي، ومناصر المصلحة العامة، وأعضاء مجلس المدينة، ورؤساء القصبات، والنائب العام لكل قصبية. هؤلاء المسؤولون هم ملزمون جماعياً عن الإشراف على حكومة المدينة مباشرة أو بواسطة معينهم.

العمدة هو الرئيس التنفيذي لمدينة نيويورك. يعين العمدة معظم رؤساء وكالات المدينة، ومجالسها ولجانها، من حين إلى آخر وفقاً لنصيحة وموافقة مجلس المدينة. العمدة مسؤول عن فعالية ونزاهة عمليات حكومة المدينة، ويقترح ميزانية المدينة، وله القدرة على الموافقة على كافة مشاريع القوانين التي يقترحها مجلس المدينة أو رفضها. ينتخب العمدة كل أربع سنوات.

مناصر المصلحة العامة يلعب دور إشراف واسع في حكومة نيويورك. يمكن للمناصر أن يتلقى ويراجع ويوجه الشكاوى الفردية والمتكررة والشكاوى في جميع أنحاء المدينة والمتعلقة ببرامج المدينة وخدماتها، وأن يقوم باقتراحات لتحسينها. مناصر المصلحة العامة هو الأول في الترتيب ليخلف العمدة في حال ترك منصبه أو تركت منصبها. وهو يشترك في مناقشات مجلس المدينة ولكنه ليس عضواً يحق له التصويت، ويمكنه إدخال التشريعات في مجلس المدينة وهو عضو بحكم منصبه في كافة لجان مجلس المدينة. ويمكن لمناصر المصلحة العامة أيضاً أن يعقد جلسات استماع عامة إلى أي من الأمور التي تقع ضمن اختصاصه القضائي ومهامه. وهو يخدم في عدة لجان ومجالس: لجنة تدقيق حسابات المدينة، ونظام تقاعد موظفي مدينة نيويورك، والمجلس الاستشاري لمكتب الميزانية المستقلة، ولجنة مساعدة الناخب، ولجنة المعلومات والاتصالات العامة، من بين غيرها من اللجان والمجالس. يُنتخب مناصر المصلحة العامة كل أربع سنوات.

المراقب المالي هو الرئيس المالي للمدينة. وهو أو هي أيضاً المستشار المالي لصناديق معاشات التقاعد العامة. يدقق المراقب المالي حسابات وكالات المدينة، وينصح العمدة ومجلس المدينة بشأن الوضع المالي للمدينة، وقد يقدم توصيات، وتعليقات وانتقادات متعلقة بالعمليات، والسياسات المالية والمعاملات المالية للمدينة. يخدم المراقب المالي أيضاً في عدة لجان ومجالس ويعين أعضاء فيها: لجنة تدقيق حسابات المدينة، والمجلس الاستشاري لمكتب الميزانية المستقلة، ومجلس سياسة التوريد، ومجلس مراجعة الامتياز، ومكتب إدارة كشوفات الرواتب، وشركة التنمية الاقتصادية لمدينة نيويورك. يُنتخب المراقب المالي كل أربع سنوات.

مجلس المدينة هو الفرع التشريعي لمدينة نيويورك. للمجلس السلطة على اقتراح القوانين المحلية وتبنيها، والتحقق في الأمور المرتبطة بأملاك، ومسائل المدينة وحكومتها، والموافقة على ميزانية المدينة. تناقش عملية المجلس التشريعية بالتفصيل في هذه الوثيقة تحت عنوان "الوصول إلى الأشخاص في الحكومة والضغط عليهم". يُنتخب أعضاء مجلس المدينة مرة كل أربع سنوات. يخدم بعض أعضاء المجلس لمدة سنتين لأغراض إعادة التقسيم إلى مقاطعات. هذا يسمح لإعادة رسم مقاطعات المجلس في الوقت المناسب بينما يتم الاحتفاظ بانتخابات المجلس على نفس دورة الأربع سنوات مثل انتخابات المدينة والانتخابات في جميع أرجاء القصبات.

يعمل **رؤساء القصبات** مع العمدة والمسؤولين الآخرين للمدينة من أجل مصلحة سكان قصباتهم. يعين رؤساء القصبات أعضاء مجالس المجتمعات المحلية ويعملون على تعزيز الرفاهية طويلة الأمد لقصباتهم. ويمكنهم أيضاً طلب إدخال تشريع في المجلس. ليكون الشخص مؤهلاً للخدمة كرئيس للقصبية، عليه أن يكون مقيماً في هذه القصبية. يُنتخب رؤساء القصبات كل أربع سنوات.

يحقق النواب العامون في كل من القصابات ويقاضون التصرف الإجرامي في الأقاليم الذين يمارسون فيها مهامهم، يُنتخبون لمدة أربع سنوات.

هناك ٥٩ مجلساً للمجتمعات المحلية في أنحاء القصابات الخمس. يتضمن كل مجلس ٥٠ عضواً غير مدفوع يعينه رئيس القسبة استناداً إلى معلومات مزودة من قبل أعضاء مجلس المدينة. توصي مجالس المجتمعات المحلية بشأن مسائل استخدام الأراضي والتقسيم إلى مناطق، وتخطيط المجتمعات المحلية، وعملية ميزانية المدينة، وتنسيق خدمات المدينة لهذا المجتمع المحلي. أي شخص يقيم في منطقة المجلس أو لديه "عمل أو مهنة أو مصلحة مهمة أخرى" هو مؤهل للخدمة في مجلس المجتمع المحلي. يوظف كل مجلس مديراً للمقاطعة وموظفين آخرين.

يمكنك الحصول على معلومات اتصال لكافة الأشخاص الذين يمثلونك في حكومة مدينة نيويورك على العنوان <http://gis.nyc.gov/doitt/nycitymap/>. أدخل عنوانك وأشر إلى المعلومات التي تبحث عنها.

[مقتبس من لجنة مساعدة ناخبي مدينة نيويورك لعام ٢٠٠٩

http://www.nyc.gov/html/vac/downloads/pdf/vac_electeds_guide2009.pdf

(٢) كيف تُصنع القوانين في مدينة نيويورك

يصدر مجلس المدينة القوانين التي تدير المدينة. يمكن لأي عضو في المجلس ومناصر المصلحة العامة تقديم تشريع مقترح لمكتب رئيس المجلس. يتم تقديم مشروع قانون إلى المجلس أثناء اجتماعه النظامي (اجتماعات المجلس بكامله مجدولة بانتظام) ويتم إحالته إلى لجان المجلس المناسبة لدراستها. ما أن يتم إدخاله، يسمى بالمقدمة ("Intro" أو "Int") ويخصص له رقم.

يخضع أي قانون يصدره المجلس إلى مطاوعة قوانين ولاية نيويورك والقوانين الفدرالية. أساساً، لا يمكن للمجلس أن يصدر قانوناً يعارض قوانين ولاية نيويورك أو القوانين الفدرالية، وسلطته التشريعية محددة بمدينة نيويورك.

يقرر رئيس اللجنة ما إذا سيتم عقد جلسة استماع عامة لأخذ الشهادات بشأن المسألة. إذا دعا الرئيس إلى تصويت بشأن الخطوة، يجب على أغلبية أعضاء المجلس أن يصوتوا من أجل مشروع القانون لكي يُوافق على إصداره. إذا اختار الرئيس عدم عقد جلسة أو الدعوة إلى تصويت، يمكن لمشروع القانون أن يظل إلى ما لا نهاية له دون اتخاذ خطوة بصدده. يجب على كفيل مشروع القانون، ٦٠ يوماً على الأقل بعد إدخال مشروع القانون، أن يطلب من أن يعين الرئيس اجتماعاً للجنة من أجل النظر في مشروع القانون. يجب على الرئيس أنذاك أن يعين اجتماعاً خلال ٦٠ يوماً من الطلب. في الاجتماع، يمكن للجنة إما التصويت على مشروع القانون أو تعيين جلسة استماع خلال ٣٠ يوماً. في جلسة الاجتماع، يمكن إجراء تصويت. في حال عدم إجراء تصويت ولا يتخذ الكفيل أي خطوة إضافية لمدة ٤٥ يوماً، لا يعود للكفيل إمكانية طلب اعتبار فوري لمشروع القانون.

تعقد لجان مجلس المدينة جلسات استماع عامة بشأن مسائل الميزانية، والتشريع المقترح ومواد أخرى. يمكن لأي شخص أن يدلي بشهادة، رغم أن عملية التسجيل تختلف من جلسة إلى أخرى. اتصل باللجنة للحصول على تفاصيل: ما هو الحد الزمني الذي قد يكون لديك؛ هل تتسجل سلفاً أو عندما تصل إلى الجلسة؟ إذا قدمت بياناً خطياً، تأكد أن لديك نسخاً كافية لجميع أعضاء اللجنة.

ما أن يخرج مشروع القانون من اللجنة، يتم إرساله إلى المجلس بكامله لمزيد من المناقشة وللتصويت النهائي. إذا تمت الموافقة عليه بأغلبية (٢٦ عضواً على الأقل من أصل ٥١)، يُرسل مشروع القانون إلى العمدة، الذي يمكنه أن يوقعه آنذاك أو أن يعارض عليه. إذا وقع العمدة على مشروع القانون، يصبح فوراً قانوناً محلياً ويتم إدخاله في ميثاق المدينة أو المدونة الإدارية. الفترة المطلوبة ليصبح القانون الجديد فعالاً تختلف. إذا اعترض العمدة على مشروع القانون، عليه أو عليها إرجاعه إلى كاتب المدينة مع الاعتراضات، ومن ثم يرجع مشروع القانون إلى المجلس لاجتماعه النظامي التالي. لدى مجلس المدينة ٣٠ يوماً لإبطال اعتراض العمدة بأغلبية ثلثين (٣٤ عضواً على الأقل). في هذه الحالة، يصبح مشروع القانون قانوناً محلياً. في حال لم يوقع العمدة على مشروع قانون أو لم يعترض عليه خلال ٣٠ يوماً بعد استلامه من المجلس، يعتبر مشروع القانون موافقاً عليه.

الموارد لمزيد من المعلومات:

(١) الموقع الإلكتروني لمجلس المدينة: <http://council.nyc.gov/html/about/legislative.shtml>

(٢) مقال حول حكومة المدينة في جريدة غازيت غوتهام بعنوان *How a Bill Becomes a Law* (كيف يصبح مشروع القانون قانوناً):

<http://www.gothamgazette.com/city/bill.php>

٣) وكالات المدينة، ودوائرها ولجانها

هناك ١٠٠ وكالة ودائرة ولجنة تعتبر جزءاً من حكومة مدينة نيويورك. يمكنك إيجاد لائحة كاملة بها على الموقع الإلكتروني لمدينة نيويورك على العنوان - <http://www.nyc.gov>

يعين العمدة الأشخاص المسؤولين عن الوكالات والدوائر واللجان. يجب على مجلس المدينة أن يوافق على بعض من هذه التعيينات. يمكنك مراجعة الموقع الإلكتروني للوكالة أو الدائرة للحصول على تلك التفاصيل أو يمكنك أن تسأل عضواً في مجلس المدينة للحصول على المعلومات التي تريدها.

يقع الإشراف على هذه الوكالات في المقام الأول على عاتق مناصر المصلحة العامة. ومع ذلك، يملك مجلس المدينة بعض السلطة الإشرافية، والإشراف المالي على المدينة هو قبل كل شيء من مسؤولية المراقب المالي. إنه لمن مسؤولية مناصر المصلحة العامة أن يراقب تقديم الخدمات، ويواجه الشكاوى التي يرفعها الجمهور ويساعد على حل المشاكل غير المبتوت فيها. مناصر المصلحة العامة هو شبيه بالكلب الذي يحرس سكان مدينة نيويورك ويساعد على ضمان أن المدينة تفي باحتياجات سكانها. يقوم بهذا العمل جزئياً مكتب الأبحاث المستقل التابع لمناصر المصلحة العامة، وإلى حدٍ ما لأن سكان نيويورك يعبرون عن مخاوفهم. وبعبارة أخرى، الإشراف هو مهمة كافة سكان المدينة.

في الأشهر القادمة، سنقوم بإضافة المعلومات بشأن ميزانية مدينة نيويورك، وكذلك المسائل المتعلقة باستخدام الأراضي والتقسيم إلى مناطق ومواد أخرى.

الجزء ٢: المؤسسات المحلية الأخرى ومراكز السلطة

يمكن لهيئات حكومة مدينة نيويورك وبنياتها أن تعالج العديد من المسائل التي يواجهها مجتمعك المحلي. مع ذلك، لا يمكن للحكومة المحلية أن تعالج دائماً مخاوفك. يجب عليك أن تعين المؤسسات المحلية التي لها تأثير على مجتمعك المحلي والتي قد تلعب دوراً هاماً في التعامل مع هذه المسائل والمشاكل.

هناك العديد من هذه المؤسسات في جميع أنحاء القصبات الخمس. ينتشر بعض من هذه المؤسسات في جميع أنحاء المدينة بينما البعض الآخر مخصص للمجتمعات المحلية: الأعمال الخاصة بالجوار، والشركات الكبيرة، والمنظمات التي لا تستهدف الربح، والمؤسسات الدينية.

بينما تخضع الأعمال المملوكة بصورة شخصية، والشركات الكبيرة، والمنظمات التي لا تستهدف الربح، والمؤسسات الدينية إلى القوانين والأنظمة التي تنطبق على نشاطاتها، يمكنها عادة تعديل سياساتها وأعمالها دون اجتياز العملية ذاتها التي تجتازها الوكالات الحكومية. فليديها عملياتها الخاصة والداخلية التي يجب أن تلتزم بها، ولكن بعض التوجهات والتكتيكات للضغط على الحكومة قد تكون مفيدة عندما تنطبق على هذه الكيانات أيضاً.

يمكن استهداف متجر السوبرماركت المحلي لتعزيز الإجراءات الودودة للبيئة من أجل تخفيض تبديد المنتجات والحد من استخدام الأكياس البلاستيكية. يمكن اعتبار الأعمال والشركات المحلية مسؤولة على اشتراكها في الممارسات النهبية أو التمييزية التي تؤثر سلباً على أعضاء المجتمعات المحلية ومستهلكيها.

وبطريقة مماثلة، المؤسسات الرئيسية التي لا تستهدف الربح هي مراكز سلطة ضمن المجتمع المحلي، وتكون مصحوبة في كثير من الأحيان بجمهور قوي من الناخبين أو الأتباع. هناك العديد من أنواع المؤسسات التي لا تستهدف الربح، وهي تشمل ولا تقتصر على الكليات والجامعات، والمستشفيات والمنظمات الأخرى ذات الصلة بالصحة، والمنظمات الخيرية، والخدمة المباشرة والتأييد وكذلك سلسلة من مجموعات المجتمع المحلي.

لا تملك المؤسسات المحلية دائماً السلطة على اتخاذ القرارات أو إدخال التغيير الذي تبحث عنه مجموعتك. ولكنها قد تكون في وضع لتؤثر على هؤلاء الذين لديهم هذه السلطة، وبحد ذاته قد يتعين عليك استكشاف الإمكانيات لاكتساب دعمها أو اشتراكها النشط في جهودك.

تلعب المؤسسات الدينية في كثير من الأحيان دوراً قوياً في حياة المجتمع المحلي، وفي بعض المناطق قد يكون هناك العديد من المؤسسات الدينية المختلفة. ولأن علاقة الشخص بمؤسسته الدينية هو أمر شخصي للغاية وغالباً ما يكون رباطاً قوياً جداً، عليك بناء روابط مع أعضاء طائفة معينة قبل المباشرة بأي حملة تتحدى هذا المركز الديني. وكونك تملك ارتباطاً داخلياً فيها قد يتضح جوهرياً لنجاح مشروعك.

يجب أن تفكر دائماً بالمؤسسات الدينية في مجتمعك المحلي على أنها قاعدة دعم محتملة. فالأمر إذاً هو كيفية الحث على الاشتراك النشط في هذه المؤسسات بأفضل طريقة.

الجزء ٣: أن تجعل صوتك مسموعاً

لأن مدينة نيويورك هي كبيرة إلى هذا الحد وبنياتها للحكومة معقدة إلى هذا البعد، فالتأكد من جعل صوتك مسموعاً قد يبدو شبيهاً بالتحدي الذي يصعب التغلب عليه – ولكنه ليس أمراً صعب المنال.

هناك عدة أمور يجب اعتبارها:

- ما هو القلق أو المسألة التي تود أن يستمعوا إليك بشأنها؟
 - ما هو القسم من المؤسسة الحكومية أو غير الحكومية الذي لديه علاقة بقلقك؟
 - هل تود أن يستمعوا إليك بصفقتك الفردية أو كونك جزء من مجموعة أو منظمة أكبر حجماً؟
 - هل هناك نوع من الإلحاح في قلقك، أو هل هناك أي شيء يمكن معالجته مع مرور الوقت؟
- هناك موردان على الأقل يمكنهما مساعدتك على معرفة أي من كيانات المدينة يجب أن تتعامل معه:

١. ٣١١ هو الموقع الإلكتروني لمدينة نيويورك ورقم الهاتف للمعلومات والخدمات غير الطارئة. يمكن لأي شخص الاتصال بـ ٣١١ أو التوصل إلى الموقع الإلكتروني على العنوان <http://www.nyc.gov/apps/311> ويجب أن تتمكن بواسطته من الوصول السريع إلى كافة خدمات حكومة مدينة نيويورك والمعلومات الأخرى. يمكنك أيضاً التبليغ عن المشاكل وطلب الخدمات. هذه الخدمة هي مفيدة بصورة خاصة إذا لم تكن مشكلتك معقدة كثيراً ويمكن حلها بسرعة.

٢. يوجد مقدار كبير من المعلومات على الموقع الإلكتروني لحكومة مدينة نيويورك بما فيها لائحة شاملة لدوائر المدينة ووكالاتها ومكاتبها الأخرى البالغ عددها ١٠٠: <http://www.nyc.gov>. وهو يشمل وصف وجيز لكل وكالة ويمكنك الارتباط بالدائرة أو الوكالة التي تود معرفة المزيد عنها.

(١) التوصل إلى الأفراد في الحكومة ووضع الضغط عليهم

مجلس المدينة - <http://council.nyc.gov>

هناك ٥١ عضواً في مجلس مدينة نيويورك، جميعهم منتخبون من قبل ناخبي المقاطعات التي يمثلونها. لكل عضو في المجلس صوت واحد على الأقل. ولكل عضو في المجلس مكتب في مقاطعته ومكتب يقع على ٢٥٠ برودواي في الجانب الآخر من سيتي هول. تعقد الاجتماعات النظامية (اجتماعات المجلس بكامله) مرتين في الشهر في سيتي هول. تعقد اجتماعات المجلس وجلسات استماع اللجان في سيتي هول. يخدم أعضاء مجلس المدينة في ٣ على الأقل من اللجان واللجان الفرعية الدائمة، واللجان والهيئات المختارة. تدعو هذه اللجان إلى المناقشات الأولية بشأن التشريع المقترح وتحصل على معلومات يزودها بها الجمهور والأجزاء الأخرى من الحكومة.

ينتخب المجلس بكامله رئيسه، ثم ينتخب أعضاء لجنة القواعد والامتيازات والانتخابات. توصي هذه اللجنة أي من أعضاء المجلس سيخدمون في اللجان المختلفة، ويوافق المجلس بكامله على هذه التوصيات. ينتخب المجلس بكامله رؤساء اللجان الدائمة. يخدم كافة أعضاء المجلس في العديد من اللجان واللجان الفرعية البالغ عددها ٣٧. قد تعقد اللجان اجتماعات عادية وأيضاً جلسات استماع عامة بخصوص التشريع غير المبتوت فيه. هذه الجلسات هي فرصة مهمة لإسماع صوتك! لدى الموقع الإلكتروني لمجلس المدينة لائحة بأعضاء المجلس مع روابط إلى مواقعهم الإلكترونية، وكذلك لائحة بلجان المجلس ومن يخدم فيها.

المسؤولون المنتخبون في جميع أنحاء المدينة

العمدة - <http://www.nyc.gov>

مناصر المصلحة العامة - <http://pubadvocate.nyc.gov>

المراقب المالي - <http://www.comptroller.nyc.gov>

التأكد أن أي من المسؤولين في جميع أنحاء المدينة يستمعون إليك يعني استخدام مجموعة من الطرق لتسليم رسالتك. الاتصال بمكاتبهم بواسطة الهاتف، والفاكس، والبريد الإلكتروني وكتابياً هي جميعها أدوات يجب أن تستخدمها. ولكن لا تتوقف هنا. أطلب من العضو في مجلس المدينة الخاص بك مساعدتك على تسليم رسالتك. أجعل رسالتك علنية بإرسالها إلى مراكز توزيع الأخبار على وسائل الإعلام.

وعندما يكون ملائماً، هيئ نشاطاً علنياً – صلوات جماعية في المساء أو اجتماع حاشد، على سبيل المثال – أمام سيتي هول أو مبنى البلدية. كن مبتكراً، فمن المهم أن يستمعوا إلى رسالتك، لا تياس!

٢) أطراف أخرى يجب الاتصال بها

رؤساء القصبات

يمكنك بواسطة الموقع الإلكتروني لمدينة نيويورك (<http://www.nyc.gov>) التوصل إلى المواقع الإلكترونية لكل من رؤساء القصبات الـ ٥، الذين بدورهم يعطونك معلوماتهم للاتصال.

مجالس المجتمعات المحلية

تملك كل من مجالس المجتمعات المحلية الـ ٥٩ في جميع أنحاء مدينة نيويورك مكاتبها الخاصة. للحصول على تفاصيل حول مجلس المجتمع المحلي في جوارك، اذهب إلى: <http://www.nyc.gov/html/cau/html/cb/main.shtml>

يجتمع كل مجلس مجتمع محلي مرة في الشهر. هذه الاجتماعات مفتوحة للجمهور مع جزء من الاجتماع مخصص للاستماع إلى أعضاء من الجمهور. تعقد المجالس جلسات استماع إلى الجمهور بشأن مجموعة من المسائل، وتعطي لأفراد المجتمع المحلي فرصة للتعبير عن آرائهم. لمجالس المجتمعات المحلية أيضاً لجان يجري فيها العمل على مسائل معينة. يعين كل مجلس مجتمع محلي لجانته والإجراءات التي يود استخدامها، ولكن يمكن للأفراد في جميع أرجاء المدينة الذين ليسوا أعضاء في مجلس المجتمع المحلي أن يقدموا طلباً للانضمام إلى لجنة ما.

وكالات المدينة، ودوائرها ولجانها

هناك ١٠٠ وكالة ودائرة ولجنة مختلفة تلعب جميعها دوراً في حياة مدينة نيويورك، يمكنك إيجادها على العنوان: <http://www.nyc.gov/portal/site/nycgov/menuitem.92ac74f3d803f4fd6bce0ed101c789a0/> لكل وكالة، ودائرة ولجنة مكتبها الخاص – في بعض الأحيان أكثر من مكتب واحد – مع مستويات مختلفة من الموظفين والتعقيدات التنظيمية. عليك القيام ببعض الأبحاث لمعرفة المزيد عن وكالة معينة تود الاتصال بها. على سبيل المثال، من يترأس الوكالة أو الدائرة، هل يعقدون جلسات استماع عامة، ما هي أفضل الطرق لجعل صوتك مسموعاً؟ بغض النظر عن حجم أو تعقيد الوكالة أو الدائرة أو اللجنة، جميعها هي مؤسسات عامة، ولا يجب أن تخجل من الاتصال بها أو وضع الضغط عليها عندما يكون ضرورياً.

٣) المؤسسات غير الحكومية في مجتمعك المحلي

ليس من الممكن إدراج كافة المؤسسات والمنظمات في مدينة نيويورك. عليك القيام بالأبحاث للحصول على المعلومات التي تحتاج إليها. إنه لمفيد دائماً محاولة إيجاد اسم معين: المدير التنفيذي أو الرئيس، أو مسؤول الارتباط في المجتمع المحلي، الخ. حتى إذا لم تكن تعرف هذا الفرد شخصياً، من الأفضل الاتصال بشخص وليس بمؤسسة مجهولة الهوية.

٤) تقرير ما هي الأدوات التي يجب استخدامها

ها هي عدة أمور يجب اعتبارها عند تقرير كيفية رفع مسألتك:

١. هل تريد أن يُستمع إليك كفرد أو كمجموعة؟
٢. هل من المهم أن تحصل على إجابة أو هل أنت مهتم أكثر بتسليم الرسالة؟
٣. هل هناك قلق فيما يتعلق بالتوقيت؟ هل المسألة التي تود أن ترفعها تتطلب العناية الفورية أو هل هو مقبول إذا اتخذت وقتاً أطول للحصول على إجابة؟
٤. هل حاولت أنت أو شخص آخر في مجموعتك إجراء الاتصال بالمسؤول المنتخب أو الوكالة، وإذا كان هذا هو الحال، هل حصلت على إجابة؟

٥. هل تستطيع استخدام الأداة بنجاح (أنظر أدناه) لتسليم رسالتك؟
٦. هل استخدام هذه الأداة يساعد على وضع الأساس لاستخدام أدوات أخرى بينما تتجلى جهودك للعيان؟
٧. هل هذه الأداة شيء يمكن للآخرين استخدامه أيضاً أو هل سيتطلب من الأشخاص الذين يودون الاشتراك فيه تدريباً أو مساعدة؟
٨. هل لديك خطة متابعة، قد تشتمل على استخدام أداة أخرى؟

٥) الأدوات المعينة

فيما يلي نظرة شاملة وسريعة على بعض الأدوات التي يمكنك استخدامها لتجعل صوتك مسموعاً، سواءً كفرد أو كمجموعة. إنها ليست مدرجة حسب الأولوية أو ترتيب الأهمية. يمكن أن تكون جميعها مفيدة وفعالة، وفي عديد من الظروف، أفضل تقرب لمعالجة هذا الموضوع يتطلب استخدام أكثر من أداة.

- الإلقاء بالشهادة في جلسات الاستماع العامة أو اجتماعات اللجان.
- تعيين موعد للاجتماع بالممثلين المنتخبين أو برئيس الوكالة.
- الاتصال الكتابي:
 - الرسائل – الرسائل المكتوبة بصورة شخصية هي التي لها أكبر أهمية
 - البطاقات البريدية
 - الفاكسات
 - البريد الإلكتروني
- تسليم العرائض الموقعة
- يوم (أو أيام) من الاتصال بالمكتب المناسب.
- النشاطات العامة: الصلوات الجماعية في المساء، والإضرابات، والمسيرات، والاجتماعات الحاشدة، والتمرد المدني غير العنيف، ومسرح الشارع وأنواع أخرى من الأحداث العامة.
- عمل وسائل الإعلام
 - الرسائل إلى المحرر
 - افتتاحيات الضيوف و/أو مقالات معبرة عن وجهات نظر
 - تغطية حدث أو نشاط مجموعتك

القسم ج – التنظيم من أجل التغيير

الجزء ١: السلطة بالأرقام: تقوية المجتمعات المحلية وبنائها

(١) هل هناك مجموعة تعمل على مسألتك أو في مجتمعك المحلي يمكنك الانضمام إليها؟

قبل البدء بمجموعة جديدة، أنظر إلى ما هو متوفر هناك. لمدينة نيويورك مئات من منظمات المجتمعات المحلية تعمل على مسائل عديدة. هناك المجموعات التي تركز على احتياجات أحياء محددة، ومجموعات تعالج مسائل معينة، ومجموعات تعمل في جميع أنحاء القصبية أو جميع أرجاء المدينة. تتواجد بعض المجموعات لمدة قصيرة وتتحل ما أن يتحقق هدفها. وسوف تعمل بعض المجموعات الأخرى لسنوات عديدة تعالج مخاوف ومسائل ومشاكل تنشأ في حياة مجتمعاتها المحلية.

إذا كنت على علم بمجموعة تعمل على مسألتك، قم بمراجعتها. قد يكون لديها موقع إلكتروني يخبرك الكثير عما يقومون به وكيف يقومون به. يمكنك دائماً الاتصال والتحدث إلى شخص، وإذا كان للمجموعة مكتب، لربما يمكنك تعيين موعد لمناقشة الأمور شخصياً.

إذا قررت تشكيل مجموعة جديدة، ها هي بعض الأمور التي يجب أن تعتبرها لتبدأ بمجموعتك.

(٢) تشكيل مجموعة جديدة

الخطوة الأولى هي تجميع بعض الأشخاص الذي يشاركون مصلحتك في تشكيل مجموعة جديدة. في أغلب الظن، سيكونون أفراداً تعرفهم، وقد يحضر بعضهم أشخاصاً آخرين إلى المناقشة.

(أ) ما هو نوع المجموعة التي تريد

هناك العديد من الاختلافات بشأن المظهر الذي قد تتخذه مجموعتك. الإجابة على هذه الأسئلة سيساعدك على تقرير نوع المجموعة التي ستبنيها:

- هل الهدف هو العمل على مسألة أو قلق محدد، مع الفهم بأنه ما أن تتم معالجة هذا القلق، ستتحل المجموعة؟
- هل الهدف هو تشكيل مجموعة أكثر استدامة، مجموعة سترتكز على مسألة معينة على ممر الوقت ولكنها قد تتطرق أيضاً إلى مسائل جديدة عند نشؤها وبينما تنمو المجموعة؟
- هل تريد مجموعة تعنى بالجوار أو مجموعة تغطي منطقة جغرافية أوسع؟
- هل أنت، أو الآخرون، على مقدرة لإعطاء المجموعة الجديدة قدر كبير من الوقت والنشاط، أو هل ستعنى بهذا المشروع بينما تعنى بالوقت ذاته بالتزامات أخرى؟
- هل سبق وتحدثت إلى أشخاص عن البدء بهذه المجموعة، هل هناك أشخاص تتوى التحدث إليهم؟

(ب) ما هو المظهر الذي تريده لمجموعتك؟

ها هي الأمور الرئيسية التي يجب أن تأخذ قرار بشأنها:

(أ) تأليف المجموعة

- مجموعة جوار تركز على مسألة محددة أو مجموعة من المسائل
- مجموعة جوار تعمل مع دائرة انتخابية محددة
- مجموعة جوار مفتوحة للجميع وستعالج مجموعة من المسائل
- مجموعة في جميع أرجاء القصبية أو جميع أرجاء المدينة تركز على مسألة معينة

○ مجموعة في جميع أرجاء القصبه أو جميع أرجاء المدينة تعمل مع دائرة انتخابية محددة

(ب) طبيعة عمل المجموعة

- تدعو بالحاح إلى تغييرات في السياسات والممارسات
- تعليمية
- تأييد
- أبحاث

(ج) بنية المجموعة

- جميعهم متطوعون
- موظفون براتب صغير، متطوعون بمعظمهم
- موظفون بمعظمهم
- نوع القيادة/هيئة اتخاذ القرارات

أنت مستعد الآن لاتخاذ القرار بشأن نوع المجموعة التي تريد بناءها.

الجزء ٢: المباشرة

١) إيجاد الأشخاص

لقد قررت أنت وبعض الأشخاص تشكيل مجموعة جديدة. لديك ادراك بما تريد أن تعمل بصدده وقد اتخذت قرارات بشأن طبيعة المجموعة التي تريد تشكيلها. ماذا الآن؟

توسيع المجموعة التنظيمية

الخطوة الأولى: الارتباط بالأشخاص الذين تعرفهم. إذا قرر خمسة منكم البدء هذه المجموعة، لعل كل واحد منكم يعرف شخصاً آخرأ قد يكون له رغبة في الانضمام إليكم. إذا كان هذا صحيحاً، سيتضاعف فوراً عددكم! قد يكون هناك المزيد من الأشخاص الآخرين الذين باستطاعة مجموعتكم الأساسية الأولية التوصل إليهم. الأمر الرئيسي هو عدم الخجل: يجب على الجميع أن يعد لائحة بالأشخاص الذين لديهم رغبة حسب معرفتهم بالانضمام إليهم وتقرير إطار زمني للاتصال بهم.

دعوة الآخرين للانضمام

في كثير من الأوقات، باستطاعة القليل من الأشخاص أن ينجزوا الكثير. لنفترض أن المهمة التي حددتها لمجموعتك قد تتخذ وقتاً وستحتاج إلى اشتراك نشيط من قبل العديد من الأشخاص. ها هي بعض الأمور التي باستطاعتك القيام بها لدعوة الآخرين إلى الانضمام:

- خطط من أجل لقاء أو اجتماع في مكان سهل للأشخاص الوصول إليه
- ضع نشرات عن الاجتماع على لوحات النشرات العامة في مراكز المجتمعات المحلية، والمؤسسات الدينية، ومتاجر الغسالة الكهربائية، والأماكن الأخرى
- أرسل إشعارات إلى مراكز توزيع الأخبار على وسائل الإعلام في المجتمعات المحلية
- وزع باليد وريقات تعلن عن الاجتماع في أماكن تتضمن العديد من الأشخاص – على سبيل المثال، إذا كانت مجموعتك تركز على مسائل التعليم، وزع الوريقات باليد في المدارس المحلية عندما يوصل الوالدان أولادهم إلى المدرسة أو عند أخذهم منها عند الخروج.
- تفصيل مهم: من المفيد أن تطلب من الأشخاص أن يعلموك سلفاً إذا كانوا سيحضرون الاجتماع. هل هناك رقم هاتف يمكنهم الاتصال به أو عنوان بريد إلكتروني لإرسال ملاحظة إليه؟

٢) أول حدث عام

تريد نجاح كافة نشاطات مجموعتك، لكن هناك شيء خاص بشأن أول اجتماع أو لقاء مفتوح. فأنت تريد حضور الأشخاص، وما أن حضروا تريد أن تكون لهم تجربة إيجابية وأن يتخذوا قرار الانضمام إلى مجموعتك.

فكر بما تريد أن يحدث في الاجتماع الأول:

- الترحيب بالأشخاص
- تقديم المجموعة الأساسية التي دعت إلى الاجتماع
- دع كل من حضر يقدم نفسه
- اشرح السبب الذي من أجله تشكل هذه المجموعة، وطبيعة المشكلة التي تريد معالجتها، والحاجة لهذا المجتمع المحلي لكي ينضم إلى بعضه بعضاً وكيف ترى أن هذه المجموعة سوف تعمل
- اشرح النشاطات التي تأمل أن الناس سيشاركون فيها

لعلك تريد دعوة ضيف متحدث أو عرض فيلم قصير. إذا قمت بهذا، خصص وقتاً وثيراً للمواد الأخرى التي ترغب أن تغطيها كذلك.

بعض المواد العملية التي يجب أخذها بعين الاعتبار:

- أقم الحدث في مكان سهل على الناس الوصول إليه وإيجاده
- تأكد أن الغرفة مريحة - مسخنة في الشتاء ومكيفة بالهواء في الصيف
- هل تريد تقديم بعض الطعام والمشروبات المنعشة؟
- تأكد من إنهاء الاجتماع في الوقت الذي أخبرت الناس أنه سينتهي فيه!
- احتفظ بنسخ كافية من أي مواد تريد توزيعها باليد:

• جدول للاجتماع

- نظرة شاملة على السبب الذي من أجله تشكلت هذه المجموعة الجديدة
- أفكار عن كيفية اشتراك الناس
- ورقة توقيع عند الحضور
- إشعار بالنشاط أو الاجتماع التالي

فوراً بعد انتهاء الاجتماع يجب على مجموعة الأساس أن تراجع كيف جرت الأمور:

- هل كانت النتيجة حسب ما توقعتم أو أملتم به؟
- هل كان الناس متحمسين ومهتمين ما في الكفاية لحضور الاجتماع أو النشاط التالي؟
- هل تسجل الناس في اللجان أو النشاطات التي تخططون لها؟
- هل استطعتم القيام بكل شيء خططتم له في هذا اللقاء الأولي؟
- هل هناك شيء كان عليكم القيام به بطريقة مختلفة؟

(٣) إبقاء الناس مشتركين

لعل أهم شيء يمكنك القيام به لضمان إبقاء الناس مشتركين هو هذه المهمة البسيطة - اتصل بهم! ليس هناك من شيء مفيد مثل الاتصال المباشر بالناس. تحدث مع الناس شخصياً هو دائماً شيء عظيم، لكن الهاتف هو أفضل شيء يأتي من بعده.

من المهم جداً الاتصال بالناس الذين حضروا الاجتماع، خاصة أي شخص تسجل من أجل مهمة أو لجنة ما. أبلغهم عن مدى تقديرك لاشتراكهم، وتأكد أنهم على علم بالشيء الذي سيلحق. شجعهم على طرح أي سؤال أو رفع المخاوف أو الأفكار الجديدة التي قد تكون لديهم. بعبارة أخرى، لا تخبرهم فقط بوقت ومكان الاجتماع التالي - تحدث معهم.

الشيء الرئيسي لإبقاء الناس مشتركين هو وجود نشاطات حقيقية يمكنهم الاشتراك فيها ومهام حقيقية يمكنهم توليها. معظم الناس لديهم مطالب أخرى بالنسبة لوقتهم ونشاطهم: العائلة، العمل، المدرسة و/أو الاشتراك في منظمات أخرى. إذا أبدى شخص اهتماماً بمجموعتك، يجب أن تكون لديك طرق محددة ومعينة له ليصبح جزءاً من جهودك.

قد تكون هذه مهام بسيطة جداً:

- إجراء مكالمات هاتفية أو إعطاء باليد الوريقات التي تعلن عن نشاط المجموعة
- الطلب من المتاجر المحلية تعليق ملصق عن المجموعة
- إدخال الأسماء في قاعدة البيانات الخاصة بك
- العمل على قائمة عناوين

وقد تكون المهام أكثر تعقيداً، وتتطلب المزيد من الوقت أو المهارة:

- الاتصال بالمتطوعين الآخرين لتسجيلهم في مهام
- العمل على تفاصيل سوقية من أجل النشاط العام التالي
- تولي أمر لجنة أو مجموعة محددة
- تنسيق عمل مجموعة المتطوعين

التحدي هو إيجاد التوازن الصحيح بين إشراك الناس وعدم غمرهم؛ إعطاء مهام للناس يمكنهم توليها والتأكد من أنهم لا يضجروا؛ والطلب من الناس أشياء جديدة بينما تتأكد أن باستطاعتهم تولي المهام التي أخذوها على عاتقهم.

يريد معظم الناس الاشتراك في المساعدة على تقرير ما هو العمل. فهم يريدون المساعدة على صياغة قرارات المجموعة: ما هي المواقف التي تتخذها المجموعة، وأولويات التنظيم، والنشاطات المحددة قيد التخطيط، ومواد أخرى.

قد يأتي بعض الأشخاص إلى مجموعة مع خبرة وإطلاع واسعين وسيكونون قديرين على أن يلعبوا فوراً دور متخذي القرارات. وقد يحتاج البعض الآخر لأن يتم تعليمهم على كيفية القيام بهذا النوع من العمل. يعتبر اشتراك كل شخص مهماً، لذا ستحتاج أن تكتشف الطريقة للعمل معهم جميعاً.

الجزء ٣: إنشاء حملات وإدارتها

لن تُحل جميع مسائلك بين ليلة وضحاها، أو حتى خلال أسبوع أو اثنين. المشاكل التي يواجهها المجتمع المحلي هي معقدة في كثير من الأحيان، ولها خلفيات بعيدة و/أو هي نتيجة القوة المحركة التي تتجاوز منطقتك المباشرة. تتطلب المعالجة الجدية لمسألة ما تخطيطاً مفصلاً. تحتاج الحملة إلى تصميم يمكن أن يفي بأهدافك وتحقيق نصرأ، وبصورة مثالية، عدة انتصارات على طول الطريق.

١) الاستجابة للحالة الحاضرة، والتخطيط للخطوات التالية

هناك مناسبات تكون فيها المسائل ملحة إلى حد بعيد، وتكون مجموعتك بحاجة للاستجابة إلى حالة طارئة، بحيث أنه ليس هناك وقت لتخطيط تفاصيل الحملة. حتى في هذه اللحظات، من المفيد استخدام التحليل والاستراتيجية التي أنشأتها مجموعتك على أساس جهودك. ما لم تكن المسألة التي طرأت هي مهمة إلى درجة أنها تدعو إلى الشك بتحليلك واستراتيجيتك، إنه لأمر معقول أن تقيد عملك – حتى مشاريعك الطارئة – بالمنظور الأطول أمداً الذي وافقت عليه مجموعتك.

إذا كنت بحاجة إلى التصرف بسرعة، قد يكون قيماً أن تفكر ملياً بالعمل الذي قمت به بعد إكماله. وقد يكون هذا مفيداً بينما تفكر بالخطوة التالية لهذا العمل.

وبينما تتطور حملتك الجارية، تأكد من إعادة النظر إلى العمل الذي قامت به مجموعتك:

- هل تعلمت أموراً جديدة عن المسألة وكيف تعمل بصدها
- أنظر إذا كانت هناك أخطاء لتجنبها في المستقبل
- حاول أن تفهم ما إذا كانت جهودك الطارئة قد استفادت من كونها جزءاً من حملاتك الجارية، وإذا كان هذا هو الحال، كيف قد حدث هذا

هناك مواقف أخرى حيث لا توجد حالة طارئة ولكن هناك بعض المشاكل لا يمكن لمجموعتك أن تتجنبها، أمر يتطلب بإلحاح عنايتك وتصرفك. على سبيل المثال، تعمل مجموعتك على حقوق المستأجرين، ولكن المدينة أعلنت في الحين عن تخفيض تمويلها لمركز محلي لرعاية الأطفال.

٢) تعريف مسألتك

تتضمن الحملة الفعالة عدة أجزاء. الشيء الأول الذي يجب أن تقوم به هو تقرير المسألة التي ستركز عليها الحملة. لقد اجتمعت مجموعتك للتركيز على مسألة أو مشكلة محددة، فالنقرير الذي ستركز عليه حملتك يجب أن يكون أسهل بكثير. ولكن تذكر: تعيين المسألة يختلف عن تعريف تفاصيل الحملة.

إذا كنت قد قررت ما هي المسألة التي ستركز عليها الحملة، تخطى إلى الجزء التالي المتعلق بتطوير حملتك.

إذا لا تزال مجموعتك تفكر ما هي المسألة التي ستركز عليها، هناك أمور كثيرة يجب أن تتذكرها. قائمة المراجعة هذه مقتبسة من *Organizing for Social Change* (التنظيم من أجل تغيير الاجتماعي) والتي نشرتها أكاديمية ميدويست <www.midwestacademy.com/midwest-academy-manual>.

إذا أوفيت بكل هذه المعايير، لعلك اخترت مسألة مفيدة لتعمل عليها:

١. العمل الذي تقوم به مجموعتك فيما يتعلق بهذه المسألة قد يؤدي إلى تحسين واقعي في حياة الناس.
٢. الأشخاص المشتركون في هذا العمل قد يخرجون من هذه التجربة بثقة أكبر بقدرتهم الشخصية، عندما يعلمون أن اشتراكهم قد أدى إلى إحداث فرق إيجابي.
٣. بملك على هذه المسألة ستبدأ بتغيير علاقات السلطة. هذا يحدث جزئياً لأنه أثناء عملك قد بنيت مجموعتك الشخصية وهذا يصبح مركزاً جديداً للسلطة بحد ذاته.

٤. يشعر الناس الذي يشتركون في المجموعة أنهم يخوضون معركة هي "المعركة الصحيحة"، وأنهم مشتركون في شيء هو جدير بالاهتمام، ومهم ومحق، الخ.
٥. على المسألة أن تكون مسألة يشعر العديد من الناس أنها مهمة. وعلى هذه المجموعة الأكبر حجماً من الناس أن توافق على هدفك، والحل الذي تعمل من أجله. بالإضافة إلى هذا، يجب أن يكون للناس شعور قوي تجاه هذه المسألة – قوي ما في الكافة لتكريس وقتهم ونشاطهم لهذا المجهود.
٦. وقد يساعد الأمر إذا كانت المسألة سهلة الفهم. في أفضل المواقف، سيتوجب عليك إقناع الناس أن هذه هي مشكلة حقيقية وأن حلك هو حل معقول. والأفضل هو عندما يريد الناس مد يد العون بالانضمام إلى جهودك. في بعض الأحيان، قد لا تكون الأمور واضحة تماماً وقد يكون بعض الشرح ضرورياً.
٧. أنت تعرف أن لديك مسألة وجبهة للعمل عليها عندما يكون واضحاً ما هو هدفك – من يمكنه إعطائك ما تريده أو القيام بالتغييرات الضرورية. بعض المسائل لها أكثر من هدف وسيطلب هذا مخطط حملة أكثر تعقيداً واستراتيجية طويلة الأمد.
٨. من الأفضل اتخاذ قرار بشأن مسألة لا تقسم مجموعتك، أو أشخاصاً في مجتمعك المحلي. ستكون المسألة التي تحظى بدعم واسع أسهل للعمل عليها. بالإضافة إلى العمل المباشر الذي تعمل عليه مجموعتك، هل العمل على هذه المسألة سيساعد على جلب المزيد من الناس الذين سيشاركون بدورهم في الحملات الجارية لمجموعتك؟
٩. أخيراً، ما هو مهم بشكل خطير، هو أن المسائل التي تعمل عليها، والحلول التي تبحث عنها وطرق عمل مجموعتك يجب أن تلتزم جميعها بقيم ورؤية مجموعتك وأن تعكسها.

(٣) تطوير تفاصيل حملتك

مع إذنهم، نقتبس مرة أخرى وبشكل كبير من *Organizing for Social Change* (التنظيم من أجل التغيير الاجتماعي) والتي نشرتها أكاديمية ميديست <www.midwestacademy.com/midwest-academy-manual>.

التخطيط لحملةك يعني التفكير ووضع التفاصيل لست فئات على الأقل:

١. أهداف الحملة: طويلة ومتوسطة وقصيرة الأمد.
٢. الأشخاص الذين سيشاركون، وكذلك الحلفاء والخصوم.
٣. الأهداف التي ستركز عليها – من يمكنه الإجابة على مخاوفك مع عمل ملموس.
٤. ما هو التكتيك الذي ستود استخدامه.
٥. كيف ستؤثر هذه الحملة على مخاوفك المستمرة بشأن التنظيم.
٦. تجميع الأجزاء في خط زمني إجمالي للحملة.

أ. أهداف الحملة

ما من فائدة في البدء بحملة إذا لم يكن لديك هدف في فكري. قد يتخذ تحقيق هدفك بعض الوقت، فمن المفيد أن يكون لديك أهداف أصغر حجماً قد يتعين عليك تحقيقها كأجبار للسير عليها أو قوالب بناء على طول الطريق.

ابدأ بتحديد هدفك طويل الأمد. ثم أدرك ما هي الانتصارات التي يجب أن تؤمنها للحصول على هذا الهدف طويل الأمد. هذه هي أهدافك المباشرة. الخطوة الثالثة هي وضع أهداف قصيرة الأمد ومباشرة. يجب أن تكون هذه الأهداف أسهل للفوز بها وستساعدك على إشراك الناس في حملتك الكلية.

قد يكون الهدف قصير الأمد شيئاً مثل الحصول على اجتماع مع العضو الخاص بك في مجلس المدينة أو الحصول على إعلان في جريدة مجتمعك المحلي بشأن حدث آت قريباً. الأمر هو أنه كمجموعة، لديك هذه الأهداف، اعمل على تأمينها، ومن ثم الاستفادة من نجاحك.

كما هو مهم أن يكون لديك أهداف لـحملك، من المهم جداً أيضاً أن تتمكن من إعادة تعريف هذه الأهداف بينما يظهر عملك للعيان. في الجهود التي تبذلها لضمان الأهداف قصيرة الأمد، من الممكن أن تتعلم شيئاً جديداً قد يؤثر على أهدافك متوسطة الأمد. وبطريقة مشابهة، قد يتوجب على أهدافك طويلة الأمد أن تتغير بينما تجمع تجربة عمل المجموعة على الأهداف القصيرة والمتوسطة الأمد. بعبارة أخرى: ضع الأهداف، وراجع كيفية سير العمل، وكن مفتوحاً إلى إجراء تعديلات في مستوى أهدافك التالية إن كان ذلك ضرورياً.

هناك أداة واحدة يجدها العديد من المجموعات على أنها مفيدة في وضع الأهداف وتسمى بـ SMART، وهي ترمز إلى:

- Specific (محددة) – ملموسة، مفصلة، جيدة التعريف
- Measurable (قابلة للقياس) – الأرقام، الكمية، المقارنة
- Achievable (قابلة للقياس) – ممكن عملها، ممكن مقاضاتها
- Realistic (واقعية) – إذا أخذنا بعين الاعتبار الموارد
- Time-Bound (مرتبطة بالوقت) – خط زمني معرف

ب. الأشخاص الذين سيشترون

إذا وافقت مجموعتك على الشروع في حملة، يجب أن تكون قادراً على تشكيل مجموعة رئيسية واحدة على الأقل من الأشخاص الذين سيعملون على هذه الحملة من صفوف عضويتك. وإذا تعذر حدوث هذا، قد يتعين عليك إعادة التفكير في هذه الحملة!

تريد أيضاً الوصول إلى الناس خارج مجموعتك الرئيسية. فكر بمن يكون مهتماً بهذه المسألة وبعملك عليها:

- لماذا يهتمون بهذه المسألة؟

○ ماذا الذي سينالونه إذا نجحت هذه الحملة؟

○ ما هي القدرة – خاصة فيما يتعلق بهذه المسألة – التي لديهم؟

ما أن تحدد جمهوراً أوسع من الأنصار لهذه الجملة، عليك أن تجد الطريقة التي ستتوصل بها إليهم وستجلبهم إلى جهودك:

○ هل هم في مجموعات أو مؤسسات أخرى؟

○ هل سيتوجب عليك الوصول إلى الناس فردياً؟

○ هل هناك مراكز لتوزيع الأخبار على وسائل الإعلام يمكنك الوصول إليها أو طرق أخرى للتوصل إلى الناس؟

كن محدداً قدر المستطاع عند الإجابة على هذه الأسئلة. المعلومات التي ستجمعها ستساعدك على إيجاد الطريقة لإشراك الناس وما هو التكتيك الذي يجب أن تستخدمه.

هناك فئتان أخرتان من الناس يجب أخذهما بعين الاعتبار:

الحلفاء. هم أفراد ومنظمات قد تكون داعمة ولكن غير مشتركة كلياً في حملتك. كلما حددت أكثر الطريقة التي يمكنهم أن يدعموا بها وكلما كبرت الفرصة لأن يدعموك. قدم أفكاراً ملموسة حول ما يمكنهم أن يفعلوا وابتعد عن طلبات المساعدة الرحبة الأفاق ومفتوحة الطرف.

الخصوم. هؤلاء هم الأشخاص، والمجموعات والمؤسسات التي ستتنزعج إذا حققت أهدافك. إذا كنت تعرف لماذا يعارضونك – ما الذي يجازفون به – قد تتمكن من تصور الأعمال التي سيقومون بها. الإعداد لردات الفعل تجاه حملتك قد يساعدك على تقرير أي تكتيك يجب استخدامه وكيفية مواصلة التقدم إلى الأمام.

ج. الهدف الذي يجب التركيز عليه

عند تخطيط أهدافك، فكر أيضاً بمن لديه السلطة على اتخاذ القرارات الضرورية لضمان هذه الأهداف. عادةً ستتعارض مع مؤسسة: وكالة أو دائرة حكومية، شركة خاصة أو وكالة لا تستهدف الربح. وقد تتعامل أحياناً مع أكثر من مؤسسة واحدة.

تذكر أن المؤسسات ليست أفكاراً تجريدية. تتألف المؤسسات من أشخاص، وضمن كل منها يوجد متخذو القرارات وأشخاص مسؤولون. بينما قد يكون قيماً الإشارة إلى القوى المؤسسية التي يجب تحديدها، ستكون حملتك أكثر فعالية إذا كنت واضحاً من هم الأشخاص المحددين الذين تركز عليهم.

• من هو مسؤول؟

• هل يوجد أشخاص آخرون هذا الفرد مسؤول تجاههم و/أو هل هناك أشخاص آخرون سيميلون لأن يكونوا مسؤولين تجاههم؟

• كيف يمكنك التقرب من هذا الشخص؟ ما هي الخطوات التي يجب اتخاذها قبل إجراء الاتصال المباشر بهذا الشخص؟

• ما هي برأيك أنواع الضغط التي يستجيب هذا الشخص إليها أكثر؟

قد يكون هناك أيضاً أشخاص تود أن تعينهم كأهداف ثانوية. هؤلاء هم أشخاص ليس لديهم نفس مقدار السلطة الذي يملكه الهدف الأولي، لكنهم قادرين على التأثير على الهدف الأولي و/أو هم أشخاص يمكن الارتباط بهم بسهولة أكبر. ليس لكل حملة أهداف ثانوية وأولية على حد سواء، لكن تحتاج كل حملة لأن يكون لها هدف.

شيء آخر بشأن الأهداف: هؤلاء هم أشخاص. إنه بمقتضى الدور الذي يلعبونه ضمن مؤسسة ما – والسلطة التي لديهم لاتخاذ القرارات – فهم أصبحوا هدفاً. ولأنهم أشخاص، فلديهم مجموعة من الاستجابات والقيم يريدون الانسجام معها وتحالفات مع الآخرين هي مهمة بالنسبة لهم. فيقدر ما استطعت الحصول على معلومات حول شخص ما، ستمكن من استخدام التكتيك الذي سيساعد على دفع هذا الشخص على اتخاذ القرارات التي تعمل من أجلها.

د. التكتيك الذي يجب استخدامه

التكتيك هو الأدوات المستخدمة لإحياء استراتيجيتك: النشاطات، والأعمال، والأحداث وكل شيء آخر تستخدمه للفت الانتباه إلى أهدافك، وجذب الناس إلى عملك، و/أو تطبيق الضغط حيثما ومتى يكون ضرورياً.

يجب أن يتسابق التكتيك الخاص بك مع قيم منظمتك ورؤيتها، ولكن عدا ذلك، ليس هناك تكتيك جيد أو سيء حقاً بطبيعته الأساسية. يكمن السؤال المطروح في ما هو التكتيك الذي سيساعد على دفع حملتك إلى الأمام؟ قد يكون التكتيك معقولاً في بداية الحملة، ولكن أقل فائدة فيما بعد، والعكس بالعكس، قد يكون التكتيك معقولاً في وقت لاحق من الحملة ولكنه لم يكن جيداً في وقت مبكر منها.

إنه لأمر عظيم عندما تستطيع وضع جدول لاستخدام التكتيكات التي تبني بعضها بعضاً. حتى إذا كان هذا غير ممكن، يجب أن تبحث دائماً عن تكتيك يمكن للناس أن يرتبطوا به ذهنياً ويلفت الانتباه ويدعو كذلك إلى الاشتراك.

ها هي عدة أسئلة يجب اعتبارها عند التقرير أي تكتيكات يجب استخدامها ومتى يجب استخدامها:

• هل سيساعد هذا التكتيك على تركيز انتباه أكبر إلى المسألة وإلى حملتك؟

• هل استخدام هذا التكتيك سيساعد أشخاصاً آخرين على فهم بطريقة أفضل ما الذي تعمل عليه، وما الذي تريد تحقيقه؟

• هل توجد تكتيكات استخدمتها في السابق وقد نجحت، وما الذي يمكنك تعلمه من التكتيكات التي استخدمتها والتي لم تنجح؟

• ما هي الأفكار الجديدة والابتكارية التي يمكنك التزويد بها؟

• هل هذا التكتيك يساعدك على توجيه الانتباه إلى هدفك (أهدافك)؟ إذا لا، هل هناك سبب آخر لاستعمال هذا التكتيك؟

• هل لديك الموارد الضرورية لاستخدام هذا التكتيك بطريقة فعالة؟ سلطة الأشخاص، المال، الوقت، الخ.

- هل الأشخاص المشتركون في هذه الحملة مهياؤن لأخذ هذه الخطوة ولأن يكونوا جزءاً من هذا التكتيك؟ هل سيتمتع الناس من الاشتراك في هذا، وهل استخدام هذا التكتيك سيساعد على جلب أشخاص جديدين إلى حملتك؟
- كيف سيساعد استخدام هذا التكتيك على بناء مجموعتك؟

هـ. مخاوف تنظيمية

عليك أن تقيّم الموارد المتوفرة لمجموعتك لوضعها في هذه الحملة، ما هي الموارد التي ليست لديك الآن ولكنك تحتاج إليها لضمان تنفيذ الحملة، وما الذي تريد أن تحصل عليه من هذه الحملة فيما يتعلق ببناء مجموعتك.

تشمل أمثلة الموارد التي قد تكون لديك أو التي تحتاج إليها لضمان تنفيذ الحملة:

- رواتب الموظفين، إذا كانت ضرورية
- سلطة الأشخاص المتطوعين
- الفسحة للعمل منها
- الهواتف والتوصيل إلى الإنترنت
- أجهزة النسخ/الطباعة
- الفسحة للاجتماعات والأحداث العامة
- المال لدفع بعض من هذه المواد، ومصارييف أخرى قد تنشأ

بينما تحدد الموارد الضرورية لتنفيذ الحملة، ستلاحظ بسرعة ما الذي لديك وما الذي لا تزال تحتاج إليه. أن يكون لديك خطة لجمع هذه الموارد هو أمر أساسي.

يجب أن تقوم أيضاً بتقييم حول ما تأمل مجموعتك أو منطمتك أن تحصل عليه من العمل المطلوب لتنفيذ هذه الحملة. على سبيل المثال:

- هل يمكنك جذب أشخاص جديدين إلى العمل الجاري لمجموعتك؟
- هل العمل على هذه الحملة يعطي مجموعتك رؤية أكبر ومزیداً من السلطة في مجتمعك المحلي أو في جميع أنحاء المدينة؟
- إذا نجحت في هذه الحملة، هل ستفتح لك أبواب لعمل آخر تود أن تقوم به؟ وإذا لم تنجح، هل هذا سيعوق جهودك الأخرى؟
- هل من الممكن جمع أموال جديدة لهذه الحملة أو هل سيتم إنفاق الأموال العامة لمجموعتك؟ هل سيكون ممكناً استخدام الحملة ونشاطات الحملة لجمع الأموال؟
- هل سيستفيد الموظفون و/أو المتطوعون الحاليون لمجموعتك كل طاقتهم بالعمل على هذه الحملة؟ وإذا كان هذا هو الحال، هل ما تزال تحصل مجموعتك ما في الكفاية من الحملة لتبرير استخدام وقت الموظفين والمتطوعين؟

و. الخط الزمني

أداة قيمة في تخطيط حملتك هو الخط الزمني. قد تغطي الخطوط الزمنية عملك للأسبوع القادم، والشهر القادم، والأشهر الستة التالية أو العام المقبل – مهما كانت المدة الزمنية التي تريدها. يجب أن تفكر في إجراء عدة خطوط زمنية مختلفة:

- خط زمني للحملة بكاملها
- خط زمني لتحقيق أهدافك متوسطة الأمد
- بالقدر الذي تحتاجه لتنفيذ أهدافك قصيرة الأمد وحتى بعض المشاريع أو النشاطات المعينة ضمن هدفك قصير الأمد

المهم هو إعطاء مجموعتك خريطة لكيفية تخطيط الوصول من هنا إلى هناك: الخطوات المحددة التي يجب أن تتخذها، وبأي ترتيب يجب اتخاذها. توضع كل خطوة في خط زمني – بما في ذلك من هو مسؤول عن هذه الخطوات – تبدأ برؤية كيف تبدأ الأجزاء بالتوافق مع بعضها بعضاً. وترى أين الأشياء لا تتوافق، أو أين هناك شيء ناقص أو أين هناك شيء يجب تعديله.

أن يكون لديك خط زمني مكتوب بإمكانه مساعدة مجموعتك كلها على البقاء في الاتجاه الصحيح. يمكن لكل شخص أن يرى ما الذي سيحدث على طول الطريق وفي الوقت الذي تبدو فيه الأشياء أنها متأخرة. هذا هو الوقت لتقييم الطريقة التي تظهر فيها الحملة للعيان، والوقت لرؤية ما إذا كانت هناك ضرورة لإجراء أي تعديلات في الحملة عموماً أو في أي من تفاصيل الحملة.

٤) إبقاء حملتك في الاتجاه الصحيح

أن يكون لديك خطة لحملة قد أنعمت النظر فيها لا يعني بالضرورة أن كل شيء سيظهر للعيان بالطريقة التي كنت تأملها. هذا هو الواقع عندما تتعامل مع الأشخاص: ما كنت تظن أنه سيتم بطريقة معينة لا يتم في النهاية بتلك الطريقة؛ تحدث أعمالك استجابات لم تكن تتوقعها؛ وأكثر من هذا بكثير.

التحدي هو أن تبقى مركزاً وأن لا تطرح خارج سياق الحملة. ما من ضرر في إعادة العمل على خططك عندما يكون هذا ضرورياً، ولكن هذا لا يعني أنه يجب أن تغير المسألة التي تعمل عليها أو أن تبدل أهدافك طويلة الأمد. المهم هو أن تبقى ملتزماً بما دفعك إلى قرار البدء بهذه الحملة في أول الأمر والقيام بالتعديلات من نفس نقطة البدء هذه.

حتى إذا لم تكن هناك مشاكل جلية تجبرك على إعادة التفكير بتفاصيل حملتك، إنه لأمر بديهي إجراء دورياً تقييم للتأكد من أن الأمور تتحرك في الاتجاه الذي تريده. ها هي بعض الأمور التي يجب أن تنتظر إليها:

- ١) هل لا زالت أهداف الحملة وثيقة الصلة بالموضوع؟
 - هل تغيرت الأوضاع منذ أن وضعت أهداف حملتك؟
 - هل ظهرت معلومات جديدة قد تغير أهدافك؟
 - هل نشأ شيء جديد قد يشكل هدفاً أكثر إلحاحاً أو لوجياً؟

- ٢) هل أنت ملتزم بخطة حملتك؟
 - هل يتحرك العمل وفقاً للخط الزمني الذي أنشأته؟
 - هل يتم الإيفاء بالمواعيد الأخيرة؟ وإذا لا، هل هذه مشكلة متكررة الحدوث؟
 - هل تمكنت من استخدام التكتيكات التي أردت، وبناء التحالفات التي أملت بها؟ إذا لا، لماذا؟

- ٣) هل تجمعت الموارد التي تحتاج إليها لهذه الحملة مع بعضها بعضاً؟
 - هل الموارد المتوفرة لك لهذه الحملة مناسبة؟
 - هل تحتاج موارد لم تتوقعها أو لم تفكر بها من قبل؟
 - هل تحتاج إلى مزيد من الوقت للحصول على الموارد التي تحتاج؟ أو هل تعتقد أنه سيتعذر الحصول على الموارد التي أملت بها؟

- ٤) هل يمكنك قياس التقدم الذي تحققه؟
 - بينما كنت تعد خطط حملتك، هل هيأت طرقاً وأوقاتاً لقياس تقدمك؟ إذا لا، قد يتعين عليك زيادة هذا.
 - هل فزت، أو هل كنت قريباً من الفوز بأي من الأهداف قصيرة الأمد؟
 - هل تمكنت من بناء منظمتك بأي طريقة قابلة للقياس؟

قد يتعين عليك، من وقت لآخر، إجراء تقييم للطريقة التي تتواصل عليها الحملة. ليس ضرورياً القيام بهذا على نحو متكرر جداً: إذا كان من المفروض إجراء الحملة لمدة ٦ أشهر، لربما توجب عليك القيام بالمراجعة بعد ٣ أشهر من البدء بالعمل؛ إذا استغرق طول الحملة سنة قد يتوجب عليك القيام بالمراجعة مرة كل ٤ أشهر. امنح نفسك وقتاً كافياً لتكون قد أنجزت قسماً وثيراً من العمل، ووقتاً كافياً لإجراء أي تعديلات تكون ضرورية.

الجزء ٣: الارتباط

عندما يذكر منظمو المجتمعات المحلية "الارتباط" فهم يعنون به عادة الجهود لإحضار رسالتهم إلى أشخاص جديدين وإحضار أشخاص جديدين إلى نشاطاتهم ومنظمتهم. إنها كلمة غير دقيقة لعمل مهم للغاية.

يتعلق التنظيم، في جوهره، بالعمل مع الناس. وكمنظمين، نعتقد أن التغيير ممكن و – أهم كل شيء – عندما يكون الناس على علم، ولهم حافز، وإيحاء، ومجهزين بالأدوات الضرورية يمكنهم التصرف كوكلاء نشيطين للقيام بهذا التغيير. عندما نأخذ هذا كأساس، نأتي بسرعة إلى السؤال عن كيفية التواصل بالأشخاص. وهذا هو المضمون الكلي للارتباط. وقد يكون من الأفضل أن نسميه ببسط الذراعين وليس بالارتباط.

١) لماذا الارتباط؟

هناك أسباب عديدة للقيام بخطط للارتباط، وفي الكثير من الحالات تكون هذه الأسباب متممة بعضها بعضاً:

١. تريد أن يعلم الناس في مجتمعك المحلي ويشتركوا في حدث محدد أو نشاط تخطط له.
٢. أنت تحاول أن تحصل على مزيد من الأشخاص من مجتمعك المحلي للاشتراك في الحملة أو المشروع ككل الذي تعمل عليه، وليس فقط نشاط واحد.
٣. تريد أن يعلم الناس في مجتمعك المحلي الذين ليس لهم علم بمجموعتك، أن يعلموا عنها، وأن يشتركوا معك بطريقة مستمرة.
٤. لكل من هذه الفئات الثلاث السابقة، يمكنك أيضاً أن تفكر بالارتباط مع الناس إلى ما وراء مجتمعك المحلي.

٢) من تحاول بسط ذراعيك إليهم؟

التقرير بشأن من تريد أن تبسط ذراعيك إليهم محدد بالشيء الذي تدعوهم بأن يقوموا به، وكيف تأمل أن تشرکہم في عملك، وكيفية إجابتك على الأسئلة أعلاه.

قد يكون من الأفضل التواصل مع الناس في منطقة جغرافية محددة، أو ضمن دائرة انتخابية معينة. على سبيل المثال، إذا كنت تحاول حماية حديقة مجتمع محلي، المجموعة الأولى من الناس التي يتوجب عليك الاتصال بها هم هؤلاء الذين يقيمون في صفوف المنازل القريبة للحديقة. إذا كانت تكافح من أجل ملعب جديد للأطفال في كل مكان من جوارك، قد يتوجب عليك الاتصال بالناس في منطقة جغرافية أوسع نطاقاً.

الجواب على هذا السؤال – من تحاول الارتباط به – نادراً جداً ما يكون "الجميع". هذه فئة كبيرة جداً وما لم يكن لديك موارد ضخمة، فهم ليس واقعيًا. من المهم أن تكون محدداً بقدر المستطاع.

أعد لائحة بـ:

- المجموعات التي باعتقادك ستتجاوب إيجابياً مع اتصالك
- المجموعات التي لست أكيداً ستتجاوب إيجابياً ولكن تريدها أن تعلم بمجموعتك ونشاطاتك حتى إذا لم تشترك الآن
- الأماكن التي برأيك يجتمع فيها الأشخاص المهتمين
- أسماء الأشخاص الرئيسيين الذين يمكنهم أن يساعدوك على الاتصال بالآخرين

لا تنسى قدرة الاتصالات الشخصية التي لدى الأشخاص في مجموعتك. إذا اتصل هؤلاء الأشخاص بأصدقائهم، وجيرانهم، وزملائهم في العمل، والأشخاص الذين يذهبون معهم إلى المدرسة أو يلتحقون معهم بالمؤسسات الدينية، الخ، جماعياً ستبسطون ذراعكم إلى العديد، العديد من الناس.

٣ أدوات الارتباط

القرار عن أي أدوات يجب استخدامها من أجل ارتباطك يجب أن يستند إلى من تريد الاتصال به، وما هو الإطار الزمني وما هو عدد الأشخاص الذين سيقومون بهذا العمل. إذا كنت تعتقد أنه يتعين عليك الاتصال بالناس بوضع إعلان على التلفزيون – بالتأكيد هذه هي إحدى الطرق للاتصال بالناس – فيجب أن يكون لديك المال لإنتاج الإعلان وشراء الوقت التلفزيوني. وبعبارة أخرى، أن تقوم بخطط لتلائم بين قدرتك وأهدافك للارتباط.

أ) التحدث إلى الناس مباشرة!

- الطرق على الأبواب
- الاتصال بالناس على الهاتف
- الاتصال بالأشخاص الذين تعرفهم في المجموعات والمنظمات والمؤسسات الأخرى
- القيام بإعلانات أثناء عقد أحداث ونشاطات المجموعات الأخرى – مع إنهم، طبعاً!
- وضع طاولات للمواد المطبوعة في الأماكن المزدحمة

ب) توزيع الإشعارات المكتوبة أو النشرات الإعلانية أو الوريقات

- تسليمها باليد في الأماكن حيث يجتمع الناس أو يمرون بأعداد كبيرة – محطات القطارات الكهربائية النفقية، ومتاجر السوبرماركت، ودور السينما، الخ.
- إعطاؤها في الأحداث أو النشاطات حيث قد يكون الأشخاص الحاضرون مهتمين بعملك
- تركها في مراكز المجتمع المحلي أو المكتبات أو متاجر الغسالة الكهربائية أو الأماكن الأخرى حيث يجتمع الناس
- وضعها في الأماكن التي يمكنك قانونياً أن تقوم بهذا: لوحات النشرات العامة في مراكز المجتمعات المحلية، والمؤسسات الدينية والمدارس؛ في نوافذ المتاجر؛ في الغرف المخصصة للمجتمع المحلي في مباني الشقق الكبيرة – تأكد أن لديك إذناً لوضعها!
- وضعها تحت أبواب جيرانك!

ج) التقنيات الجديدة

- إرسال إشعارات إلى كل لائحة بريد إلكتروني مناسبة لاستخدامها للنشاط الذي تريد جذب الناس إليه
- جعل المعلومات بارزة على موقعك الإلكتروني للإنترنت وطلب من المجموعات الأخرى أن تضعها على مواقعها الإلكترونية
- إذا تمكنت من إنتاج فيديو قصير ووضعه على يوتيوب، يجب عليك توزيع الوصلة على نحو واسع
- تأكد أن أعضاء مجموعتك يستخدمون أي من الشبكات الاجتماعية التي هم مشتركون فيها – فيس بوك، ماي سبيس، الخ. – وتأكد أن الناس الذين يستخدمون تويتر يستخدمونه لنشر الرسالة

د) قوائم العناوين

- في هذا العصر للاتصال الإلكتروني، إرسال شيء بالطريقة القديمة قد يلفت في الواقع انتباه شخص ما. تأكد من تكريس الوقت الكافي لمعالجة طرق إرسال قوائم العناوين وتسليمها إلى الناس. وتأكد أن لديك المال المطلوب لتغطية أجرة البريد وتكلفة النسخ.

هـ) المواد المرئية

- بينما يمكنك وضع نفس المقدار من الكلمات على الورقة المصمّغة أو الزر أو القميص التائي الذي تضعه على الوريقة، بإمكانك أن تبعث برسالة واضحة وقوية دون إنفاق مبلغ كبير من المال
 - الأوراق المصمّغة هي أرخص للطباعة وأسهل للإعداد – ولكن تأكد من أنها توضع في الأماكن المسموح بوضعها قانونياً!
 - الأزرار تدوم أكثر ولكنها تكلف أكثر لإنتاجها
 - القمصان التائية هي جيدة في الطقس الحار ولكنها أفضل عند إنتاجها في وقت مبكر ما في الكفاية ليكون لها مدة استعمال طويلة

(و) وسائل الإعلام

- أبذل جهدك للحصول على وسائل إعلام مجانية – المعروفة عموماً بـ "وسائل الإعلام المكتسبة"
 - ابعث بتقارير صحفية ونشرات صحفية
 - أعد مؤتمر صحفي أو حدث آخر يهدف إلى لفت انتباه وسائل الإعلام
 - ابعث برسائل إلى المحرر
 - دع الناس يتصلون ببرامج المناقشات الإذاعية
 - حاول طباعة مقالة تعبر عن وجهة نظر أو افتتاحية ضيف
 - أرسل المعلومات إلى قوائم "جدول نشاطات المجتمع المحلي" أو "الوحات النشرات" في مراكز عديدة لتوزيع الأخبار على وسائل الإعلام
- إن كانت لديك موارد، قم بشراء إعلانات بوسائل الإعلام
 - إعلانات في مراكز الطباعة
 - إعلانات إذاعية
 - إعلانات تلفزيونية

٤) إعداد خطط للارتباط

يجب أن تكون خططك للارتباط جزءاً من خططك الإجمالية للحملة، ومدمجة بها. ليس كافياً أن تقول أن الارتباط سيكون جزءاً من عملك. يجب أن تكون لديك خطة تتعلق بكيفية قيامك بهذا الارتباط.

بعض الأمور التي يجب اعتبارها عند إعداد خططك للارتباط:

- ما هي أنواع الأشخاص المهتمين بالمسألة التي تعمل عليها؟
 - أخذاً بعين الاعتبار الحدث أو النشاط الذي تدعوهم إليه، من هم برأيك الأشخاص الأكثر احتمالاً بأن يهتموا بالاشتراك؟
 - هل الأشخاص الذين تود الاتصال بهم هم في مجموعة أو منظمة أو كيان اجتماعي آخر – أو هل ستحاول في أغلب الظن الاتصال بأفراد؟
 - ما هو هدفك بشأن عدد الأشخاص الذين تود الاتصال بهم – ما هو عدد الأشخاص الذين تريد حضورهم في حدثك وما هو برأيك عدد الأشخاص الذين ستحتاج إليهم للإبلاغ عن الحدث من أجل الوصول إلى هدفك من الاجتماع
 - هل لديك أشخاص كافين لتنفيذ عمل الارتباط الذي تود القيام به؟
- بينما تعد خططك، فكر بأدوات الارتباط التي يمكنك استخدامها، وكيفية وضع العديد منها معاً كرزمة للارتباط. من المفيد وضع أولويات واضحة لارتباطك: ما هي الأشياء التي يجب القيام بها، وما هي أدوات الارتباط التي تود استخدامها إذا أمكنك ذلك.

أخيراً، لا تخف من تجربة شيء جديد!