دليل مجموعة أدوات للشباب للدعوة إلى المساواة بين الجنسين وتحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠ - مصر

مقتبس من دليل الأدوات الإقليمي

هيئة الأمم المتحدة للمرأة

دليل مجموعة أدوات للشباب للدعوة إلى المساواة بين الجنسين وتحقيقها بحلول عام٢٠٣٠ - مصر

مقتبس من دليل الأدوات الإقليمي

هيئة الأمم المتحدة للمرأة ©2020 جميع الحقوق محفوظة

تم إنتاج هذا الدليل في إطار برنامج هيئة الأمم المتحدة للمرأة الإقليمي «رجال ونساء من أجل المساواة بين الجنسين» بدعم من الوكالة السويدية للتعاون الإنمائي الدولي SIDA.
للمزيد من المعلومات حول هذا البرنامج والمصادر ذات الصلة، يُرجى زيارة الموقع التالي:

http://arabstates.unwomen.org/en/what-we-do/ending-violence-against-women/men-and-women-for-gender-equality

أنتج بالتنسيق مع: مركز خدمات التنمية

جدول المحتويات

مقدمة ٩

حول هذا الدليل ١١

الجزء الأول :

الشباب والمساواة بين الجنسين: التعريفات والمعلومات الأساسية ١٣

الشباب والمساواة بين الجنسين: «التعريفات» و«الأسباب» ١٤

١ - المفاهيم الأساسية حول المساواة بين الجنسين ١٤

١-١. ما المقصود بالنوع الاجتماعي؟ GENDER ١٤

١-٢. المعايير القائمة على النوع الاجتماعي ١٥

١-٣. الأفكار النمطية حول معنى الانسان شابة او شاب ١٦

١-٤. المعايير القائمة على النوع الاجتماعي ١٨

١-٥. العنف القائم على النوع الاجتماعي ١٨

١-٦. ما المقصود بالمساواة بين الجنسين؟ ١٨

١-٧. لماذا تعتبر المساواة بين الجنسين ذات أهمية؟ ١٩

٢ - المساواة بين الجنسين في إطار أهداف التنمية المستدامة ٢٠

٢-١ - ما المقصود بأهداف التنمية المستدامة ٢٠

٢-٢ - لماذا تعتبر أهداف التنمية المستدامة ذات أهمية ٢٠

٣ - مصر وأهداف التنمية المستدامة ٢٢

٤ - اتفاقية سيداو الدولية: ما المقصود باتفاقية سيداو؟ ٢٢

٥ - إعلان ومنهاج عمل بكين ٢٣

٦ - وضع حقوق المرأة والمساواة بين الجنسين في الواقع المصري ٢٤

الجزء الثاني :

أدوات التخطيط للدعوة للمساواة بين الجنسين ٢٧

تعريفات المصطلحات المستخدمة ٢٨

الجزء الثاني : التخطيط لتنفيذ حملات الدعوة بقيادة الشباب: « كيف » ٣٠

مقدمة ٣٠

لماذا يجب اشراك الشباب من الجنسين؟ ٣٠

ما المقصود بالدعوة؟ ٣١

التخطيط للدعوة ٣١

أدوات تخطيط العمل الدعوي ٣٢

السؤال (١): ماذا نريد؟ ٣٢

السؤال (٢): من يستطيع أن يحقق لنا ما نريد؟ ٣٨

السؤال (٣): ما الذي يحتاج هذا الجمهور لسماعه؟ ٤٥

السؤال (٤): من الشخص المناسب لإبلاغ رسالة الدعوة للجمهور؟ ٥٠

السؤال (٥): كيف نتأكد من سماع الجمهور لرسالة الدعوة؟ ٥٢

السؤال (٦): ماذا لدينا؟ ٥٨

السؤال (٧): ما هي العوامل الخارجية المؤثرة؟ ٥٨

السؤال (٨): كيف نبدأ؟ ٦٠

السؤال (٩): كيف يمكننا التأكد من الفعالية؟ ٦٢

الملحق: مؤشرات لقياس أنشطة الدعوة ونتائجها وأهدافها وآثارها ٦٤

الجزء الثالث :

أمثلة ودراسات حالة للدعوة للمساواة بين الجنسين في مصر ٧١

الجزء الثالث : امثلة ودراسات حالة للدعوة للمساواة بين الجنسين في مصر ٧٢

مقدمة ٧٢

١. أفكار لإشراك الشباب في المساواة بين الجنسين ٧٢

أ. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين في منازلهم ٧٢

ب. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين في المدارس والجامعات ٧٢

جـ. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين في المجتمعات المحلية ٧٣

د. الشباب كشركاء في المساواة بين الجنسين في مكان العمل ٧٣

هـ. الشباب كشركاء في المساواة بين الجنسين باستخدام وسائل الإعلام ٧٣

و. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين باستخدام التكنولوجيا الرقمية ٧٣

٢. أمثلة للدعوة للمساواة بين الجنسين ٧٤

- أفكار للمبادرات التي تعزز المساواة بين الجنسين ٧٤

٣. دراسات حالة للدعوة للمساواة بين الجنسين ٧٥

- ماذا بعد؟ ٨٠

المراجع ٨١

الجزء الرابع :

دليل الميسر مورد مصاحب لمجموعة أدوات الشباب ٨٥

نبذة عن دليل الميسر ٨٧

القسم الأول: تخطيط ورشة عمل للشباب للدعوة لقضية المساواة بين الجنسين ٨٨

١ - تقييم احتياجات التعلم ٨٨

٢ - جدول أعمال ورشة العمل ٩٠

القسم الثاني: التدريبات على توصيل توجيهات الدعوة وأدواتها ٩٥

١/٢ ما هي الدعوة ؟ ٩٦

٢/٢ التخطيط للدعوة ٩٦

سؤال رقم ١: ما الذي نريده؟ ٩٧

سؤال رقم ٢ : من الذي يمكنه أن يعطينا ما نريده؟ ١٠٠

سؤال رقم ٣ : ما الذي يحتاجون إلى سماعه؟ ١٠٣

سؤال رقم ٤ : من الذين يريدون سماعها منهم؟ ١٠٤

سؤال رقم ٥ : كيف نتأكد من سماعهم الرسالة؟ ١٠٥

سؤال رقم ٦: ما الذي عاد علينا؟ ١٠٨

سؤال رقم ٧: ما الذي نحتاج إلى وضعه؟ ١٠٨

سؤال رقم ٨ : كيف نبدأ؟ ١١٠

سؤال رقم ٩: كيف نتأكد أن الدعوة كافية لإحداث النتائج المرجوة؟ ١١١

٢/٣ وضع استراتيجية الدعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين ١٢٠

٣/٣ التخطيط للدعوة ١٢١

ملحق ١: أوراق العمل ١١٢

ملحق ٢: المراجع ١٢٢

الملحق:

المرأة وجائحة كوفيد - ١٩ المستجد (فيروس كورونا) ١٢٣

مقدمة

يؤكد جدول أعمال عام ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة على أن الشباب من الجنسين يمثلان الجهات الدافعة الرئيسية للتغيير وأنهما عاملان رئيسيان لتحقيق المساواة بين الجنسين. إن المساواة بين الجنسين تشكل ليس فحسب حقا أساسيا من حقوق الانسان، ولكن أيضا أساسا من الاسس الضرورية اللازمة لإحلال السلام والرخاء المستدام في العالم، كما أن توفير التكافؤ أمام النساء والفتيات في الحصول على التعليم، والرعاية الصحية، والعمل اللائق، والتمثيل في العمليات السياسية والاقتصادية واتخاذ القرارات سيكون بمثابة وقود الاقتصادات المستدامة وسيفيد المجتمعات والانسانية جمعاء.

وحيث انه بدون تمكين حقيقي يتيح للمرأة فرصة تحقيق ذاتها، ومن ثم يحرر طاقاتها للعطاء ويدعم مشاركتها بيسر وأمان، لن يكتمل أي جهد تنموي ولن ينجح في تحقيق أهدافه. ولهذا فإن تمكين المرأة لا يمثل مطلباً خاصاً بالنساء او الفتيات وحدهن، وإنما هو ضرورة عامة لكل مصري من أجل بناء وطن قوي متماسك واثق في مستقبله.

وفي مصر، حيث يُشكل الشباب من الجنسين حوالي ما يقرب من ربع سكان الدولة، فإن هذه الأعداد الكبيرة من السكان تتيح لنا فرصة هائلة لدفع فكرة الكوكب المتناصف بحلول عام ٢٠٣٠ **Planet 50/50 by 2030**. ولكن لا يمكن ان ننكر التحديات التي يواجهها واقع المرأة المصرية وهو ما يؤثر بالسلب على الشباب أيضا وليس الشابات فحسب، حيث ان الشباب يحملون العديد من الأعباء بسبب الأنظمة الذكورية التي لا تزال مسيطرة على المجتمع.

أهتم المشرع المصري عند وضع دستور ٢٠١٤ بمكانة المرأة وحقوقها فتكفل بالمساواة وتكافؤ الفرص ومنع التمييز على أساس الجنس والحماية من جميع أشكال العنف وضمان تمكين المرأة. وفي هذا الإطار تبنى المجلس القومي للمرأة الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠ وذلك بعد إعلان رئيس الجمهورية أن عام ٢٠١٧ هو عام المرأة المصرية والتي تتماشى مع رؤية مصر ٢٠٣٠ واستراتيجيتها للتنمية المستدامة وتتضمن الاستراتيجية أربعة محاور رئيسية هي: التمكين السياسي وتولي القيادة، التمكين الاقتصادي، التمكين الاجتماعي والحماية. للمزيد اقرأ الإستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة ٢٠٣٠ من خلال الرابط التالي:

https://drive.google.com/drive/folders/1WY-SNsaukXBzhlOXnJVs6lU5Cs0BoXx0

واستكمالا لهذه الجهود لتمكين المرأة المصرية يسعى برنامج رجال نساء من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين التابع لهيئة الأمم المتحدة للمرأة بتمويل من الوكالة السويدية للتعاون الإنمائي الدولي SIDA إلى الوقوف على الأسباب الجذرية لأوجه عدم المساواة بين الجنسين، وتناولها من خلال منهجية ابتكارية لتعزيز المساواة بين الجنسين في مصر.

حول هذا الدليل

ما أهمية هذا الدليل؟

يسعى دليل مجموعة الأدوات إلى أن يزود المناصرين الشباب من الجنسين في مصر بالأدوات والمعرفة لضمان تمكنهم من الاستفادة الكاملة من الفرصة التي توفرها أهداف التنمية المستدامة والاستراتيجيات الأخرى لدعم المرأة في مصر -كما سنذكر لاحقا- لتحقيق المساواة بين الجنسين بحلول عام ٢٠٣٠.

فبالرغم من الجهود المبذولة والتي لا تزال تقوم بها مصر لدعم وضع المرأة، من خلال العديد من الاجراءات التي استهدفت تمكين المرأة في جوانب متعددة، حيث جاء هذا في ضوء إعلان الرئيس عبد الفتاح السيسي عام ٢٠١٧ بعام المرأة المصرية، و أيضا تم وضع الاستراتيجيات وسن القوانين التي تضمن المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة إلا أن تقرير الفجوة بين الجنسين التابع للمنتدى الاقتصادي العالمي لعام ٢٠٢٠[١] يشير الى ان مصر احتلت المركز السابع عربيا في العام ٢٠١٨ حيث لا تزال النساء الشابات في مصر تواجهن تمييزًا، وتهميشًا، وعنفًا، وقيودًا على التنقل بسبب نوعهن، بما في ذلك تقييد إتاحة التعليم لهن وقلة فرص التحاقهن بالمناصب القيادية والمشاركة فيها.

ويمثل الشباب من الجنسين اليوم ما يقرب من ربع عدد السكان في مصر، ويمكن لهذا العدد المتزايد أن يمثل قوة هائلة للتنمية، وعنصرًا رئيسيًا لتحقيق المساواة بين الجنسين.

لمن هذا الدليل؟

هذا الدليل مقتبس من « دليل الشباب التدريبي للدعوة الى المساواة بين الجنسين وتحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠ والتابع لهيئة الأمم المتحدة »[٢]. وقد وُضع هذا الدليل للشباب المصري من الجنسين، أفرادًا ومجموعات، والشبكات والحركات ذات القيادات الشبابية، بما في ذلك المؤسسات التي تركز على الشباب، وغير ذلك من المؤسسات المجتمعية التي ترغب في الدعوة إلى المساواة بين الجنسين، وتمكين الشابات، وإشراك الشباب لتحقيق المساواة بين الجنسين في مصر.

وسواء كنت أحد المناصرين الذين يتمتعون بخبرة كبيرة أو ممن لديهم مهارات محدودة للدعوة، يعتبر هذا الدليل نافعًا لك لتكون استراتيجيًا في دفاعك من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين بحلول عام ٢٠٣٠.

ماذا أتعلم من هذا الدليل؟

ينقسم هذا الدليل إلى ثلاثة أجزاء.

الجزء (١): ويتناول اهم المفاهيم الأساسية التي تتناول المساواة بين الجنسين وحقوق المرأة. وسوف تطلع على أهداف التنمية المستدامة وكيف يمكنك الدعوة إلى المساواة بين الجنسين في إطار عملية التنفيذ الوطنية لأهداف التنمية المستدامة واتفاقيات دولية أخرى مثل اتفاقية سيداو وإعلان بيكين.

الجزء (٢): يوفر لك توجيهًا من خلال عملية تخطيط دفاعك من أجل المساواة بين الجنسين.

الجزء (٣): سوف يعرض لك أفكار وأمثلة لدعوات تم تنفيذها في الواقع المصري واتت ثمارها لتكون بمثابة معين لك لوضع أفكار لدعوتك او ربط دعوتك بها.

1 - http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf

2- https://arabstates.unwomen.org/ar/digital-library/publications/2018/10/advocacy-toolkit

الجزء الأول
الشباب والمساواة بين الجنسين: التعريفات والمعلومات الأساسية

الجزء الأول:
الشباب والمساواة بين الجنسين:
«التعريفات» و«الأسباب»

يركز هذا القسم على تعريف المفاهيم الرئيسية حول المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة لمساعدتك على أن تصبح أحد المناصرين الشباب الناجحين في مجال المساواة بين الجنسين.

بنهاية الجزء (١)، سوف تستطيع أن تقوم بما يلي:

- توصيف وضع المرأة في مصر
- شرح أسباب ضرورة مشاركة الشباب لتحقيق المساواة بين الجنسين
- استيعاب ما نقصده من مصطلحات « التمييز القائم على النوع الاجتماعي » و« المساواة بين الجنسين »
- فهم تفاصيل الاتفاقيات الدولية والأجندات العالمية الرئيسية والإستراتيجيات الوطنية التي تهدف إلى تمكين المرأة المصرية

١ - المفاهيم الأساسية حول المساواة بين الجنسين

١-١ . ما المقصود بالنوع الاجتماعي؟ GENDER؟[٣]

تُشير كلمة «النوع الاجتماعي» إلى الأدوار، والسلوكيات، والأنشطة، والاتجاهات، التي تعتبرها إحدى المجتمعات مناسبة للفتيات، والفتيان، والرجال، والنساء، في وقت ومكان معين.[٤] وبذلك، يحدد النوع الاجتماعي للإنسان ما هو المتوقع منه، والمسموح له به، والمحدد لكل من الفتاة، والفتى، والمرأة، والرجل، في أي ثقافة وسياق.

كيف يختلف النوع الاجتماعي عن النوع البيولوجي /الجنس؟

تُشير كلمة «جنس» إلى الاختلافات البيولوجية بين الذكر والأنثى، وهي اختلافات عامة ولا تتغير. على سبيل المثال، المرأة فقط هي التي تلد.

ويمكن للاختلافات البيولوجية أن تُشكل احتياجات وقدرات مختلفة لكل من المرأة والرجل، ولكن لا ينبغي استغلال هذه الاختلافات لتبرير التمييز بينهما أو إضفاء الشرعية على هذا التمييز.

ولتبسيط الأمر، نحن جميعًا نولد بصفات بيولوجية ترتبط بكوننا ذكرًا أو أنثى، ولكننا نتعلم كيف نتصرف كذكر وكأنثى. ومع الكبر نتعلم الاتجاهات والسلوكيات التي يُتوقع من كل من النوعين أن ينتهجها. ويشجعنا آباؤنا، ومدرسونا، ورجال الدين، والمجتمع بوجه عام، على القيام بأدوار وأنشطة معينة ترتبط نوعيًا بالمرأة والرجل.[٥] وتُسمى الأنشطة التي يقوم بها كل من الجنسين فعليًا باسم « الأدوار الجنسانية ».

على سبيل المثال، عادة ما تعمل المرأة الشابة في المنزل على خدمة الأسرة من خلال إعداد الطعام، والتنظيف، وغسل الملابس. بينما يعمل الرجل عادة خارج المنزل والمطلوب منه حماية المرأة والفتاة واصطحابهما في

٣ هذا القسم مقتبس من مواد مقدمة في مركز التدريب على التعليم الإلكتروني التابع لهيئة الأمم المتحدة للمرأة ، ومنظمة العمل الدولية، وإيبك، وROAP، وSRO-Bangkok. ٢٠٠٣. تعزيز المساواة بين الجنسين في إطار العمل ضد عمل الأطفال والاتجار بهم: دليل عملي للمؤسسات.

٤ مركز التدريب على التعليم الإلكتروني التابع لهيئة الأمم المتحدة للمرأة. مسرد المساواة بين الجنسين.

٥ – مقتبس من الخط الدولي لمساعدة الطفل. دليل أدوات الجنسين.

المساحات العامة. ولا يتوقع من المرأة والفتاة أن تمارس الألعاب الرياضية. ولكن إذا ما أبدى الفتيان والرجال عدم الاهتمام بالرياضة يوصفون بأنهم «مثل الفتيات».

وفي غالبية المجتمعات، هناك اختلافات وأوجه عدم مساواة بين المرأة والرجل في المسئوليات الموكلة لكل منهما، والأنشطة، والحصول على الموارد والسيطرة عليها، بالإضافة إلى فرص اتخاذ القرار المتاحة لكل منهما. وعلاوة على ذلك، غالبًا ما يتم تقليل القيمة الاقتصادية للعمل الذي تُشجع المرأة الشابة على القيام به.[٦] ولكن ينبغي تذكر أن **الأدوار الاجتماعية من الممكن أن تتغير أو أنها تتغير بالفعل.**

أمور للتفكير والمناقشة

١ – كيف يتم تقسيم الأدوار والمسئوليات على الذكور والإناث في أسرتك ومجتمعك المحلي؟

٢ – هل لاحظت أي تغيير يحدث في الأدوار والمسئوليات القائمة على النوع في أسرتك ومجتمعك بمضي الوقت؟ وكيف كانت هذه الأدوار والمسئوليات في جيل والديك وأجدادك مقارنةً بجيلك؟

٢-١. المعايير القائمة على النوع الاجتماعي:

هي الأفكار الخاصة بما ينبغي أن يكون عليه الرجال والنساء في جميع الأعمار. على سبيل المثال، إذا تألمت امرأة أو فتاة، فلا بأس من أن تبكي. ولكن، إذا أصيب رجل أو صبي، فمن المتوقع أن يتصرف «مثلما يتصرف الرجال» ويكون قويًا ولا يبكي.

وتؤدي المعايير القائمة على النوع إلى تكوين الصور النمطية القائمة على النوع. وبعبارة أخرى، فإن الصور النمطية القائمة على النوع هي الأفكار المسبقة التي تنطبع في أذهان الناس بشأن ما يستطيع الفتيان والرجال والفتيات والنساء القيام به.

على سبيل المثال، فكرة أن النساء هن أفضل من يدير المنازل بينما يتعامل الرجال بصورة أفضل مع الآلات، أو أن الأولاد أفضل في مجال التكنولوجيا والرياضيات، والفتيات أفضل في مجال التمريض.

وتأتي الرسائل التي تعزز الصور النمطية للجنسين، والفكرة القائلة بأن النساء أقل شأنًا من الرجال، في مجموعة متنوعة من «الحزم» – بدءًا من الأغاني والإعلانات وانتهاءً بالأمثال التقليدية.[٧] فمثلًا، هناك اقوال مأثورة تقول: «البنت ملهاش غير بيت جوزها – اكسر للبنت ضلع يطلعلها أربعة وعشرون – الراجل ما يعيبوش غير جيبه».

أمور للتفكير والمناقشة

١ – هل يمكنك التفكير في رسائل تقليدية من مجتمعك المحلي تعمل على تعزيز الصور النمطية للجنسين وتوجه للشابات والشبان؟ اذكر أمثلة على العبارات التقليدية الدارجة في مجتمعك المحلي والتي تدعم المساواة بين الجنسين؟

٢ – كيف تعمل وسائل الإعلام والثقافة الشعبية على تعزيز الصور النمطية الجنسين عند الشابات والشبان في مجتمعك؟

٦ – مركز التدريب على التعليم الإلكتروني التابع لهيئة الأمم المتحدة للمرأة. مسرد المساواة بين الجنسين.

٧ – مركز التدريب على التعليم الإلكتروني التابع لهيئة الأمم المتحدة للمرأة. مسرد المساواة بين الجنسين.

وأخيرًا، يتناول النوع الاجتماعي أيضًا كيف يُتوقع من الفتيات والفتيان والنساء والرجال أن يتواصلوا معًا. فالنوع الاجتماعي يحدد من المسئول عن القيام بتصرف معين، ومتى، وكيف، ومن الذي يقرر، والأهم، من يملك السلطة في أي مجتمع. **وتمثل مسألة السلطة أهمية كبيرة في فهم العلاقات بين الجنسين**، حيث إن التمييز يستمر بسبب استفادة الفئات المسيطرة في المجتمع من هذا التمييز للحفاظ على مواقعهم المتميزة مقارنة بالآخرين. ومن الأهمية أيضًا التأكيد هنا على أن بعض النساء قد يتمتعن بسلطة أكبر من بعض الرجال. على سبيل المثال، الشابات المتعلمات في المدن قد يحصلن على سلطة أكبر من الشبان الريفيين الأقل تعليمًا.

١-٣ . الأفكار النمطية حول معنى الانسان شابة او شاب:

الأفكار النمطية
حول معنى
الإنسانة شابة

مراعية للآخرين
عاطفية
لطيفة
منزلية التوجه
طيبة القلب
سلبية
تحب الأطفال
مكرسة للأسرة

الأفكار النمطية
حول معنى
الشخص شابًّا

نشيط
عدواني
طموح
مستقل،
تنافسي
مهيمن
واثق من نفسه
علو المقام

١-٣-١. نعم، المساواة بين الجنسين قضية تهم الذكور أيضًا ...

يستفيد الشبان أيضًا من المساواة بين الجنسين حيث إن لهم نصيب من النضالات الاجتماعية التي غالبًا ما تمتد جذورها إلى الصور النمطية لكل من الجنسين والأدوار المحددة لكل من الجنسين التي اكتسبوها من الطفولة.

١-٣-٢ . المساواة بين الجنسين تعود بالنفع على الجميع

يتأثر الرجال والفتيان أيضًا بالتمييز بين الجنسين. وعلى الرغم من أن معظم أشكال التمييز بين الجنسين تؤثر على الفتيات والنساء، فإن الأبحاث تبين بوضوح أن الأفكار الشعبية حول معنى كون الإنسان «رجلا» يمكن أن تجعل الأولاد الصغار يشاركون في سلوكيات تتسم بالمخاطرة بما في ذلك العنف في الشوارع، وتعاطي المخدرات، والممارسات الجنسية غير المأمونة. والاعتقاد بأنهم وحدهم المسؤولون عن الأسرة هو أيضًا مصدر رئيسي للضغط على الرجال في جميع أنحاء العالم.

وتُظهر الأبحاث أن مشاركة المسؤوليات المنزلية، والمشاركة في رعاية الطفل، وممارسة المساواة بين الجنسين في المنزل تؤدي إلى ضغوط أقل وصحة عقلية وبدنية أفضل للرجال والفتيان.[٨] وعندما يدعم الفتيان والرجال الفتيات والنساء في المطالبة بحقوقهن، فإن ذلك سوف ينعكس على علاقاتهم مع الفتيات والنساء في حياتهم بصورة أفضل.

وهناك العديد من الرجال والفتيان الذين لا يشعرون بالارتياح مع التوقعات والمطالب الشعبية من الذكور. وقد بدأ البعض في اتخاذ خطوات نحو الانضمام إلى صفوف النساء والفتيات كحلفاء في العمل من أجل تحقيق المساواة

٨ – مؤسسة كير. إشراك الرجال والفتيان.

بين الجنسين. فهم يريدون أن تكون أمهاتهم أو أخواتهم أو بناتهم آمنات وأن تتاح لهن نفس الفرص التي يتمتع بها الرجال. كما أن العديد من الرجال والفتيان يشعرون بالغضب من الانتشار الكبير للعنف ضد النساء والفتيات – وضد الفتيان والرجال.

وهنا تكمن أهمية أن نتذكر أن المساواة بين الجنسين لا تتعلق بأدوار ومسؤوليات واحتياجات المرأة والرجل فحسب، بل تتعلق أيضًا بالعلاقات المتبادلة بينهما.

لا يتعلق الأمر فقط بالنساء والفتيات!

عندما نسمع كلمات مثل «المساواة بين الجنسين»، يفترض معظم الناس على الفور أن هذه هي «قضايا المرأة». وبما أن الفتيات والنساء يعانين من أشد أشكال التمييز من جانب الفتيان والرجال، فإن التفكير من منظور النوع الاجتماعي غالبًا ما يتطلب التركيز على تحقيق تمكين الفتيات والنساء وحماية حقوقهن. ولكن تحقيق المساواة بين الفتيات والنساء لن يكون ممكنًا إذا تم إخراج الفتيان والرجال الذين يعيشون معهن في نفس المنزل، وفي نفس المجتمع الأوسع، من المعادلة. وبدون وجود حلفاء داعمين من الذكور، سيحدث التغيير ببطء أكبر. وعلاوة على ذلك، هناك أيضًا حالات يتعرض فيها الفتيان والرجال لأذى أو يكونون أكثر عُرضة للأذى من الفتيات والنساء بسبب نوعهم.[٩] فعلى سبيل المثال، يمكن أن يتعرض الشباب لخطر أكبر من التجنيد في حالات النزاع وما بعد النزاع مما قد تتعرض له الشابات، وكما أبرزت الدراسة الاستقصائية IMAGES - Egypt («الدراسة الاستقصائية بشأن الرجال والمساواة بين الجنسين – مصر في عام ٢٠١٦-٢٠١٧» وهي دراسة شاملة عن مواقف الرجال وممارساتهم – إلى جانب قياس آراء النساء وتقاريرهن بشأن تلك الممارسات) أن الأولاد قد يتعرضون للعنف الجسدي أكثر من الفتيات في المدارس. ولذلك فإن المساواة بين الجنسين تتعلق بالشباب من الجنسين. واستنادًا إلى هذه الفكرة، أطلقت هيئة الأمم المتحدة للمرأة بالتعاون مع كلا من المجلس القومي للمرأة والوكالة السويدية للتعاون الانمائي الدولي حملة بعنوان «لأنني رجل» وهي حملة تعمل على رفع الوعي بشأن الدور الإيجابي الذي يلعبه الرجل في تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة. وتسعى الحملة إلى تغيير الصور النمطية السلبية المتعلقة بأدوار كل من الجنسين مثل الأمور المتعلقة بالأدوار والمسئوليات داخل الأسرة، والأبوة، والعنف ضد المرأة، والعمل، وغيرها من الأمور. وتلقي الحملة الضوء على النماذج الإيجابية للرجال والشباب الذين يدعمون تحقيق المساواة بين الجنسين.

احرص على قراءة الدراسة الاستقصائية لمصر للحصول على المزيد من المعلومات حول موقف كلا من الرجال والنساء في القضايا المختلفة والمتعلقة بالمساواة بين الجنسين.

IMAGES Egypt
https://egypt.unwomen.org/en/digital-library/ publications/2018/04/images-study.

للمزيد من الدراسات يمكن الرجوع لاستطلاع رأي مركز بصيرة «المركز المصري لبحوث الرأي العام» حيث قام بتوجيه مجموعة من الأسئلة تخص قضايا المرأة وتم تحليل نتائج ما يقرب من ٦٠٠٠ مستجيب

https://drive.google.com/file/d/1SHcBmB -8SdLFIfGhtQix77OYqGuCc1-L/view?usp=sharing

٩ – مقتبس من اليونيسيف. أسباب ووسائل تحقيق المساواة بين الجنسين: مدخل للتوجيهات التشغيلية بشأن تعزيز المساواة بين الجنسين.

١-٤ . ما المقصود بالتمييز القائم على النوع الاجتماعي؟

عندما يتم الاستبعاد أو التقييد على أساس النوع مما يُشكل معوقات أمام الفتيات والفتيان والنساء و/أو الرجال بسبب نوعهم في الاعتراف بحقوقهم الكاملة والمتساوية كبشر، واستمتاعهم بها، أو ممارستهم لها.

وقد تواجه الفتيات، والفتيان، والرجال، والنساء، تمييزًا قائمًا على النوع، إلى جانب أشكال أخرى من التمييز بسبب الطبقة، أو العمر، أو اللهجة، أو النسب، أو الدين، أو الطبقة الاجتماعية، أو الاقتصادية، والثقافة، والموقع الجغرافي.

١-٥ . العنف القائم على النوع الاجتماعي؟

هذا مصطلح عام يُشير لأي عمل ضار يُرتكب ضد إرادة أي شخص بناءً على الفروق التي يضعها المجتمع بين الإناث والذكور.

وتختلف طبيعة ومدى أنواع معينة من العنف القائم على النوع عبر الثقافات والدول والمناطق. ومن الأمثلة على ذلك العنف الجنسي، بما في ذلك الاستغلال/الاعتداء الجنسي، والعنف المنزلي، والاتجار بالبشر، والزواج القسري/المبكر، والممارسات التقليدية الضارة مثل تشويه الأعضاء التناسلية للإناث، وجرائم القتل دفاعًا عن الشرف، وميراث الأرملة. (المصدر: مركز تدريب التعليم الإلكتروني التابع لهيئة الأمم المتحدة للمرأة. المسرد)

وبوجهٍ عام، من السهل إدراك التمييز المباشر ضد الفتيات والنساء لأن هذا النوع من التمييز يكون واضحًا تمامًا. ومن الصعب إدراك التمييز غير المباشر ضد الفتيات والنساء. وهو يشير إلى حالات قد تبدو غير متحيزة ولكنها تؤدي إلى معاملة غير متساوية للفتيات والنساء.

وعلى سبيل المثال، فإن الجامعة التي تقبل التحاق الشابات والشبان بالتساوي قد تقع بعيدًا عن المجتمع الذي تعيش فيه الفتيات. وإذا شعر أولياء الأمور بأنه من غير الآمن لبناتهم السفر لمسافات طويلة للذهاب إلى الجامعة، فقد يختارون إرسال أبنائهم الذكور فقط إلى هذا المكان. وبهذه الطريقة، يمكن الحيلولة دون التحاق الشابات بالجامعة على الرغم من إتاحة التقديم فيها لهن.[١٠]

أمور للتفكير والمناقشة

١- هل يمكنك أن توضح أشكال التمييز المتعددة التي تواجهها الشابات والشبان في مجتمعك المحلي؟

٢- وضح بعض الأمثلة للتمييز المباشر وغير المباشر قد تكون شاهدتها خلال حياتك؟

١-٦ . ما المقصود بالمساواة بين الجنسين؟

تشير المساواة بين الجنسين إلى حصول جميع النساء والرجال والفتيات والفتيان على حقوق، ومسئوليات، وفرص متساوية.

المساواة بين الجنسين تعني أن الحقيقة البيولوجية بأن الإنسان ذكر أو أنثى لا تحدد ما يمكن لهذا الإنسان عمله، كما لا تُملي على الإنسان كيف سيكون مستقبلًا.

وهنا، علينا أن نعترف بأنه حيثما وجد عدم المساواة بين الجنسين، كانت النساء والفتيات هن غالبًا المحرومات من مزايا اتخاذ القرار والحصول على الموارد الاقتصادية والاجتماعية. ولذلك، يتطلب الأمر تعزيز تمكين المرأة

١٠ - مقتبس من تقرير اليونيسيف ٢٠١١. نظرة موجزة على اتفاقية القضاء على التمييز ضد المرأة.

والفتاة، مع التركيز على معالجة أوجه الخلل في ميزان السلطة، وإعطاء المرأة والفتاة المزيد من الفرص لإيصال أصواتهن، وحصولهن على الاستقلالية في إدارة حياتهن الخاصة.

١-٧ . لماذا تعتبر المساواة بين الجنسين ذات أهمية؟

بغض النظر عن المكان الذي تعيش فيه، ومهما كانت خلفيتك وثقافتك، فإن المساواة بين الجنسين حق أساسي من حقوق الإنسان. كما أن المساواة بين الجنسين وتمكين النساء والفتيات شرط مسبق لأي مجتمع لتحقيق التنمية المستدامة والسلام؛ حيث إنه يعود بالنفع على جميع أفراد المجتمع.

أمور للتفكير والمناقشة

١- هل يمكنك التفكير في أمثلة من خبرتك الشخصية من خلالها أدركت أن المساواة بين الجنسين تتعلق بكل من الشبان والشابات؟

٢- اذكر بعض الأمثلة التي توضح كيف يدعم الشباب في مجتمعك المحلي المساواة بين الجنسين وحقوق المرأة الشابة؟

٣- هل يمكنك التفكير في أمثلة من معتقداتك تدعم المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة والفتاة؟

٤- اذكر بعض الطرق التي يمكنك من خلالها الوصول للأشخاص المؤثرون في مجتمعك (مثل رجال الدين او العمدة وغيرهم) فيما يخص القضايا المتعلقة بالمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة الشابة؟

٢ - المساواة بين الجنسين في إطار أهداف التنمية المستدامة

٢-١ . ما المقصود بأهداف التنمية المستدامة؟

مع بلوغ الأهداف الإنمائية للألفية بنهاية عام ٢٠١٥، اعتمدت الأمم المتحدة خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ في ١ يناير ٢٠١٦. وجدول أعمال عام ٢٠٣٠ هو خطة عمل عالمية تهدف إلى القضاء على الفقر، وحماية كوكب الأرض، وضمان تمتع الجميع بالمساواة، والسلام، والازدهار. ويسعى جدول الأعمال جاهدًا إلى تحقيق عالم يتسم بالعدالة، والإنصاف، ويشمل الجميع؛ حيث ينتفع الجميع من التنمية، بما في ذلك الأطفال، والفتيات، والنساء، والشباب، والأجيال المقبلة.[١١] وينطبق جدول أعمال عام ٢٠٣٠ على جميع الدول، الغنية منها والفقيرة على حد السواء.

ويرتكز جدول أعمال عام ٢٠٣٠ على مبدأ «عدم استبعاد أحد» و «الوصول إلى الفئات الأبعد أولا»، وهذا يعني التركيز على تنمية الفئات الأشد ضعفًا أولًا، ويشمل ذلك الشابات الأكثر تهميشًا في المجتمع مثل الشابات المنتميات إلى الأقليات، وذوي الاحتياجات الخاصة، واللاتي يعشن في مناطق تعاني خلال الصراعات وبعدها، والنازحات داخليًا، واللاجئات، والمهاجرات، وغيرهن.

ويشمل هذا الإطار الإنمائي الجديد مجموعة مكونة من ١٧ هدفًا – منها ١٦٩ غاية و٢٣٠ مؤشرًا – تعرف باسم **أهداف التنمية المستدامة (SDGs)**.

وتتميز أهداف التنمية المستدامة بأنها مترابطة ومتداخلة. وغالبًا ما ينطوي تحقيق هدف معين على معالجة القضايا المرتبطة بهدف آخر. فعلى سبيل المثال، لا يمكن تحقيق الأهداف المتعلقة بالحد من الفقر، وتعزيز الصحة، والتعليم، والتنمية الاقتصادية، والسلام، والأمن، إلا من خلال تحقيق المساواة بين الجنسين.

١١ – مقتبس من أهداف الأمم المتحدة الإنمائية. (٢٠١٦). بداية أهداف التنمية المستدامة: قصص حول التنفيذ القطري ودعم الأمم المتحدة

٢-٢ . لماذا تعتبر أهداف التنمية المستدامة ذات أهمية؟

تعتبر أهداف التنمية المستدامة ذات أهمية لأنها تحدد اتجاه العمل التنموي حتى عام ٢٠٣٠. وتؤثر هذه الأهداف على الخطط الحكومية وأولويات التمويل من الجهات المانحة. وهذا يعني وجود فرص جديدة حاليًا للتأثير على صناعة السياسات على المستويين الوطني والمحلي.[١٢]

وتتماشى أهداف التنمية المستدامة أيضًا مع القانون الدولي، كما أنها تعتمد على الالتزامات الدولية القائمة. وبهذه الطريقة، تمثل أهداف التنمية المستدامة مع اتفاقية القضاء على جميع اشكال التمييز ضد المرأة (سيداو) معًا مؤسسة لحقوق الإنسان، من أجل مساعدة الدول على تحقيق المساواة بين الجنسين، وتمكين جميع النساء والفتيات، والقضاء على جميع أشكال التمييز بين الجنسين.[١٣]

تشمل أهداف التنمية المستدامة هدفًا خاصًا (الهدف ٥) يتناول تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين النساء والفتيات. ويرمي هذا الهدف المستقل إلى إنهاء جميع أشكال التمييز في القوانين والسياسات والممارسات، والقضاء على جميع أشكال العنف والممارسات الضارة ضد جميع النساء والفتيات في كل مكان. ويتطلب بلوغ هذا الهدف تقدير الخدمات غير مدفوعة الأجر والعمل المنزلي، وتقييمها، وضمان المشاركة الكاملة للمرأة وتكافؤ الفرص في تولي المناصب القيادية في الحياة السياسية والاقتصادية والحياة العامة، والحصول على الخدمات المتكاملة التي توفر الصحة والحقوق الجنسية والإنجابية.

وبالإضافة إلى الهدف الخامس من أهداف التنمية المستدامة، هناك ١١ هدفًا أخرين تركز على قضية الفروق بين الجنسين، و٥٠ مؤشرًا تراعي الفوارق بين الجنسين، وذلك في أهداف أخرى تتعلق بالفقر، والجوع، والصحة، والتعليم، وتغير المناخ، والمجتمعات السلمية.

١٢ – http://www.caritas.org/2015/09/sustainable-development-goals-sdgs-frequently-asked-questions/، تمت زيارته في ٣ أكتوبر ٢٠١٧

١٣ – مقتبس من هيئة الأمم المتحدة (٢٠١٦). اتفاقية سيداو من أجل الشباب

٢-٢-١. أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر هي:

تعرف على المزيد حول أهداف التنمية المستدامة. اقرأ النسخة الميسرة من جدول أعمال ٢٠٣٠، والتي وضعها التحالف الدولي للإعاقة IDA، والاتحاد الدولي للإعاقة والتنمية IDDC.

٣ - مصر وأهداف التنمية المستدامة

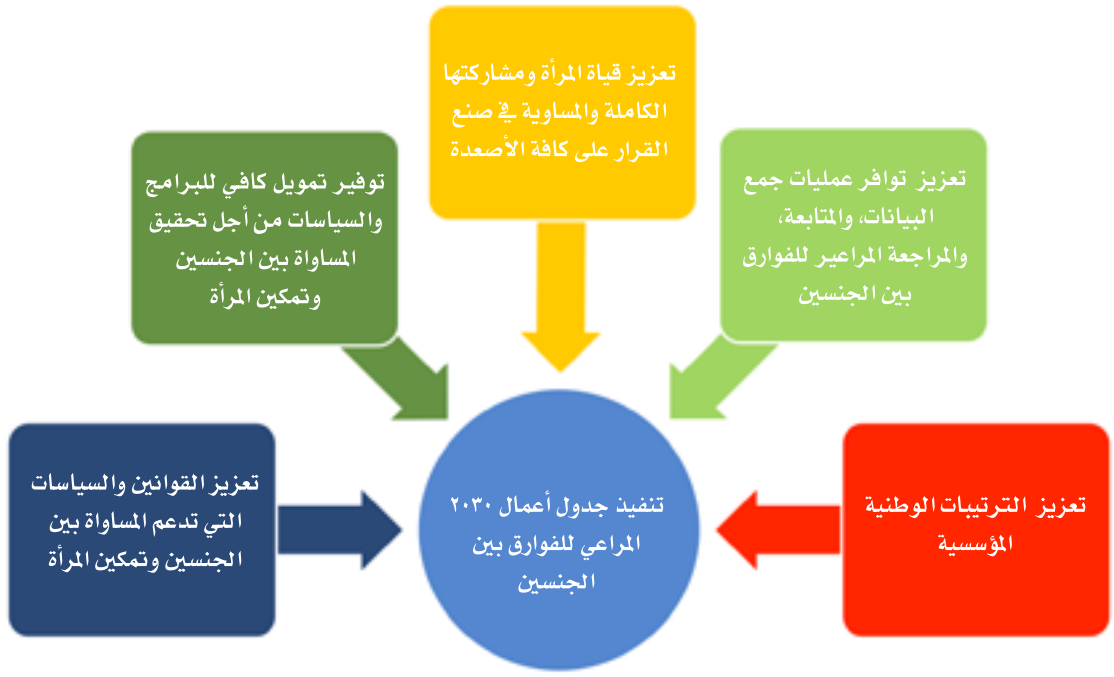
وتأتي أهداف التنمية المستدامة (SDGs) لتتوافق مع رؤية مصر ٢٠٣٠ واستراتيجية التنمية المستدامة وكذلك الاستراتيجية القومية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠. واتساقا مع رؤية مصر ٢٠٣٠ واستراتيجيتها للتنمية المستدامة التي تسعى لبناء مجتمع عادل، يضمن الحقوق والفرص المتساوية لأبنائه وبناته من أجل الاندماج الاجتماعي لكافة الفئات[١٤]، تتضافر اهداف رؤية مصر ٢٠٣٠ في محور العدالة الاجتماعية – على سبيل المثال- مع اهداف التنمية المستدامة وخاصة الهدف الخامس[١٥].

يوضح النموذج التالي العناصر الأساسية لضمان تنفيذ أهداف التنمية المستدامة المراعية للمساواة بين الجنسين[١٦].

٤- اتفاقية سيداو الدولية: ما المقصود باتفاقية سيداو؟[١٧]

تعتبر اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، وتُعرف أيضًا باسم « سيداو »، الاتفاقية الأكثر شمولية من بين الاتفاقيات الدولية التي تتناول حقوق الإنسان الأساسية للمرأة والفتاة. وتقدم هذه الاتفاقية معيارًا دوليًا لحماية حقوق الإنسان للمرأة والفتاة وتعزيزها، ويُطلق عليها غالبًا « وثيقة الحقوق » الخاصة بالمرأة والفتاة.

تعتبر اتفاقية سيداو ذات أهمية لأنها تطالب جميع الدول بإنهاء كافة أشكال التمييز ضد المرأة والفتاة في جميع جوانب حياة المرأة – بدءًا من التعليم إلى التوظيف، ومن الحياة العائلية إلى العمل السياسي، ومن الرعاية الصحية إلى التنمية الريفية، ومن الصور الثقافية النمطية إلى الإنفاق العام – وتعمل على تعزيز حقوق الإنسان للمرأة والفتاة في جميع الأعمار.



١٤- الاستراتيجية القومية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠ http://ncw.gov.eg/wp-content/uploads/2018/02/2017-04-23-strategy-2030.pdf

١٥- مقتبس من رؤية مصر ٢٠٣٠ http://www.crci.sci.eg/wp-content/uploads/2015/06/Egypt_2030.pdf

١٦ – دليل الشباب التدريبي للدعوة إلى المساواة بين الجنسين وتحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠

١٧- مقتبس من هيئة الأمم المتحدة للمرأة. ٢٠١٦. اتفاقية سيداو من أجل الشباب، اليونيسيف. ٢٠١١. اتفاقية سيداو بإيجاز

وتنص اتفاقية سيداو أيضًا على أنه يجب القضاء على الأدوار والصور النمطية التقليدية المحددة لكل من الجنسين من أجل إنهاء كافة أشكال التمييز ضد المرأة والفتاة على الصعيدين العام والخاص مثلما يكون الحال داخل الأسر. وبهذه الطريقة، تعمل اتفاقية سيداو على توجيه المجهودات في جميع الدول لتحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة والفتاة.

وتسعى اتفاقية سيداو إلى تحقيق «المساواة الفعلية»، وبصيغة اخرى « المساواة في النتائج »، التي تؤكد على ضرورة إتاحة حصول المرأة والفتاة على الفرص المتساوية، والنتائج المتساوية.

مصر واتفاقية سيداو

وفقا لتقرير اللجنة المعنية بمتابعة الاتفاقية في ٢٠٠١ فقدطـرأ تحسنا ملحوظا لصالح المرأة في المجالات القانونية والمؤسسية والعملية.

وفي المجال القانوني، سنت قوانين كثيرة لصالح المرأة، من قبيل القوانين المتعلقة بالأسرة.

في فبراير ٢٠٠٠، أنشئ بموجب قرار جمهوري المجلس القومي للمرأة، وهو أول مؤسسة سياسية من نوعها في مصر تركز على تمكين المرأة وترصد تنفيذ الاتفاقية والقوانين والسياسات التي تمس حياة المرأة.

ساند المجلس القومي للمرأة في أثناء الانتخابات التي جرت في عام ٢٠٠٠ مشاركة المرأة فيها. وازداد بالتالي وعي المرأة بأهمية المشاركة السيا سية وارتفع عدد المرشحات.

اقرأ اتفاقية سيداو من أجل الشباب، وهي نسخة من اتفاقية سيداو خاصة بالشباب. وهناك أيضًا نسخة موجزة من سيداو للشباب.

اقرأ «مقدمة عن قضايا المرأة: بالكلمات والصور» (باللغة العربية) لفهم حقوق المرأة وقضايا الجنسين في السياق المصري. وعلى الرغم من التركيز على السياق المصري، من المفيد أن يتم عرض مدى التعقيد في قضايا حقوق المرأة في الدول العربية عامةً.

٥ - إعلان ومنهاج عمل بكين

في عام ١٩٩٥، اجتمع العالم في بكين لعقد المؤتمر الرابع بشأن المرأة. واعتمدت ١٨٩ حكومة، خارطة طريق تصورية للمساواة بين الجنسين وتعرف باسم "إعلان ومنهاج عمل بكين"، ويحث على وجود عالم يخول فيه لجميع النساء والفتيات حقوقاً، وحريات، وفرصاً متساوية في كل مجال من مجالات الحياة.

ويهدف إعلان ومنهاج عمل بكين إلى إزالة جميع العقبات التي تحول دون مشاركة المرأة في جميع مجالات الحياة العامة والخاصة عن طريق كفالة مشاركة المرأة مشاركة كاملة ومتساوية في صنع القرار بالمجال الاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي، والسياسي. وهذا يعني أنه ينبغي تقاسم السلطة والمسؤولية بين المرأة والرجل في المنزل، وفي مكان العمل، وفي المجتمعات الوطنية، والدولية الأوسع نطاقًا. ولتحقيق ذلك، يشير منهاج عمل بكين إلى ١٢ مجال ذي أهمية يلزم بدء العمل فيها. وهذه المجالات هي ما يلي:

المرأة والفقر، والتعليم والتدريب للمرأة، المرأة والصحة، العنف ضد المرأة، المرأة والنزاع المسلح، المرأة والاقتصاد، المرأة في السلطة وصنع القرار، الآليات المؤسسية للنهوض بالمرأة، حقوق الإنسان للمرأة، المرأة ووسائل الإعلام، المرأة والبيئة، حقوق الطفلة.

ولا يزال إعلان ومنهاج عمل بكين يمثل الاتفاق العالمي الأكثر شمولًا بشأن تمكين المرأة والمساواة بين الجنسين الذي يدعم اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (سيداو) والاتفاقات الدولية الأخرى التي تعزز حقوق المرأة والفتاة.

- اقرأ التقرير الإحصائي الوطني لمتابعة مؤشرات أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ في مصر الصادر في ٢٠١٩ – الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء
- أقرأ استراتيجية التنمية المستدامة – مصر ٢٠٣٠
- اقرأ اتفاقية سيداو من أجل الشباب
- اقرأ « دفع التنفيذ المراعي للجنسين لجدول أعمال ٢٠٣٠ من أجل التنمية المستدامة » للمزيد من المعلومات.
- اقرأ دليل الشباب التدريبي للدعوة إلى المساواة بين الجنسين وتحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠
- اقرأ مقالة Womankind UK's بعنوان «تنفيذ أهداف التنمية المستدامة للنهوض بحقوق المرأة والمساواة بين الجنسين: دليل للدعوة»، للحصول على المزيد من الأفكار حول كيفية وضع إطار لدعوتك للمساواة بين الجنسين للاستفادة من فرصة توافر أهداف التنمية المستدامة.

٦- وضع حقوق المرأة والمساواة بين الجنسين في الواقع المصري

لقد أعلن رئيس الجمهورية المصرية عام ٢٠١٧ بعام المرأة المصرية للتعزيز من مكانة المرأة في المجتمع وتمكينها. وقد قامت الدولة المصرية بسن الكثير من القوانين والتشريعات ووضع الاستراتيجيات الداعمة للمرأة والمساواة بين الجنسين على مدار السنوات السابقة وعلى رأسهم **الاستراتيجية القومية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠.**

تهدف الاستراتيجية بشكل أساسي إلى القضاء على جميع الظواهر السلبية والممارسات الضارة التي تهدد حياة المرأة وسلامتها وكرامتها وذلك من خلال أربعة محاور رئيسية هي: التمكين السياسي وتولي القيادة، التمكين الاقتصادي، التمكين الاجتماعي والحماية. وفي إطار التمكين الاقتصادي يسعى المجلس القومي للمرأة لإزالة الحواجز وتحسين فرص سوق العمل للنساء في مصر كما يظهر في تقرير البنك الدولي « دراسة عن التمكين الاقتصادي للمرأة » مصر المعنون على تقرير البنك الدولي ٢٠١٠ المعنون « تضييق الفجوة: تحسين فرص سوق العمل للنساء في مصر »[١٨]

وفيما يتعلق بمحور الحماية تتجلى بوضوح الاستراتيجية الوطنية لمكافحة العنف ضد المرأة (٢٠١٥ – ٢٠٢٠) والتي تتكون من أربع محاور رئيسية:

- الوقاية، والتي تتناول التعليم ورفع الوعي ومراجعة القوانين؛
- الحماية، والتي تتعلق بزيادة الوعي بالقانون وتحديث التشريعات وتشجيع النساء على الإبلاغ عن الانتهاكات؛
- التدخلات المتعلقة بالخدمات النفسية والخدمات الصحية وتوفير مأوى للنساء؛
- المقاضاة، بما في ذلك وضع آلية تدابير وقائية لحماية النساء ضحايا العنف، وكذلك تطوير نظام الإحالة.

وقد طور المجلس القومي للمرأة مرصداً للمرأة المصرية لوضع مؤشرات من أجل متابعة تنفيذ إستراتيجية المرأة المصرية ٢٠٣٠ ويعتمد المرصد على الإنجازات التي تدعم تمكين المرأة في جميع المجالات.

وللمزيد من التفاصيل عن جهود المجلس القومي للمرأة من يونيه ٢٠١٤ – مايو ٢٠٢٠ برجاء الاطلاع على تقرير جهود تمكين المرأة المصرية

-https://drive.google.com/drive/folders/1WY

١٨ - https://drive.google.com/drive/folders/1WY-SNsaukXBzhlOXnJVs6lU5Cs0BoXx0

- يمكنك الاطلاع على الأستراتيجيات التي ضعت لدعم المرأة ومنها:
- الإستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠الإستراتيجية الوطنية لمكافحة العنف ضد المرأة (٢٠١٥-٢٠٢٠)[١٩]
- الإستراتيجية القومية للحد من الزواج المبكر (٢٠١٦-٢٠٢٠)
- وللمزيد من المعلومات عن إنجازات المجلس القومي للمرأة من يونيه ٢٠١٤ – مايو ٢٠٢٠ الإطلاع على جهود تمكين المرأة المصرية على الرابط التالي

https://drive.google.com/drive/folders/ 1WY-SNsaukXBzhlOXnJVs6lU5Cs0BoXx0

مرصد المرأة المصرية http://enow.gov.eg

١٩ – http://ncw.gov.eg/wp-content/uploads/2016/12/LR-Violence-National-Strategy.pdf

الجزء الثاني
أدوات التخطيط للدعوة
للمساواة بين الجنسين

تعريفات المصطلحات المستخدمة

فيما يلي شرح للمصطلحات الرئيسية المستخدمة في دليل مجموعة الأدوات الحالي:

الأنشطة: هي ما يقوم به الدعاة من أعمال للتأثير على جمهورهم وتحقيق أهدافهم. وقد تعرف أنشطة الدعوة أيضًا باسم تكتيكات الدعوة. ومن ذلك الفعاليات، والبيانات الصحفية، والاجتماعات، وأنشطة التواصل الاجتماعي، وغيرها.

الدعوة : هي العملية المتعمدة القائمة على الأدلة الواضحة للتأثير على صناع القرار وأصحاب المصلحة والجمهور المعني – بشكل مباشر أو غير مباشر - لدعم وتنفيذ الإجراءات التي تسهم في تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات.

وسواء كنت أحد المناصرين الذين يتمتعون بخبرة كبيرة أو ممن لديهم مهارات محدودة للدعوة، يعتبر هذا الدليل نافعًا لك لتكون استراتيجيًا في دفاعك من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين بحلول عام ٢٠٣٠.

الحليف: هو الشريك الذي يتعاون معك فيما يفيد من أجل تحقيق هدف الدعوة.

صانع القرار: هو الشخص الذي لديه صلاحية وسلطة وضع السياسات أو البرامج أو القوانين الحكومية أو التنظيمية أو تغييرها.

نقطة الدخول (الانطلاق): هي سبل الوصول إلى الجمهور الذي ترغب في الوصول إليه. وقد تكون نقطة الانطلاق زمانًا محددًا أو مكانًا معينًا أو شخص يمكنه مساعدتك في جذب انتباه جمهورك.

التقييم: هو عملية تحديد مدى ملاءمة وفعالية وتأثير برنامج أو مشروع الدعوة الجارية أو المكتملة فيما يتعلق بأهدافها.

الهدف: هو ما تتطلع مجموعة الشباب أو المؤسسة المجتمعية إلى تحقيقه على المدى الطويل، ربما على مدى عدة سنوات، أي أنه التغيير العام المطلوب إحداثه من خلال جهود الدعوة.

المؤثرون: هم الأفراد والجماعات الذين بإمكانهم التأثير على صناع القرار (أو الجمهور المستهدف) عن طريق تقديم المدخلات واقتراح الأفكار والإدلاء بالآراء.

الرصد: هو المهمة المستمرة التي تنطوي على جمع البيانات عن مؤشرات محددة جمعًا ممنهجًا لتزويد الإدارة وأصحاب المصلحة الرئيسيين بدلائل حول مدى الإنجاز والتقدم المحرز في تحقيق أهداف الدعوة.

النتائج: هي النتائج قصيرة الأجل اللازم تحقيقها من أجل الوصول إلى هدف الدعوة. وعادة ما تنطوي استراتيجيات الدعوة على نتائج متعددة تتحقق على الطريق نحو تحقيق هذا الهدف.

التفاوض: هو العمل على دفع القضية من خلال عرض موقف والتعامل مع المعارضة عن طريق فهم ديناميكيات السلطة وإدارتها داخل المؤسسات الخاضعة للتأثير وفيما بينها.

المشاركة: إتاحة الفرصة للتعبير عن الرأي، والتأثير على عملية صنع القرار وتحقيق التغيير.

السياسة: هي خطة أو مسار عمل أو مجموعة من اللوائح التي تعتمدها الحكومة أو المؤسسة.

عملية صنع السياسات: هي سلسلة الإجراءات المتخذة لوضع السياسة العامة، والموافقة عليها، وتنفيذها، ورصدها، وتقييمها. وغالبا ما يشار إليها باسم «دورة صنع السياسات» .

المعارضون: هم الأشخاص والمنظمات والمؤسسات ذات النفوذ التي تعارض دعوتك لأسباب مختلفة وبدرجات متفاوتة.

أصحاب المصلحة: هم الهيئات، أو المنظمات، أو المجموعات، أو الأفراد، الذين لهم مصلحة مباشرة أو غير مباشرة في تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات.

وسائل التواصل الاجتماعي: هذا مصطلح واسع يُستخدم لوصف الاتصالات التفاعلية، والشبكات، وتنظيم الأنشطة التي تجرى باستخدام التقنيات الرقمية (على شبكة الإنترنت وعلى الهواتف المحمولة). ومن أمثلة منصات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا الفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وإينستاجرام.

الاستراتيجية: هي خطة شاملة تعتمد على تقييم يوجه استخدام أنشطة الدعوة نحو أهداف واضحة للدعوة. (انظر المزيد عن «الأنشطة» و «الأهداف» أعلاه).

أهداف التنمية المستدامة: هي مجموعة جديدة من الأهداف والغايات والمؤشرات العالمية التي يتوقع أن تستخدمها الدول الأعضاء في الأمم المتحدة لوضع خططها وسياساتها السياسية حتى عام ٢٠٣٠.

الجمهور المستهدف: هم صناع القرار الذين لديهم النفوذ والسلطة للتأثير المباشر على نتيجة دعوتك.

الجزء الثاني :
التخطيط لتنفيذ حملات الدعوة بقيادة الشباب: « كيف »

مقدمة

في هذا الجزء سوف نتناول التخطيط لحملات الدعوة للمساواة بين الجنسين واهم الأدوات التي يمكنك استخدامها في تخطيط وتنفيذ ذلك بفاعلية.

لماذا يجب اشراك الشباب من الجنسين؟

تمثل نسبة الشباب في مصر – والذين تتراوح اعمارهم بين ١٨ الى ٢٩ سنة – نسبة ٢١٪ اي ما يقرب من ربع السكان وذلك وفقا لتقرير الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء ٢٠١٨، وبإمكان هذا العدد الضخم من الشباب أن يكون المحرك الرئيسي للتغيير في المنطقة[١] وللعمل على تمكين المرأة ورفع الوعي للمساواة بين الجنسين عن طريق تنظيم ووضع حملات للدعوة .

غالبًا ما يسيطر الرجال على العديد من جوانب حياة النساء حيث يشغل الرجال مواقع مثل رؤساء للدول، ووزراء في الحكومات، وقادة دينيين، وقضاة، وقادة عسكريين، وقادة مجتمعيين، أو أزواج، أو آباء وأخوة. ويمكن للرجال الذين يشغلون مناصب قيادية داخل المؤسسات أن يستخدموا سلطتهم للدفاع عن إتاحة مشاركة المرأة الكاملة اقتصاديًا، وسياسيًا، واجتماعيًا، وثقافيًا، كما يمكنهم التأثير على السياسات والممارسات لتغيير العالم ليصبح مناصفًا بالتساوي بين الجنسين.

في المجتمعات المحلية والأسر، يمكن للشبان والفتيان الصغار أن يكونوا جزءًا من الحل المقترح لتحقيق المساواة بين الجنسين. على سبيل المثال، من خلال تولي الرجال مسئولية أكبر في رعاية الطفل، والعناية بالمنزل، والعمل على دعم زوجاتهم في كفاحهن لبناء مستقبلهن المهني وعملهن، وأن يضربوا مثالًا لأطفالهم حول شكل المساواة بين الجنسين داخل الأسرة. ويمكن أيضًا لتعليم الفتيان والشبان العلاقات الصحية والتوافق أن يساعد على وقف العنف الجنسي والقائم على النوع. ويمكن للرجال أن يتخذوا خطوات فعلية لوقف العنف ضد المرأة بما في ذلك من جانب المتفرجين.

تضمن لك العديد من الاتفاقيات الدولية **حقك في المشاركة الهادفة** في الحياة المدنية، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية سواء في مجتمعك المحلي أو المجتمع ككل. وتشمل هذه الاتفاقيات الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والمعاهدات الدولية بشأن الحقوق المدنية والسياسية، وبشأن الحقوق الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية من بين حقوق أخرى. وتعتبر

وثيقة اتفاقية حقوق الطفل – والتي تُعرِّف الأطفال بأنهم كل من كانوا دون ١٨ سنة – الفضل في إبراز حق الطفل في المشاركة (بما في ذلك المراهقين).

وفي عام ١٩٩٥، وفي يوم الذكرى العاشرة للعام العالمي للشباب، أكدت الأمم المتحدة على التزامها تجاه الشباب من خلال إقرار البرنامج العالمي

١- https://www.egypttoday.com/Article/1/55806/CAPMAS-youths-constitute-21-of-Egypt-s-population

للعمل من أجل الشباب (WPAY – World Program of Action for Youth). ويمثل هذا البرنامج استراتيجية دولية لمعالجة مشكلات الشباب بطريقة أكثر فاعلية، ومن أجل زيادة الفرص لمشاركتك في المجتمع وعلى كافة مستويات صنع القرار.[٢] ويعطي البرنامج أيضًا اهتمامًا خاصًا لحقوق الشابات. (اقرأ المزيد حول حقوق المرأة الشابة في المستقبل).

ما المقصود بالدعوة؟

هناك العديد من الطرق لتوصيف الدعوة وتنفيذها. ولغرض هذا الدليل، يمكننا القول بأن الدعوة(٣) هي ما يلي:

عملية مقصودة وتقوم على الدليل ← وتؤثر تأثيرًا مباشرًا أو غير مباشر على صناع القرار، وأصحاب المصلحة، والجمهور المستهدف ← من أجل دعم وتنفيذ أعمال من شأنها تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين النساء الشابات في المنطقة العربية

وبعبارة أخرى، إن الدعوة إلى المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة تعني التحدث عن حقوق المرأة وإدخال تعديلات على القوانين، والسياسات، والممارسات، والاتجاهات، التي توجد فرق إيجابي ومستمر في حياة جميع النساء الشابات. وتتطلب هذه الدعوة التأثير على الأشخاص والمؤسسات ذات السلطة والنفوذ لتغيير السياسات، والقوانين، والسلوكيات المؤسسية، والممارسات والاتجاهات الثقافية، التي تميز بين الجنسين، والتي تحول دون استمتاع النساء الشابات بحقوقهن.

نستخدم في هذا الدليل أمثلة للدعوة موجهة للحكومات أو غيرها من الهيئات العامة لتجعل القوانين والسياسات أكثر إنصافًا بين الجنسين. وذلك لأن السياسات المنصفة للجنسين تمثل القوة الدافعة للتغيير في الاتجاهات والممارسات على مستوى المجتمعات المحلية والأفراد. وفي الوقت نفسه، نحتاج أن نعمل مع المجتمعات المحلية لمعالجة الاتجاهات الثقافية والمعايير الاجتماعية التي تحد من حقوق المرأة الشابة وتعوق المساواة بين الجنسين.

التخطيط للدعوة

لكي تكون الدعوة فعالة، فمن الأهمية التخطيط لها تخطيطًا صحيحًا. وينبغي أن تعكس الخطة الجيدة للدعوة ، تحديد أين أنت؟ وأين تريد أن تكون؟ وكيف تصل إلى ما تريد؟ وبعبارة أخرى، **التخطيط السليم والمجهود المنظم** للتأثير على القرارات والممارسات السياسية الرئيسية بطريقة استراتيجية لتحقيق هدفك في إيجاد مجتمع يتسم بالمساواة بين الجنسين.

لإدارة المخاطر بفاعلية	للعثور على شركاء وداعمين	لتقسيم أهداف دعوتك إلى خطوات قابلة للإنجاز
لاستخدام الأدوات الصحيحة	لماذا يجب التخطيط للدعـوة؟	للإستفادة من الفرص الجديدة
لتحديد التوقيت المناسب	لاستخدام الموارد الشحيحة بحكمة	للمعارضة

٢ https://www.un.org/development/desa/youth/world-programme-of-action-for-youth.html تمت زيارته في ٢٥ سبتمبر ٢٠١٧

٣ – التعريف مقتبس من اليونيسيف (٢٠١٠). دليل أدوات الدعوة: دليل إرشادي للتأثير على القرارات التي تعمل على تحسين حياة الأطفال.

أدوات تخطيط العمل الدعوي

وهناك العديد من السبل التي تساعد على تخطيط العمل الدعوي تخطيطًا استراتيجيًا. ففي دليل مجموعة الأدوات الحالي، نستخدم «نموذج الأسئلة التسعة» لإعداد خطة دعوة استراتيجية لتحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين جميع النساء والشابات. وسوف تتدرج بك هذه الأسئلة التسعة خطوة خطوة، بدءًا من تحديد قضية الدعوة الرئيسية التي تريد الدعوة إليها، إلى رسم خطة عمل نوعية لتنفيذ العمل الدعوي.

على الرغم من عرض هذه الأسئلة على التوالي، تذكر أن عملية الدعوة ليست عملية خطية – فهي تتم على هيئة دورة. ففي حين لا يجب عليك أن تمر على الأسئلة التسعة بنفس ترتيب عرضها، ستضطر إلى إعادة النظر فيها على الدوام أثناء عملية تخطيط استراتيجية الدعوة الخاصة بك وأثناء تنفيذها. فالأسئلة التسعة مترابطة، والإجابة على أحدها يحتم التعرض للأسئلة الباقية. ويمكنك استخدام هذا النموذج للتخطيط الاستراتيجي للدعوة على المدى الطويل، كما يمكن استخدامه كقائمة تدقيق للوقوف السريع على مدى الاستجابة. ويمكن تطبيق هذا النموذج على أعمال الدعوة على كافة المستويات: المحلية، والوطنية، والإقليمية، والعالمية.

هذه الأسئلة التسعة هي:

السؤال (١): ماذا تريد؟
تفهم وضعك، واحصل على الدليل، وحدد أولويات دعوتك.

السؤال (٢): من يستطيع أن يحقق لنا ما نريد؟
تعرف على الجمهور الذي تستهدفه دعوتك.

السؤال (٣): ماذا يحتاج هذا الجمهور لسماعه؟
حدد رسائل دعوتك.

السؤال (٤): ممن يريدون أن يسمعوا ذلك؟
تعرف على أكثر المبلغين فاعلية لتبليغ دعوتك

السؤال (٥): كيف نلفت انتباه الجمهور لسماع الرسائل؟
حدد كيفية تبليغ الرسالة.

السؤال (٦): ماذا لديك؟
ادرس مصادرك ونقاط قوتك.

السؤال (٧): ما هي العوامل الخارجية المؤثرة؟
الفرص والتحديات التي تواجهك.

السؤال (٨): كيف نبدأ؟
فكر في خطواتك الأولى عن طريق وضع أهداف الدعوة ونتائجها

السؤال (٩): كيف نعرف إذا كانت حملة الدعوة تسير جيدًا أو تتعثر؟
ضع خطة لرصد دعوتك وتحديد التأثير والتعلم.

السؤال (١): ماذا نريد؟

الإجابة على السؤال (١) تتضمن ما يلي:

- تحليل الوضع
- فهم المشهد السياسي والثقافي
- الربط بين السياسات الوطنية والاتفاقيات الدولية
- اختيار أولويات الدعوة
- إيجاد دليل للدعوة

١. تحليل الوضع:

يعمل تحليل الوضع على تحليل المشكلة التي تحتاج للمعالجة، ويدرس السبل التي يمكن حل المشكلة من خلالها. ويساعد تحليل الوضع على استخلاص دليل قوي يخدم قضية الدعوة الخاصة بك. وبهذه الطريقة يشكل تحليل الوضع الأساس الذي تقوم عليه جميع الخطط الاستراتيجية للدعوة بلا استثناء.

وهناك سبل أخرى عديدة لتنفيذ تحليل سريع للوضع. على سبيل المثال، يمكنك تنفيذ استعراض للمواد المتاحة

حول المساواة بين الجنسين ورصد الاتجاهات بشأن حقوق المرأة الشابة في بلدك لتحديد قضية الدعوة التي ستتبناها. اطلع على الأبحاث، والتقارير، والدراسات الاستقصائية، والمشاورات الشبابية، والإحصائيات، والسياسات، والشهادات المتعلقة بحقوق المرأة الشابة وقضايا المساواة بين الجنسين.

٢. فهم المشهد السياسي والثقافي:

عليك أن تحدد نقاط الانطلاق في دعوتك والعثور على الفرص للتأثير على أصحاب المصلحة. ويتطلب ذلك استيعاب الأنظمة السياسية، والبيئة السياسية، والثقافة المحلية. ويوفر الربط بين السياسات الوطنية، والاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية أهداف التنمية المستدامة، واتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (سيداو)، وغيرها من المواثيق الدولية، فرصًا إضافية للدعوة من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين.

يجب على كل مدافع أن يكون على اطلاع بالهياكل الحاكمة في دولته. وفيما يلي بعض الأمور التي عليك التفكير فيها: ما هي الجهات السياسية الرسمية الرئيسية في دولتك؟ على سبيل المثال، على المستوى الوطني، تشمل الهياكل السياسية الرسمية الرئيسية السلطة التشريعية (مجلس الشعب/البرلمان)، وللسلطة التنفيذية (رئيس الجمهورية، ونائب رئيس الجمهورية، ومجلس الوزراء)، والقضاء (المحاكم)، النظام الحكو مي، والأحزاب السياسية (وخاصةً أثناء أوقات الانتخابات)، والشرطة والجيش. ادرس كيف ترتبط هذه الجهات مع بعضها البعض، بما في ذلك ارتباطها بالقطاع الخاص، والجهات المانحة، والمجتمع الدولي والمواطنين.[٤] تمثل هذه الهياكل السياسية جميعها نقاط انطلاق مهمة للدعوة.

وبالمثل، قم بإجراء تقييمًا للهياكل والمؤسسات الثقافية والدينية في الدولة لتحديد المساحة المتوافرة للتأثير عليهم.[٥]

فهم البيئة السياسية:[٦] لفهم البيئة السياسية، لتحديد السياسات والخطط الحالية ذات الصلة التي تحتاج لإعادة صياغة لتتناسب مع المساواة بين الجنسين، أو السياسات القائمة المساوية للجنسين التي تحتاج للتنفيذ والرصد.

وللتأثير بفاعلية على السياسات، من الأهمية أن تتذكر أن كل سياسة منها تعمل تحت مظلة أكبر وهي النظام الذي يُشكل هذه السياسات. وفي نطاق البيئة السياسية الأكبر، عليك التعرف على الجهة التي تتخذ القرارات، وفي أي هيكل، ومتى يتم اتخاذ القرار السياسي. تعرف على الجدول الزمني للأعمال والفعاليات التي تؤثر على وضع السياسة وتوقيت اتخاذ القرار. سجل هذه التواريخ أو الفترات الهامة في دعوتك. معرفتك بالتقويم سوف تساعدك على تحديد كيفية التأثير على السياسة والوقت المناسب لذلك، وكلما تم قبول الفكرة في مرحلة مبكرة من دورة صنع السياسة، كلما كان من المرجح أن تزداد فاعلية النتيجة النهائية.

وبوجهٍ عام، يتم اتخاذ القرارات السياسية وفقًا لدورة أو جدول في الساحة السياسية. وعادةً ما تشمل المراحل الأربعة لدورة صناعة السياسة (وتسمى أيضًا دورة صناعة السياسة) ما يلي:

(١) وضع جدول الأعمال (الأجندة)،
(٢) الصياغة ووضع القوانين،
(٣) التنفيذ والتطبيق،
(٤) الرصد والتقييم.

وعلى الرغم من أن كل مرحلة تختلف عن الأخرى، إلا أنه غالبًا ما تتداخل هذه المراحل مع بعضها.

٤ – مقتبس من فينيكلاسن ل.، ميلر ف. (٢٠٠٢). نسيج جديد للسلطة، الشعب والسياسة: دليل العمل للدعوة ومشاركة المواطن. للشركاء فقط.

٥ – مقتبس من كاركارا ن. (٢٠١٣). دليل مجموعة أدوات الدعوة لجدول أعمال الأطفال حول كيفية الدعوة بفاعلية إلى حقوق الطفل في تنزانيا، يونيسيف تنزانيا

٦ – مقتبس من TASCO, SIPU إنترناشيونال (٢٠١١). الدعوة والتأثير على السياسات من أجل التغيير الاجتماعي.

٣ - الربط بين السياسات الوطنية والاتفاقيات الدولية

كما سبق أن ذكرنا، يمكنك استخدام الاتفاقيات الدولية التي تتناول المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة الشابة للتأثير على السياسات الوطنية. ومن أبرز هذه الاتفاقيات «اتفاقية أهداف التنمية المستدامة» التي تتيح فرصة مهمة وتاريخية لجعل السياسات الوطنية أكثر مساواة بين الجنسين[٧].

كما توفر لك الاتفاقيات الدولية الأخرى الشرعية وتعطي لمطالبك قوة أكبر من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين، وهذه الاتفاقيات مثل اتفاقية سيداو وبرتوكولاتها الاختيارية، وإعلان ومنهاج عمل بكين، والقرار رقم ١٣٢٥ بشأن المرأة والسلام والأمن، والقرار رقم ٢٢٥٠ بشأن الشباب والسلام والأمن، وغيرهم من الاتفاقيات. وتساعد هذه المواثيق وآليات الرصد الخاصة بها على مساءلة الحكومات لضمان حقوق المرأة الشابة. كما تم وضع «الاستراتيجية المصرية للمرأة ٢٠٣٠» للتوافق مع أهداف التنمية المستدامة لتحقيق العدل والمساواة وتمكين للمرأة.

فيما يلي بعض المصادر التي يمكنها أن تساعدك على التعرف على وضع المرأة والفتاة في مصر بالإضافة إلى اتجاه الرجال والفتيان نحو المساواة بين الجنسين. كما توفر هذه المصادر أفكارًا حول كيفية تحسين وضع المرأة من خلال الدعوة.

- **الدراسة الاستقصائية - مصر IMAGES Egypt**
  تساعد هذه الدراسة على فهم الاتجاهات الذكورية في المنطقة العربية. وتقدم الدراسة دليلًا هامًا حول موقف الرجال من المساواة بين الجنسين.
  (https://egypt.unwomen.org/en/digital-library/publications/04/2018/images-study)
- **مراجعة تقرير الإنجازات للأمم المتحدة للمرأة ٢٠١٨:**
  https://egypt.unwomen.org/en/digital-library/publications
- **موقع الأمم المتحدة للمرأة**
  https://egypt.unwomen.org
  وصفحة الفيس بوك
  مصر - https://www.facebook.com/unwomenegypt/
- **أقرأ عن اهداف التنمية المستدامة**
- **التقرير الاحصائي الوطني لمتابعة مؤشرات اهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ في مصر – الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء**
- **START (دليل أدوات مبسط لتقنيات أبحاث الدعوة):** يقدم هذا الدليل للمستخدمين إرشادات شاملة حول كيفية تنفيذ أبحاثهم الخاصة لاكتشاف الحالة الواقعية والمشكلات التي تكتنف أي قطاع أو فكرة بعينها.

تذكر أن تحديد قضية الدعوة التي تتبناها لا يعني فقط التركيز على الفكرة العامة التي ترغب في معالجتها (على سبيل المثال التمكين الاقتصادي للمرأة، وإنهاء العنف ضد الشابات وغير ذلك). بل ستحتاج أيضًا إلى التفكير في قضايا محددة مرتبطة بهذه الفكرة العامة، وأسبابها الجذرية، والمعوقات التي تحول دون حلها والحلول المتعلقة بالسياسات.[٨]

٧ - https://www.eg.undp.org/content/egypt/ar/home/sustainable-development-goals.html

٨ - برنامج الأمم المتحدة المشترك UNAIDS (٢٠١٤). ٢٠١٥. دليل ادوات استراتيجية الدعوة

الأداة (١): شجرة المشكلة والحلول

هي أداة مفيدة لإجراء تحليل أعمق للوضع لأنها توفر هيكل بصري لتحليل المشكلة وحلها. وتساعد شجرة المشكلة في فهم الأسباب المباشرة، والأسباب الكامنة، والأسباب الجذرية للمشكلة، كما تساعد في عملية جمع المعلومات لدعم التحليل. وتساعد شجرة الحل على تحديد المجالات التي يمكنك من خلالها الدعوة للتغيير.

وهنا، على سبيل المثال، نفترض أن مجموعة شبابية قررت، بعد إجراء استعراض سريع لتحليلات الوضع الوطني بشأن المساواة بين الجنسين، والتشاور مع مجموعات من الشابات، والشبان، والمدافعين عن المساواة بين الجنسين، التركيز على مشكلة التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة. ومن أجل هذه المشكلة الرئيسية، هيا بنا نعمل على وضع شجرة للمشكلة والحلول باستخدام الاتجاهات أدناه لتحليل المشكلة وحلولها بالتفصيل.

لتكوين شجرة للمشكلة، اتبع ما يلي:

١- كما يشير الاسم، تشبه هذه الأداة الشجرة. ابدأ من خلال رسم مخطط تدفق، كما هو مبين، عن طريق وضع المشكلة الرئيسية في وسط الشجرة. تمثل جذور الشجرة، في الجزء الأسفل من الرسم، أسباب المشكلة الرئيسية.

٢- أدرج أكبر عدد ممكن من أسباب المشكلة. ارسم أسهمًا متجهة من الأسباب إلى المشكلة الرئيسية. وبينما تدرج كل سبب، فكر في «مسبب» السبب. اربط بين الجميع بأسهم لتوضح الترابط بينهم.

٣- بعد ذلك، اكتب الآثار، أو النتائج المترتبة على المشكلة، فوق مربع المشكلة الرئيسية (فروع الشجرة). ارسم سهمًا متجهًا من المشكلة الرئيسية إلى التأثير. ولكل تأثير من التأثيرات، اسأل ما هو التأثير الأكبر الذي قد يترتب على المشكلة.

٤- تذكر أن تدرس وضع الشابات الأكثر ضعفًا والمهمشات، وكيف يؤثر ذلك عليهن.

٥- بعد إتمامك لعملية العصف الذهني، اطلع على الأسباب مرة ثانية، وسلط الضوء على الأسباب التي من الممكن تغييرها أو تحسينها بمساعدة الشخصيات أو المؤسسات المؤثرة من خلال الدعوة.

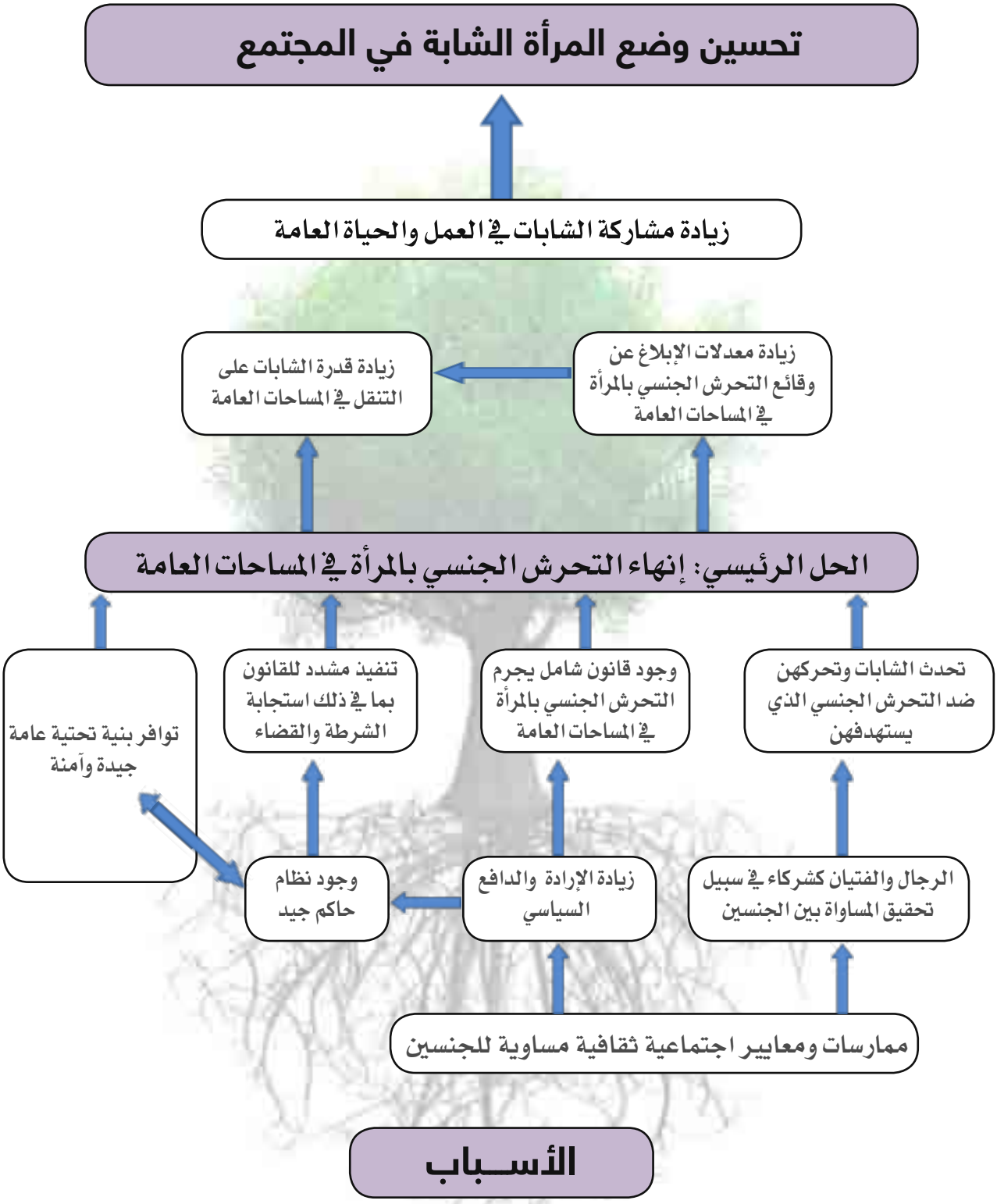
والآن قم بتحويل شجرة المشكلة إلى شجرة للحلول:

أحد طرق التعرف على الحلول تكمن في عكس الأسباب والنتائج المترتبة على المشكلة. على سبيل المثال، إذا كانت المشكلة «عدم كفاية القوانين التي تتناول التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة» فإن الحل الممكن سوف يكون «وضع قانون لتجريم التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة.» وهناك حلول أخرى مثل «ضمان التنفيذ الصارم للقانون» و«توفير بنية تحتية أفضل وأكثر أمنًا»، و«العمل مع الرجال والفتيان كشركاء لتحقيق المساواة بين الجنسين».

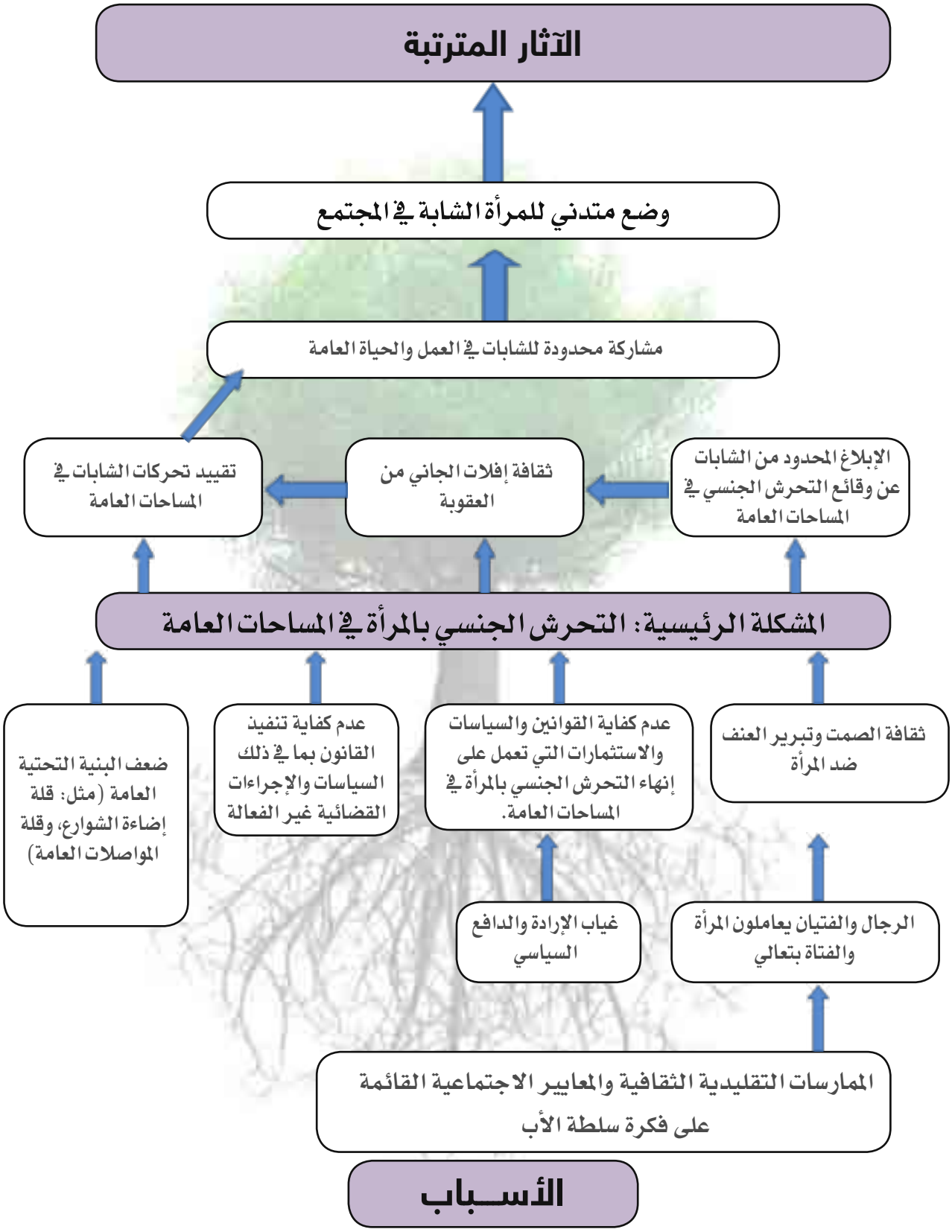
وسوف تساعدك هذه الحلول على تقديم أفكار تتعلق بما ستركز عليه في دعوتك. على الرغم من تناول هذا الموضوع باستفاضة في السؤال (٨): كيف نبدأ؟، من المفيد أن نبدأ الآن التفكير في كيفية ارتباط القضية ببيئة وضع السياسات.

لاحظ أن المثال يقدم فهمًا لكيفية استخدام الأداة، ولكنها لا تمثل أبدًا تحليلًا كاملًا، لأنه من الممكن أن تكون هناك أسباب وآثار أخرى للمشكلة، كما قد توجد روابط أكثر بين الحلول. من الأهمية أيضًا أن تتفهم أنه في هذا المثال الافتراضي، نحن نفترض عدم وجود قانون أو عدم كفاية القوانين المتوافرة والتي تتناول إنهاء التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة في الدولة، ولذلك جاء حل المشكلة في وضع قانون شامل يتناول هذه القضية. وعندما تنفذ هذا التدريب مع مجموعتك الشبابية، فقد يكشف لك تحليلك عن هذه المشكلة، أو قد يسلط الضوء على وجود قانون بالفعل في دولتك يتناول هذه القضية، غير أن هذا القانون لا يطبق بصرامة أو لا تتم مراقبة تنفيذه أو كليهما. وفي هذه الحالة، سوف يركز الحل الذي تقترحه على التأكد من التنفيذ والرصد الفعال للقانون المذكور.

شجرة الحلول


تحسين وضع المرأة الشابة في المجتمع
زيادة مشاركة الشابات في العمل والحياة العامة
زيادة معدلات الإبلاغ عن وقائع التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة
زيادة قدرة الشابات على التنقل في المساحات العامة
الحل الرئيسي: إنهاء التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة
تحدث الشابات وتحركهن ضد التحرش الجنسي الذي يستهدفهن
وجود قانون شامل يجرم التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة
تنفيذ مشدد للقانون بما في ذلك استجابة الشرطة والقضاء
توافر بنية تحتية عامة جيدة وآمنة
الرجال والفتيان كشركاء في سبيل تحقيق المساواة بين الجنسين
زيادة الإرادة والدافع السياسي
وجود نظام حاكم جيد
ممارسات ومعايير اجتماعية ثقافية مساوية للجنسين
الأسـباب

شجرة المشكلة



٤- اختيار أولويات الدعوة:

سيكون أمرًا مثاليًا أن تتم الدعوة لجميع القضايا المحددة من خلال تحليل شجرة المشكلة والحلول، ولكن يجب أن تعطي دعوتك الأولوية لقضية واحدة فقط لضمان التركيز والنجاح في الدعوة. تذكر أن أولوية الدعوة التي تبدأ بها يمكن أن تبني زخمًا للقضية التي تختارها بعد ذلك. ويمكن اختيار أولويات الاوعية هذه من خلال تصنيف كل قضية محددة بناء على معايير محددة.

وبناءً على السياق، قد تتناول دعوتك وضع سياسة تتسم بالمساواة بين الجنسين، أو وضع قضايا المرأة الشابة ضمن الأجندة السياسية، أو تنفيذ سياسة قائمة تفعل المساواة بين الجنسين، أو حظر تنفيذ سياسة تمييزية، أو الحفاظ على سياسة تدعم المساواة بين الجنسين. وللحصول على المزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع، انظر الملحق (١): مؤشرات قياس أنشطة الدعوة، ونتائجها، وأهدافها، وتأثيرها.

٥- إيجاد دليل للدعوة:

من الأهمية توفير دليل لأنه يضفي الشرعية على الدعوة. وإذا كان الدليل الذي تقدمه موثوقًا، يأخذ صناع القرار ما تقوله على محمل الجد. وعلى الرغم من ذلك، يعتبر الحصول على الدليل جزءًا مستمرًا من العمل الدعوي، ويدعم العديد من مراحل التخطيط للدعوة. فالدليل يساعدك على اختيار قضايا الدعوة، ووضع أهداف الدعوة، ووضع رسائل (تساعد ايضًا في التغلب على الاعتراضات)، وبناء الشراكات، ورصد التقدم والتأثير.[٩]

ويمكن جمع هذا الدليل من خلال وسائل أولية أو ثانوية. الوسائل الأولية لجمع الدليل من الممكن أن تشمل إجراء بحوث، ودراسات استقرائية، واستعراضات، ووضع خرائط، ووثائق جميعها أصلية وتتناول الفكرة الرئيسية لدعوتك. ومن الممكن أن يوفر لك البيانات الكمية والنوعية. وسوف يساعدك ذلك على حشد أصوات الشابات والشبان التي تضيف المزيد من الشرعية على دعوتك.

ومن الممكن أن تشمل الوسيلة الثانوية لجمع المعلومات استخدام البيانات المنشورة والتي خضعت للتحليل بالفعل. وعندما تستعرض التحليل المتاح للوضع والاتجاهات بشأن المساواة بين الجنسين، عليك تسليط الضوء على جميع البيانات المتاحة من أجل بناء الدليل لخدمة دعوتك.

السؤال (٢): من يستطيع أن يحقق لنا ما نريد؟

تتضمن الإجابة على السؤال (٢) ما يلي:

- تحديد أصحاب المصلحة
- تحديد الجمهور المستهدف للدعوة
- تحديد الأشخاص المؤثرون
- تحليل الجمهور المستهدف
- عقد الشراكات من أجل الدعوة

١. تحديد أصحاب المصلحة:

يعتبر تحديد أصحاب المصلحة الخطوة الأولى في تحديد جمهورك المستهدف للدعوة. ولتبدأ في ذلك قُم بتدوين جميع الأشخاص المرتبطين بالقضية أو يؤثرون فيها أو يهتمون بها. وقد يكونون أفرادًا أو مجموعات أو مؤسسات. وإليك بعض الأسئلة لتحدد على أساسها أصحاب المصلحة لدعوتك.[١٠]

- من الذي من المرجح أن يحصل على مكاسب من التغييرات المقترحة؟ ومن الذي قد يتأثر سلبًا؟
- من هم مجموعات الشابات والشبان المتأثرين بالقضية؟ فكر في أكثر فئات الشابات استضعافًا وتهميشًا.
- من الذي يملك السلطة لإحداث التغييرات؟
- ما هي العلاقات بين الأفراد، والمجموعات، والمؤسسات المدرجة في الأسئلة المذكورة أعلاه؟

٩ – مقتبس من جوسلينج ل.، كوهين د.، (٢٠٠٧). دليل المشارك: مسائل في الدعوة – مساعدة الأطفال على تغيير عالمهم، التحالف الدولي لإنقاذ الأطفال.

١٠ – مقتبس من برنامج الأمم المتحدة للبيئة – برنامج العمل العالمي، اليونسكو آي إتش إي، البرنامج التدريبي العالمي لإدارة المناطق البحرية والساحلية. (٢٠٠٤). تحسين إدارة مياه الصرف الصحي البلدية في المدن الساحلية، دليل التدريب (الإصدار ١)

الأداة (٢): وضع مخطط لأصحاب المصلحة[١١]

تم توضيح هذه الأداة من خلال عرض نموذج المجموعة الشبابية التي تدعو إلى وضع قانون لتجريم التحرش الجنسالجدول التالي افتراضيًا بمصالح مختلفة لأصحاب ي بالمرأة في المساحات العامة. وقد تمت تعبئة المصلحة، ومستويات مختلفة من الدعم أو المعارضة، وتأثيرهم وأهميتهم. أضف المزيد من الأعمدة لتضم مختلف أصحاب المصلحة.

	صاحب المصلحة ١	صاحب المصلحة ٢	صاحب المصلحة ٣	صاحب المصلحة ٤
صاحب المصلحة (اذكر الاسم)	مثل: مجموعة الشابات	مثل: رئيس اللجنة الوطنية للمرأة	مثل: وزير الشئون الاجتماعية	مثل: رئيس مؤسسة دينية
نسبة **اهتمام** صاحب المصلحة بالقضية (اذكر النسبة: عالية، متوسطة، منخفضة)	عالية	عالية	متوسطة	منخفضة
مستوى **معارضة** صاحب المصلحة لهذه القضية أو دعمه لها (حليف قوي، حليف متوسط، محايد، معارض متوسط، معارض قوي)	حليف قوي	حليف قوي	حليف متوسط	معارض قوي
تأثير صاحب المصلحة (**سلطته**) على القضية (غير معروف، ليس له تأثير، بعض التأثير، تأثير معتدل، تأثير كبير، تأثير شديد)	تأثير كبير	تأثير معتدل	تأثير شديد	تأثير كبير
أهمية مشاركة صاحب المصلحة (غير معروفة، ليس لها أهمية، مهمة بعض الشيء، متوسطة، شديدة الأهمية، دور حاسم)	مهمة جدًا	مهمة بعض الشيء	دور حاسم	مهمة جدًا

١١ – مقتبس من اليونيسيف (٢٠١٠). دليل مجموعة أدوات الدعوة: دليل تدريبي للتأثير على القرارات التي تعمل على تحسين حياة الأطفال

٢. تحديد الجمهور المستهدف للدعوة:[١٢]

وبعد إجراء التحليل المذكور أعلاه، يمكنك الآن أن تبدأ ترتيب أصحاب المصلحة بحسب الأولوية كأهداف لقضية الدعوة.

وسوف تشمل أهداف دعوتك هذه المؤسسات والأفراد الذين يتمتعون بالسلطة والتأثير الكبيرين لمساعدتك على تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة الشابة. ويمكن إطلاق اسم «الغايات الأساسية للدعوة» على صناع القرار الذين يمكنهم بفاعلية اعتماد التغيير الذي تسعى لتحقيقه؛ على سبيل المثال، كبار مسئولي الوزارات والهيئات والإدارات الحكومية في الإدارات المحلية والوطنية، ونواب البرلمان، والجهات المانحة الدولية وحكوماتها. **تذكر أن الرجال يشغلون غالبية مناصب صنع القرار. وفي دعوتك، سوف تحتاج لدراسة المنهجيات لتوصيل الرسائل التي تُظهر المنافع التي يعود بها تحقيق المساواة بين الجنسين على الجميع لهؤلاء الفئات.**

٣. « المؤثرون »:

هم أولئك الذين يمتلكون التأثير أو السلطة على الغايات الأساسية لإحداث التغيير المنشود، على الرغم من أنهم قد لا يملكون السلطة لحل القضية حلًا مباشرًا. وهذه هي غايات الدعوة الثانوية. وغالبًا، قد لا تستطيع الوصول إلى صناع القرار أنفسهم، ومع ذلك، تتسم خطة دعوتك بالفاعلية. وعلى العكس، قد تحتاج دعوتك أن توجه إلى أولئك الذين يستطيعون الوصول إلى صناع القرار. على سبيل المثال، وسائل الإعلام، والمشاهير (عبر الإنترنت وخارجه)، والقادة المجتمعيين، والقادة الدينيين، وأساتذة الجامعات، والمنظمات متعددة الأطراف، والمعاهد البحثية، والهيئات المهنية، أو أي مصادر أخرى تعمل على تقديم المشورة لصناع القرار، وتشكل الرأي العام.

فهم الرأي العام حول قضية دعوتك

هناك طريقة واحدة للتعرف على الرأي العام تجاه قضية دعوتك، وهي من خلال إجراء استطلاع للرأي. يمكنك، مثلًا، إجراء استطلاع إلكتروني للرأي (عن طريق تويتر أو **survey monkey**) كما يمكنك تنظيم استطلاع رأي شخصي لتحديد رأي من يمثلون الجمهور العام بما في ذلك الشبان والشابات، وغيرهم في المجتمع المحلي (من جميع الخلفيات) حول قضية دعوتك. وقد تصب هذه المعلومات لصالح تحليل الغاية الخاص بك، كما أنها ستساعدك بالتبعية على الوصول إلى سبل أكثر فاعلية للتأثير على هؤلاء الجمهور. ويمكن أيضًا لاستطلاع الرأي الشامل والمعد بعناية أن يقدم لك الدليل على الآراء العامة حول القضية والتي يمكنك استخدامها في رسالتك الدعوية.

وإذا أخذنا على ذلك مثال وهو وضع قانون يجرم التحرش الجنسي بالمرأة، فإن استطلاع الرأي يمكنه أن يخبرنا عن الفئات الذين يدعمون هذا القانون في المجتمع، وإذا ما كانوا ضد هذا القانون، فما هي تحفظاتهم عليه. وسوف تساعدك هذه المعلومات على وضع استراتيجيات أكثر ملاءمة للتأثير على المعارضين (مثل: التركيز على رفع الوعي في المجتمعات المحلية) وإيجاد سبل للعمل عن كثب مع الجهات الداعمة.

٤. تحليل الجمهور المستهدف:

بعد تحديد الفئات المستهدفة والجهات المؤثرة، عليك التوصل لقرار بشأن كيفية التأثير عليهم. قد تتشابه معتقداتهم، واتجاهاتهم، ومصالحهم في قضية المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة مع معتقداتك، واتجاهاتك، ومصالحك، وفي هذه الحالة، سيكون التأثير عليهم أسهل. ومع ذلك، قد تختلف أفكارهم كليًا أو حتى تتعارض مع افكارك حول المساواة بين الجنسين وحقوق المرأة الشابة.

وتتطلب الاستجابة لهذا الوضع الحصول على أكبر قدر من المعلومات حول اهتماماتهم واتجاهاتهم، من جميع المصادر المتاحة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد

١٢ – مقتبس من مؤسسة واتر إيد (٢٠٠٧). مرجع الدعوة

الأخبار المتعلقة بالمستهدف، والتحدث إلى الأشخاص الذين قد يعرفونها، أو حتى التحدث معهم مباشرة إذا أمكن. ومن خلال هذه المعلومات، يمكنك إجراء تحليل شامل للمستهدف. وفيما بعد، سوف يسمح لك ذلك بوضع الرسائل والتأثير على الاستراتيجيات المصممة خصيصًا لهم، ولانتماءاتهم السياسية، ما يعرفونه ويعتدونه عن قضيتك، ومصالحهم ومعتقداتهم الشخصية وأيضًا ما يهتمون به بالفعل (والمقصود: أي جداول أعمال خفية ومحتملة قد تكون لديهم).[١٣]

يجب ان تنتبه لأن أي استطلاع للرأي او بحث ميداني يحتاج لموافقات من الجهات المعنية المختصة وإلا قد تتعرض للمساءلة القانونية.

الأداة (٣): تحليل متعمق للمستهدف

لتحقيق فهم أفضل لجمهورك المستهدف، قد تطرح الأسئلة التالية لكل مستهدف:

١- ماذا يعرفون عن القضية؟
٢- ما هو موقفهم من القضية؟
٣- ما الذي يهتمون به بالفعل؟
٤- من الذي يؤثر عليهم؟
٥- ما مدى تأثيرهم أو سلطتهم على القضية؟

وإذا رجعنا إلى المثال السابق، ففيما يلي نجد جدول تم وضعه لمجموعة شبابية تدعو إلى وضع قانون يجرم التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة في الدولة.

مثال لنموذج تحليل المستهدف:

المستهدف / المؤثر	ما ذا يعرف عن القضية؟	ما هو موقفه تجاهها؟	ما الذي يهتم به بالفعل؟	من الذي يؤثر عليه؟	ما مدى تأثيره أو سلطته على القضية؟
١- وزير التضامن الاجتماعي	يتعرض للقضية بشكل ما ويعرف أهمية وجود مساحات عامة آمنة للمرأة	محايد. يوافق على أنه ينبغي عدم تعرض المرأة للتحرش الجنسي في المساحات العامة، ولكنه لا يعتقد أن هناك ضرورة لوضع قانون يتناول هذا الأمر.	مخصصات الموازنة، والأصوات، والانتخابات خلال فترة عامين، والوزير حريص على أن يرتبط اسمه بمشروع «جيد»	وزارة الداخلية، ووزارة المالية، والبنك الدولي، وغير ذلك من الجهات المانحة الكبرى، وجمهور الناخبين.	للوزير سلطة كبيرة تمكنه من إدراج القضية في جدول الأعمال، وأن يتابع تطور وضع القانون.
٢- وزير الشباب والرياضة	يتعرض للقضية بصورة كبيرة	غير مهتم بشكل كبير	الاصوات، ونتائج الانتخابات	رئيس الجمهورية / مكتب رئيس الوزراء، وزارة الداخلية، والمنظمات الدولية	يتمتع الوزير بسلطة واسعة تمكنه من التأثير على صياغة القانون وتمريره.

١٣ - مقتبس من كاركارا ن. (٢٠١٣). دليل مجموعة أدوات الدعوة لجدول أعمال الأطفال حول كيفية الدعوة بفاعلية إلى حقوق الطفل في تنزانيا، يونيسيف تنزانيا

٣- رئيس المجلس القومي للمرأة	يتعرض بصورة كبيرة للقضية	لديه اهتمام كبير بتوفير مساحات عامة آمنة للمرأة	زيادة التمويل المركزي، وجذب الجهات المانحة الدولية	وزارة التخطيط، ووزارة الشؤون الاجتماعية، ووزارة المالية، والجهات المانحة، والمنظمات الدولية	يتمتع رئيس اللجنة بسلطة معتدلة للتأثير على وضع القانون وتمريره.
٤- رئيس إحدى المؤسسات الدينية	قليلًا ما يتعرض للقضية	اهتمام ضئيل	يتبنى المعايير الاجتماعية التقليدية حول تقييد تنقل المرأة في المساحات العامة	القادة الدينيين الآخرين، والقادة السياسيين	يمكنه أن يؤثر على الجمهور العام لقبول أهمية هذا القانون. ويمكنه أيضًا التأثير على الرجال والفتيان لوقف التحرش الجنسي بالمرأة والتصدي له إذا ما شاهدوه في مجتمعاتهم المحلية.
٥- وسائل الإعلام	تتعرض لهذه القضية بصورة متوسطة	ارتباط أو أهمية متوسطة إلى عالية	أرقام التوزيع، والقصص المثيرة للاهتمام	مالكو القنوات الإعلامية، ووزارة الإعلام	لها سلطة قوية لمساءلة المسئولين عن وضع القانون.
٦- عامة الجمهور (مع التركيز على الشبان)	تفهم ضعيف إلى متوسط للقضية	ذات أولوية متوسطة	السلام والتنمية	وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والقادة الدينيين	يمكن للمواطنين أن يكون لهم صوت مسموع للضغط من أجل وضع قانون يحافظ على سلامة المرأة في المساحات العامة. وقد يكون للمواطنين سلطة قسرية على الحكومة من خلال قدرتهم على التصويت في الانتخابات المقبلة.

٥ . عقد الشراكات من أجل الدعوة: [١٤]

المقصود بالشراكات من أجل الدعوة بوجه عام هو انضمام مجموعة من الأشخاص و/أو المؤسسات التي يمكنها تشارك المعلومات، والفرص، والمهارات، والموارد، بصورة رسمية أو غير رسمية، للمساعدة في بناء سلطة ونفوذ للدعوة. وغالبًا ما تستخدم كلمات مختلفة لوصف الشراكات، مثل شبكة، وائتلاف، وتحالف، وحركة، ومنصة.

٥-١ . أهمية عقد الشراكات

- الحصول على الدعم لمبادرتك، وبناء قاعدة لسلطتك، وتضخيم صوتك.
- وضع أفكار وسبل جديدة حول قضية دعوتك.
- الحصول على المعرفة والخبرة.
- إدارة المخاطر الناشئة عن الدعوة.
- العمل بصورة مباشرة أكثر مع الفئة المهمشة من الشابات والشبان والفئات المتأثرة بالتمييز القائم على النوع.

وسوف يساعدك ذلك بدوره في الحصول على فهم أعمق لقضية الدعوة ، كما سيساعدك على بناء شبكة أكثر تعبيرًا عن دعوتك.

٥-٢ . معايير تحديد الشركاء:

عند هذه النقطة من التخطيط لدعوتك، يجب أن تكون قد أنجزت جزءًا كبيرًا من العمل لتحديد الشركاء. راجع المعلومات التي يسفر عنها مخطط اصحاب المصلحة وتحليل المستهدف، وذلك لوضع قائمة من الشركاء المحتملين في الدعوة. والآن عليك مقارنة الأشخاص والمؤسسات الناتجة بقائمة المعايير التالية لتحديد شركائك المحتملين:

- أن يكونوا داعمين للشابات والشبان والقضايا التي تعني هاتين الفئتين.
- أن يكونوا مشاركين مع مجموعة متنوعة من الشباب (مثل: الشباب الذين يعيشون في المناطق الريفية والحضرية، وشباب اللاجئين، والشباب الذين ينتمون للأقليات العرقية، وغير ذلك من الفئات).
- أن يكون لديهم تركيز خاص على تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين جميع النساء الشابات.
- أن يتفهموا ويقدروا الدور الذي يمكن للشبان أن يلعبوه كشركاء في السعي لتحقيق المساواة بين الجنسين.
- أن يمتلكوا قوة أو مهارة رئيسية تضيف نفعًا حقيقيًا على دعوتك.
- أن يكونوا قد شاركوا من قبل في الحوارات التي تتناول التنفيذ الوطني المراعي للجنسين لأهداف التنمية المستدامة.
- أن تكون لديهم علاقات قائمة مع صناع القرار الرئيسيين.

أمور للتفكير والمناقشة

١- هل يمكنك التفكير في أي معايير إضافية قد تساعدك على تحديد شركائك المحتملين؟

٢- بمجرد أن تحدد شركائك المحتملين للعمل الدعوي، فكر في سبل التواصل معهم وتكوين شراكات من شأنها أن تضيف قيمة لدعوتك.

١٤ – مقتبس من برنامج الأمم المتحدة المشترك UNAIDS (٢٠١٤). ٢٠١٥. دليل ادوات استراتيجية الدعوة

- **اصنع بعض الضجة.** وظف العديد من السبل بإستخدام أو بدون استخدام الإنترنت لزيادة الوعي العام حول أسباب الدعوة للمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة والفتاة وفوائدها التي تعود على الجميع، ودور الرجال والفتيان كشركاء من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين. وضح كيف أن تحقيق المساواة بين الجنسين هو مسئولية جميع أفراد المجتمع. وتحدث عن أهداف التنمية المستدامة وكيف توفر فرصة ممتازة لضمان حقوق جميع النساء الشابات في مصر. سلط الضوء على الأسباب التي تجعل هناك ضرورة لوضع احتياجات النساء الشابات، وخاصة الفئات الأكثر ضعفًا، في محور جميع الخطط الموضوعة من أجل تنفيذ أهداف التنمية المستدامة.

- **شارك.** اكتشف الأفراد المسئولون عن التنسيق لإطلاق أهداف التنمية المستدامة في مدينتك/محافظتك، وتعرف على المرحلة التي تتم من خلالها عملية تنفيذ كل هدف من هذه الأهداف. تعرف على كيفية مشاركة المجتمع المدني في هذه العملية. وفي حالة غياب الآليات الموضوعة لإشراك المجتمع المدني، أو ضعفها، ادع إلى وضع عملية أكثر انفتاحًا وشمولية. وسوف يتطلب ذلك العمل مع الجهات الفاعلة الأخرى في المجتمع المدني من مجموعة من القطاعات للضغط على الحكومة لجعل العملية أكثر شمولية، وشفافية، وفاعلية.

- **ارفع صوتك.** تأكد من التعبير عن جميع الأصوات التي تمثل أكثر الشابات تهميشًا عند الاجتماع لتحديد الأولويات المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة. اعمل على تذكير الحكومة بأن أهداف التنمية المستدامة قائمة على مبدأ عدم إقصاء أحد، ومحاولة الوصول أولًا إلى الفئات الأكثر بُعدًا. وشارك في وضع الحلول والسبل المبتكرة لتحقيق المساواة بين الجنسين بما يتماشى مع تنفيذ أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر.

- **تعاون مع الجميع.** اسعَ لإقامة علاقات مع الحكومة، ورجال العمال، والأساتذة الجامعيين، ونواب البرلمان، والقادة الدينيين والمجتمعيين، وغيرهم من الهيئات الوطنية، والإقليمية، والدولية، من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين. هل هناك أي مناصرين محليين، نساء أو رجال، ممن يدعون إلى المساواة بين الجنسين ويمكنك التواصل معهم؟ وبعيدًا عن مجموعات حقوق المرأة، قد تكون هناك مجموعات أخرى للدعوة مثل المجموعات التي تدافع عن حقوق الطفل، وقضايا الشباب، والتعليم، والحماية، والسياسة الاجتماعية، والبيئة، والسلام، والأمن، والتي تضغط أيضًا من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين. ابحث عن طرق لتكوين شراكة مع هذه المجموعات في إطار عملية تنفيذ أهداف التنمية المستدامة.

- **الأمور المتعلقة بالأرقام.** اكتشف إذا كانت حكومتك تمتلك بيانات مصنفة لكل من الجنسين على مستوى جميع القطاعات، وذلك من أجل قياس مدى التقدم نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة. اطلب من الحكومات تحسين عملية جمع البيانات بطريقة تعكس وضع جميع الشابات والشباب، وعلى وجه الخصوص من ينتمون إلى الفئات الأكثر ضعفًا. على سبيل المثال، ادع إلى تعزيز استخدام المؤشرات المراعية للجنسين في احصائيات العمل الوطنية. ويمكن لهذه المؤشرات التركيز على قياس العمل في نطاق الأسرة مثل التنظيف، والطهي، وأعمال الرعاية، لتوضيح مقدار العمل الذي تقوم به النساء والفتيات بدون أجر.

- **راقب واستمع.** ارصد عملية تنفيذ أهداف التنمية المستدامة في بلدك. وابدأ من خلال التعرف على العملية التي تستخدمها الهيئات الحكومية من أجل وضع التقرير الوطني بشأن تنفيذ أهداف التنمية

المستدامة وتقدمها. ابحث عن طرق يمكن من خلالها لمجموعة الشباب التي تنتمي إليها والمجتمع المحلي أن يقدموا مدخلاتهم ويشاركوا في هذه العملية. تأكد من أن قضايا المساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة الشابة، ودور الشبان كشركاء في المساواة بين الجنسين، يتم دمجها طوال عملية الاستعراض الوطني والمحلي ووضع التقارير الخاصة بأهداف التنمية المستدامة.

السؤال (٣): ما الذي يحتاج هذا الجمهور لسماعه؟

تتضمن الإجابة على هذا السؤال وضع رسائل قائمة على الدليل لكل مستهدف بعينه. ويتضمن الإجابة عن هذا السؤال العمل على الآتي::

- وضع رسائل الدعوة
- عناصر رسائل الدعوية الفعالة
- أمور يجب تفاديها في رسائل الدعوة
- وضع إطار لرسائل مختلفة موجهة لجماهير مختلفة.

١. وضع رسائل الدعوة:

نقصد بكلمة «رسالة» ببساطة «حكاية قصتك» ولتقوم بذلك، تحتاج أن تفكر فيما تريد أن تقول، وكيف ينبغي عليك أن تقوله. وللتأثير على صناع القرار، عليك أن تستثمر الوقت في وضع هذه الرسالة في وقت مبكر من خطة دعوتك. وإذا كانت رسائلك كثيرة العدد، أو مبهمة، أو شديدة التعقيد، فقد لا تستحوذ على اهتمام الجمهور المستهدف كما قد لا تُحدث تأثيرًا لا يُنسى.[١٥]

ورسالة الدعوة الفعالة هي تلك التي تحتوي على معلومات، وتعمل على حث الجميع ليتحركوا من أجل اتخاذ إجراءات عملية. وباستخدام البيانات، والمنطق السليم، والدليل المادي، يجب على الرسالة أن تصف العمل الذي تشجع الجمهور المستهدف على القيام به. ويحتاج الجمهور إلى أن يتعرف بوضوح على ما تريد ان تفعله.(١٦)ارجع إلى البحث المبدئي الذي أجريته في المراحل الأولى من التخطيط للدعوة، وذلك للعثور على الدليل الصحيح الذي يمكنك استخدامه في رسائل الدعوة.

استخدام نفس اللغة المستخدمة في أهداف التنمية المستدامة، وغيرها من الاتفاقيات الدولية لوضع إطار لرسائل الدعوة بشأن تحقيق المساواة بين الجنسين

يمكنك استخدام اللغة المستخدمة في أهداف التنمية المستدامة، واتفاقية سيداو، وقرارات لجنة وضع المرأة، والقرارات الصادرة من مجلسي الأمن للأمم المتحدة، وغير ذلك من الاتفاقيات الدولية، وذلك من أجل وضع رسائل لدعوتك. وينبغي أيضًا استخدام هذه الرسائل للتحدث عن أي انحراف تقع فيه الدولة ويتنافى مع التزامها بالاتفاقيات الدولية.

وعند الربط بين الرسائل وأهداف التنمية المستدامة، سلط الضوء على المبادئ الرئيسية لجدول أعمال عام ٢٠٣٠ وهي: الشمولية (عدم ترك أحد يتخلف عن الركب) وجدول الأعمال القائم على الإنسان – والتي اتفقت عليها الدول خلال المفاوضات بين الحكومات. وعليك أن تؤكد على أن الحكومات الوطنية عرضة للمساءلة ويجب الوفاء بهذه المبادئ. ويجب أن تتناول هذه المبادئ كافة النساء الشابات.[١٧]

١٥ – منتدى أصحاب المصلحة و منظمة سيفيكوس. التنمية المستدامة ٢٠١٥. دليل مجموعة أدوات الدعوة

١٦ – مقتبس من جوسلينج ل.، كوهين د.، (٢٠٠٧). دليل المشارك: مسائل في الدعوة – مساعدة الأطفال على تغيير عالمهم، التحالف الدولي لإنقاذ الأطفال.

١٧ – مقتبس من ما وراء ٢٠١٥. من مجموعة أدوات من السياسة إلى العمل

أداة دورة حياة الانسان لتحقيق المساواة بين الجنسين

يحتاج المناصرون الشباب إلى اتباع نهج دورة الحياة للعمل مع الشباب والفتيان الآخرين. تأكد من أن دعوتك تستهدف الأولاد والمراهقين والشباب في كل مراحل نموهم حتى بلوغهم سن الرشد والانضمام إلى صفوف الرجال الآخرين ليصبحوا شركاء في المساواة بين الجنسين. ومن المهم إعادة تعريف مفاهيم كون الشخص صبيًّا ورجلًا في مرحلة مبكرة من مراحل النمو.

عند التخطيط للدعوة ضع منهجًا ورسائل محددة للعمل مع الشباب والفتيان في مختلف الأعمار. أشرك الشباب والفتيان في وضع إطار لرسائل الدعوة التي تناسب الشباب والفتيان الآخرين في نفس الفئة العمرية. استخدم الرسائل الإيجابية التي تشير إلى إمكانية التغيير وإلى أن المساواة بين الجنسين لها آثار إيجابية على حياة الجميع. وعند استهداف فتيان وشبان آخرين أخبرهم عن حقوق الإنسان وحقوق المرأة والحقوق الإنجابية والجنسية وصلتها بالمساواة بين الجنسين.

٢. عناصر رسائل الدعوية الفعالة.[١٨]:

أ. **تعرف على الجمهور الذي تستهدفه:** استفد من المعلومات التي تحصل عليها من تحليل صاحب المصلحة وتحليل الجمهور المستهدف للتعرف على الفئات المهتمة بقضية دعوتك، أو التي يمكن حثها على الاهتمام بتلك القضية. وفي الوقت نفسه، كن على دراية بالبيئة والسلطة السياسية في مصر؛ حيث تعمل العديد من العوامل السياقية على تشكيل الرسالة. وهذه العوامل تشمل مستوى الانفتاح السياسي والمواقف العامة بشأن القضايا المثيرة للجدل.

ب. **حافظ على أن تكون الرسالة واضحة، وبسيطة، وموجزة:** تأكد من أنه يمكن لأي شخص لا يعرف شيئًا عن الموضوع أن يفهم ببساطة مضمون الرسالة. وقد تكون المصطلحات الإنمائية التي يكثر استخدامها مثل «المجتمع المدني»، «العنف القائم على النوع»، و«التنمية المستدامة»، وغيرها من المصطلحات، غير واضحة لكثير من الناس.

ج. **استخدم لغة محددة وقوية واستخدم الأفعال في صيغة المعلوم:** استخدم لغة تتناسب مع جميع أنواع الجماهير. على سبيل المثال: «تمثل حقوق المرأة الشابة أحد حقوق الإنسان».

د. **استخدم الحقائق الواضحة والأرقام بطريقة ابتكارية:** فالمعلومات الجيدة تعزز من تأثير أي دعوة. ولكن من الأهمية أن تختار الحقائق وطريقة تقديمها. فإن قولك «أن امرأة واحدة من بين كل خمس شابات...» ينقل الحقيقة التي تريد توصيلها بطريقة أوضح من قولك: «أكثر من ٢٠٪ من النساء الشابات.....».

ه. **قم بتكييف الرسالة لتتناسب مع الوسيلة المستخدمة:** لكل وسيلة تواصل (مثل: التليفزيون، والأفلام، والصحف، والراديو، والإنترنت، والمسرح، وغير ذلك) إمكاناتها وحدودها الخاصة. على سبيل المثال، فيما يخص التليفزيون، تستخدم الأفلام

١٨ – مقتبس من كاركارا ن. (٢٠١٣). دليل مجموعة أدوات الدعوة لجدول أعمال الأطفال حول كيفية الدعوة بفاعلية إلى حقوق الطفل في تنزانيا، يونيسيف تنزانيا

والفيديوهات العنصر المرئي بينما تقلل من المعلومات التحريرية والمنطوقة.

و. **شجع الجمهور على اتخاذ إجراءات:** يحتاج الجمهور – سواء كانوا من صانعي السياسات أو عامة الجماهير – أن يعرفوا ماذا عليهم فعله ليدعموا القضية. اعرض اقتراحات بسيطة على كل جمهور مثل «ادعموا مشروع قانون يتناول العنف ضد المرأة يقدم أمام البرلمان» أو «وقعوا الطلب الإلكتروني الذي نقدمه لإنهاء التحرش الجنسي في المساحات العامة».

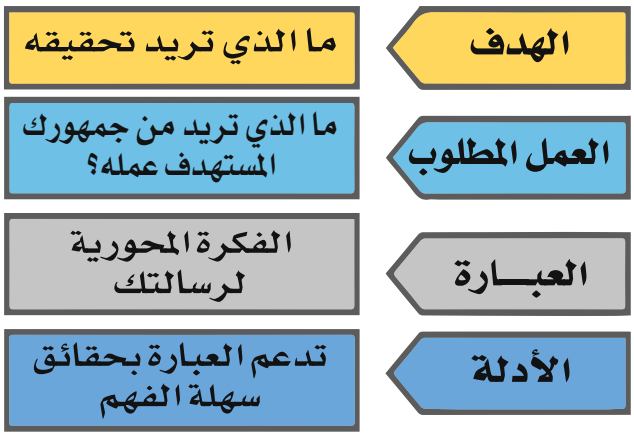
ز. **قدم حلًا ممكنًا:** أخبر الجمهور كيف تقترح حل المشكلة. على سبيل المثال، «ينبغي تدريب كل مسئول عن تنفيذ القانون بالطريقة المناسبة للتعامل مع وقائع التحرش الجنسي بالمرأة».

ح. **كرر إرسال رسالتك:** عادةً، لا يعتبر إرسال الرسالة مرة واحدة كافيًا. احرص دائمًا على وضع استراتيجية لتعزيز رسالتك وتكرارها، إما بنفسك، أو من خلال الآخرين.

ط. **صغ رسالتك بشكل جذاب وفعال:**

أولا عليك وضع رسالة أساسية واحدة. على ان تلخص هذه الرسالة بوضوح موقفك، والتغييرات التي تريد احداثها. وإحدى طرق وضع الرسالة الأساسية هي ن تفكر في عبارة واحدة، وتعبر عن الفكرة الرئيسية لرسالتك، ثم اذكر الدليل لتدعم به عبارتك. وأخيرا العمل المطلوب اداؤه من الجمهور المستهدف.

الرسالة الأساسية للدعوة = العبارة + الدليل + الهدف + العمل المراد تنفيذه (أو «مطلب» الدعوة)



٣. أمور يجب تفاديها في رسائل الدعوة:

والآن هيا نلق نظرة على الأمور التي يجب تفاديها في رسالة الدعوة، مثال على ذلك:

« إن إنهاء التحرش الجنسي ضد المرأة في المساحات العامة بحلول عام ٢٠٣٠ يمثل قضية هامة، ونحن ملتزمون تجاه هذه القضية كجزء من رؤية مجموعتنا الشبابية. وهناك أيضًا التزام تفرضه الاتفاقيات الدولية لحقوق الإنسان على دولتنا، إلى جانب جدول أعمال ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة الذي تبنيناه. ومن حق كل امرأة شابة أن تعيش في أمان، إلا أن هذا الأمر واجب إجباري على الدولة بسبب الفوائد التنموية المترتبة على ذلك. فإذا كنت مهتمًا، يمكننا أن نوفر لك المزيد من المعلومات حول هذا الموضوع، مما سيتيح لك أدلة إضافية للقضاء على التحرش الجنسي ضد المرأة في الشوارع. ونأمل أن تضعوا في اعتباركم – أنت وزملاؤك – قضية العنف القائم على النوع أثناء سن القوانين الجديدة في البرلمان.»

لماذا تعتقد أن هذا المثال لا يقدم رسالة فعالة للدعوة؟

لا يمكن فهم فوائد العرض بسهولة. لا تقدم الرسالة حقائق واضحة، كما تشتمل على الكثير من المصطلحات المتخصصة. ورسالة الدعوة الفعالة هي الرسالة التي توضح بسهولة المعلومات الفنية لأي شخص لا يعرف شيئًا عن الموضوع. والرسالة التي معنا لا تذكر مطلب واضح من الجمهور للقيام بأي عمل.

والآن، هيا نعيد صياغة هذه الرسالة باستخدام نموذج الرسالة الأساسية. وإليك المثال التالي:

✓ *«يعتبر التحرش الجنسي انتهاكًا لحقوق الإنسان. حيث يمثل تهديدًا لسلامة المرأة وحريتها، مما يحول دون مشاركتها الكاملة في الحياة العامة. وللمرأة الحق في أن تعيش حياة خالية من جميع أشكال العنف.» (العبارة)*

✓ *« وتوضح الأبحاث أن ثمان نساء من بين كل عشرة نساء في دولتنا قد تعرضن لأحد أشكال التحرش الجنسي في المساحات العامة.» (الدليل)*

✓ *«وحكومتنا مسئولة عن جميع النساء؛ حيث التزمت حكومتنا بجدول أعمال ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة،*

ولذلك يجب علينا وضع حد للعنف ضد المرأة بكافة أشكاله.» (الهدف)

✓ *«ويجب إعطاء الأولوية القصوى لوضع قانون يجرم التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة. ويتعين على الحكومة أن تنفذ هذا القانون بصرامة عن طريق ضمان تمكن النساء من الإبلاغ عن وقائع التحرش الجنسي، وأن هذه الوقائع يتم التعامل معها كما ينبغي..» (العمل المطلوب تنفيذه)*

وسوف تعمل رسالة الدعوة الأساسية على توجيه الشعارات المحتملة والمقاطع الصوتية المستخدمة في العمل الدعوي. على سبيل المثال، يمكن أن تكون الشعارات المحتملة:

« لا يتناسب التحرش الجنسي مع قيمنا، وتقاليدنا، وتاريخنا »

« لا تغفلوا حقوق المرأة الشابة عند وضع السياسات »

« جيلنا هو من سيتصدى للعنف ضد المرأة »

أمور للتفكير والمناقشة

هل يمكنك التفكير في رسائل وشعارات دعوية رنانة أخرى بشأن تحقيق المساواة بين الجنسين؟ وما الذي يجعل الرسالة لا تنسى؟

٤. وضع إطار لرسائل مختلفة موجهة لجماهير مختلفة:

يمكن وضع إطار لرسالة أساسية بطريقة مختلفة بحسب الجمهور الذي توجه له هذه الرسالة. وهذا ما يعرف باسم الرسالة الثانوية. والرسالة الثانوية تقدم شرحًا أكبر، أو تستخدم عندما يحتاج نوع معين من الجماهير إلى تعزيز رسالة أساسية.[١٩] وينبغي أن يقدم تحليل أصحاب المصلحة المعلومات المهمة التي ينبغي أن تساعدك أثناء إعداد هذه الرسائل.

فكر في الأسئلة التالية لكل جمهور مستهدف عند وضع إطار للرسائل.[٢٠]

- ما هي أهدافهم لخدمة المجتمع؟
- ما كم المعلومات التي لديهم بالفعل عن القضية؟
- هل تخبرهم شيئًا يعرفونه بالفعل؟
- ما هي المعلومات الجديدة التي تقدمها؟
- هل اتخذوا موقفًا عامًا من القضية؟
- ما هي اعتراضاتهم على موقفك؟
- هل تحتاج إلى إزالة أي مفاهيم خاطئة حول المساواة بين الجنسين وحقوق الشابات؟
- هل الأدلة التي تنقلها إلى جمهورك المستهدف دقيقة؟

تذكر أيضًا أن وضع إطار للرسالة يجب أن يتم دون تغيير للحقائق وتشويه للقيم الأساسية[٢١]. ضع في اعتبارك أنك قد تحتاج إلى عدة رسائل ثانوية مصممة خصيصًا لاهتمامات محددة لدى الجمهور.

١٩ – مقتبس من باريس ٢١. (٢٠١٠). الدعوة إلى استراتيجية وطنية لوضع الإحصاءات، مجموعة أدوات على مستوى الدولة

٢٠ – مقتبس من اليونيسيف (٢٠١٠) – دليل أدوات الدعوة: دليل توجيهي للتأثير في القرارات التي تعمل على تحسين حياة الأطفال

٢١ – تشاندلر. ل، (٢٠٠٦). مواد تدريبية فعالة في مجال الدعوة. جماعة الضغط. المملكة المتحدة.

وفيما يلي بعض الأمثلة على الرسائل الثانوية:

الجمهور	مثال على رسائل الدعوة (هذه الأمثلة لأغراض التوضيح فقط، ويجب أن تصاغ بما يتناسب أكثر مع المعتقدات والاهتمامات الخاصة بكل جمهور)
البرلمانيين والمشرعين	كما هو متفق عليه في أهداف التنمية المستدامة، أظهر التزامك بإنهاء العنف ضد المرأة وذلك بتأييد فكرة وضع قانون لتجريم التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة. وسيوضح ذلك أن السياسات الحكومية تعمل على تهيئة فرص حياة أفضل للجميع.
وزير التضامن	يؤثر استمرار العنف ضد المرأة على الصحة العامة والتنمية الاقتصادية وعلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية لكل المواطنين. وقانون تجريم التحرش الجنسي في المساحات العامة من شأنه أن يكفل حماية حقوق المرأة،. إن ضمان تنقل النساء بحرية وأمان في المساحات العامة يمثل عامل رئيسي لتقدم البلاد.
وزير العدل	سوف يكفل القانون الذي يجرم التحرش الجنسي في المساحات العامة حماية حقوق المرأة ويساند ضحايا التحرش، ولا يتسامح أو يتهاون مع الجناة. وهذا يتماشى مع الالتزامات الواردة في دستورنا بشأن الكرامة والعدالة للجميع، وعلى النحو المتفق عليه في خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠.
رئيسة المجلس القومي للمرأة	من شأن قانون تجريم التحرش الجنسي في المساحات العامة أن يحد من القبول المجتمعي للعنف ضد المرأة وأن يزيد من المسؤولية الاجتماعية عن التصدي لهذا النوع من العنف. شجع واضعي السياسات على وضع هذه المسألة في جدول أعمال السياسات.
الجهات المانحة	من أجل الوفاء بتعهدكم والتزامكم بتحقيق المساواة بين الجنسين وإنهاء العنف ضد المرأة بحلول عام ٢٠٣٠، ستقدم هذه الجهات مساعدات مالية مباشرة إلى بلدنا لتأييد وضع قانون يجرم التحرش الجنسي في المساحات العامة وتنفيذه ورصده.
وسائل الإعلام	يجب أن يستخدم الإعلام سلطته للقيام بدور المراقب على الحكومة لمساءلتها عن سن قانون لإنهاء التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة. وهذا بدوره سوف يزيد نسبة المشاهدين والقراء في وسائل الإعلام.
عامة الجماهير	دعونا نضع حدًّا للصمت عن التحرش الجنسي وإلقاء اللوم على الضحية وتبرير موقف الجاني. وكي يتوقف المتحرشون عن ارتكاب المضايقات، فعلى كل أفراد المجتمع الامتناع عن التسامح تجاه هذه الجريمة وتبرير سلوكهم، فكل إجراء له أهمية. وقع على الطلب الإلكتروني لدعم وضع قانون يجرم التحرش الجنسي في المساحات العامة، فكلما كانت المساحات العامة آمنة ومتاح للمرأة فيها حرية التنقل بسهولة، كلما زادت التنمية الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع.

ابحث في الكتيبات المعرفية الخاصة بحركة مساواة للعثور عن النشطاء في مجال حقوق المرأة الذين يقدمون حجج للدعوة وينقلون الأفكار والمفاهيم الرئيسية المتعلقة بالتقاليد الشرعية الإسلامية بطريقة بسيطة وجذابة.

والكتيب الأول هو عن الشريعة والفقه والشريعة الإسلامية. ويركز الكتيب الثاني على «قوانين الأسرة الإسلامية، وما الذي يجعل الإصلاح ممكنًا؟». أما الكتيب الثالث فهو عن «الإسلام وقضية المساواة بين الجنسين»، والرابع يشمل حجج المعارضين لاستخدام اتفاقية القضاء على كل أشكال التمييز ضد المرأة في السياقات الإسلامية ويبين أن الاتفاقية يمكن أن توفر آلية مفيدة للدول في طريقها نحو المساواة بين الجنسين. وهذه الكتيبات متوفرة باللغات العربية والإنكليزية والفرنسية.

بالإضافة إلى ذلك، يرجى الرجوع إلى كتيبات مؤسسة أبعاد حول كيفية العمل مع القضاة والمحامين والسياسيين والقادة الدينيين والشرطة لإنهاء العنف ضد المرأة حيث ستزودك هذه الكتيبات بأفكار حول كيفية الدفاع عن قضايا الجنسين مع هذه المجموعة المستهدفة، وهذه الموارد متاحة باللغة العربية.

السؤال (٤): من الشخص المناسب لإبلاغ رسالة الدعوة للجمهور؟

تنطوي الإجابة عن هذا السؤال على تحديد الخيار الأكثر استراتيجية لمن يبلغ رسالة الدعوة بالنظر الى الآتي:

- اختيار المُبلغ المؤثر
- أمثلة لمبلغي الدعوة

١. اختيار المُبلغ المؤثر

في إطار الدعوة الفعالة تبلغ الرسالة المناسبة إلى الجمهور المناسب في الوقت المناسب ويبلغها **الشخص المناسب**. إن مواصفات المبلغ لها أهمية تماثل أهمية الرسالة نفسها، فلذلك فانظر من هو المصدر الأكثر مصداقية لدى الجمهور المستهدف. في بعض الأحيان تكون مهارات السياسة مهمة، ولكن في أحيان أخرى تكون المعرفة المباشرة للمشكلة أو الخبرة الفنية أو الشعبية أو الأقدمية داخل المنظمة أكثر أهمية. كذلك قد تتمثل الفعالية في أن يكون لديك شخصين اثنين للتبليغ ليكمل كل منهما الآخر، فقد يكون أحدهما على دراية بالموضوع والآخر على دراية بالجمهور المستهدف.

	اختيار الشخص الفعال لتبليغ الرسالة[٢٢]
الوظيفة	ماذا قال الشخص المبلغ أو كتب عن هذه القضية؟
السيطرة	ما هو مستوى تأثير الشخص على المستهدفين؟
المعرفة	ما مدى معرفته بهذه القضية؟

٢٢ – اليونيسيف. (٢٠١٠). مجموعة أدوات الدعوة: دليل للتأثير على القرارات التي تحسن حياة الأطفال.

المصداقية	ما مدى مصداقية المبلغ في أعين الجمهور المستهدف؟
الوصول إلى الشخص المبلغ	كيف ومتى يتفاعل مناصر الشباب مع المبلغ؟ هل لدى المناصر القدرة على التعامل مع المبلغ؟
الوصول إلى المستهدفين	كيف ومتى يتفاعل المبلغ مع الجمهور المستهدف؟
الإجراء	ما الذي سيشجع استراتيجية الدعوة المبلغ على القيام به؟
المخاطر	ما هي مخاطر إشراك الشخص المبلغ؟ هل يمكن للمبلغ أن يقلل من المخاطر التي يواجهها المناصرون؟

٢. أمثلة لمبلغي الدعوة:

- **الشابات:** عندما تشارك الشابات (من مجموعة الشباب ومن المجتمعات المحلية) في إعداد رسائل الدعوة وتبادلها، فإن ذلك يضفي على جهود الدعوة المزيد من المصداقية والقوة. والمشاركة تعتمد على قوة الأصوات الأصيلة التي تتحدث عن نفسها مما يكسب الدعوة قوة.
- **الشبان:** عندما يشارك الشبان في وضع رسائل الدعوة وتبادلها فإنهم يؤكدون أن المساواة بين الجنسين ليست خاصة بالنساء فحسب، بل تعود بالنفع على الجميع.
- **القيادات الدينية وقادة المجتمع المحلي:** تضيف هذه الفئة قوة إلى جهود الدعوة من خلال تشكيل الرأي العام وموقف قطاعات محددة من المجتمع. كما أنهم يساعدون على التعامل مع أي معارضة قد تنشأ في المجتمع المحلي أثناء الدعوة.
- **منظمات المجتمع المدني:** منظمات المجتمع المدني، بما في ذلك المناصرون المحليون المعنيون بالمساواة بين الجنسين والخبراء في هذه القضية. ويعتبر هؤلاء مبلغون مناسبون عندما نريد توصيل فكرة المصداقية.
- **المشاهير:** إن المتحدث باسم الدعوة إذا كان مشهورًا مثل المغنيين المشهورين، والممثلين، والرياضيين، فإنه يعمل على توسيع دائرة الرسالة. وقد زادت وسائل التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص من وصول هذه الفئة من المشاهير مباشرة إلى آلاف المتابعين. وقد يدفع المؤثرون على منصات مثل اليوتيوب أو إنستاجرام الجماهير إلى الوصول إلى الملايين من خلال المحتوى الذي يركز غالبًا على قضايا محددة دون أن يكونوا قد عملوا في صناعة الترفيه. إذا فإشراك هؤلاء الأفراد في تبليغ رسالة المساواة بين الجنسين في نطاق مجالات تأثيرهم الخاص يعد وسيلة مبتكرة للوصول إلى جمهور كبير من خلال نماذج يحتذى بها.[٢٣] .
- **القطاع الخاص:** إذا شارك القطاع الخاص في الدعوة كمبلغ فإنه يضفي شرعية على فكرة أن مشاركة المرأة وقيادتها في مكان العمل تحقق النمو الاقتصادي. وبهذه الطريقة يمكن أن يؤثر على الحكومة في وضع سياسات اقتصادية منصفة بين الجنسين.
- **الإعلام:** لا سبيل للصحفيين إلى تغيير السياسات والقوانين التي تميز بين الجنسين تغييرًا مباشرًا إلا بحملة إعلامية كبيرة ملفتة للنظر تؤثر تأثيرًا حقيقيًا على أولئك الذين بإمكانهم التغيير[٢٤]. *(تعرف على المزيد حول العمل مع وسائل الإعلام في السؤال ٥: كيف يمكننا التأكد من سماع الجمهور للرسالة؟)*

٢٣ – هيئة الأمم المتحدة للمرأة. استراتيجية الاتصالات والدعوة العامة ٢٠١٦–٢٠٢٠.

٢٤ – منتدى أصحاب المصلحة و سيفيكوس. التنمية المستدامة ٢٠١٥. مجموعة أدوات الدعوة.

السؤال (٥): كيف نتأكد من سماع الجمهور لرسالة الدعوة؟

تتضمن الإجابة عن هذا السؤال ما يلي:

- تحديد فرص الدعوة
- اختيار الطريقة الأكثر فعالية لتبليغ رسالتك. وقد يتضمن ذلك طريقة واحدة أو أكثر من الطرق الآتية:
  - ❖ الحملات العامة
  - ❖ الحملات الرقمية
  - ❖ العمل مع وسائل الإعلام
  - ❖ حشد التأييد من خلال الضغط والتفاوض
- القواعد الأساسية التي يمكنك اتباعها في ممارسة الحشد والتأييد
- نصائح عند المفاوضات في الدعوة

١. تحديد فرص الدعوة

تمثل أهداف التنمية المستدامة في حد ذاتها فرصة فريدة للحكومات لتحقيق المساواة بين الجنسين بحلول عام ٢٠٣٠. وتحويل هذه الفرصة إلى واقع يتطلب أن يكون لدينا طرق استراتيجية تؤثر على صناع القرار لإحداث التغيير، وفي الوقت نفسه تقع مسؤولية تحقيق المساواة بين الجنسين على عاتق كل فرد من أفراد المجتمع.

فكر في فرص الدعوة المحتملة فيما يتعلق بإحداث تغيير علي المستوي الاستراتيجي، فلن يستغرق منك ذلك سوى لحظات قليلة تقضيها في لقاء مع عضو برلماني أو حضور مؤتمر. وهناك فرص أكثر رسمية مثل المشاركة في مشاورات مع الحكومة بشأن أهداف التنمية المستدامة، واستعراض السياسات الرئيسية، وصياغة الدستور الجديد، والتقارير الوطنية بشأن تنفيذ أهداف التنمية المستدامة.[٢٥]

يمكنك استخدام أحداث اجتماعية وسياسية أخرى لتعزيز موقف دعوتك، وتشكيل تحالفات، ورفع مستوى الوعي وتبليغ رسالة الدعوة. كما تشمل فرص الدعوة الأخرى الانتخابات الوطنية والمحلية، وترقب مناسبات معينة (مثل اليوم العالمي للمرأة، واليوم العالمي للطفلة، واليوم العالمي لحقوق الإنسان، وحملة الستة عشر (١٦) يومًا[٢٦] من النشاط ضد العنف القائم على النوع[٢٧]، وغيرها). أيضًا تعد الأحداث الرئيسية مثل: افتتاح البرلمان أو أي مؤتمر رئيسي، أو قضية تتعلق بالشؤون الراهنة فيما يتعلق بحقوق الشابات وغيرها – فرصًا للدعوة.

٢٥ – مقتبس من كاركارا (٢٠١٣) ن. مجموعة أدوات الدعوة الخاصة بأجندة الأطفال: إرشادات حول كيفية الدعوة الفعالة لحقوق الطفل في تنزانيا، منظمة اليونيسف في تنزانيا.

٢٦ – #١٦يوم

٢٧ – https://www.un.org/ar/48381

فرص الدعوة التي يمكنك استخدامها لربط دعوتك بالأحداث والمناسبات الدولية الرئيسية.

مخطط فرص الدعوة	فبراير **٦ فبراير** اليوم الدولي لعدم التهاون مع تشويه الأعضاء التناسلية للإناث ١١ فبراير اليوم الدولي للمرأة والفتاة في ميدان العلوم **٢٠ فبراير** اليوم العالمي للعدالة الاجتماعية	مارس **١ مارس** اليوم العالمي للقضاء على التمييز **٨ مارس** **منتصف مارس** لجنة وضع المرأة
	مايو **١٥ مايو** اليوم العالمي للأسرة	يونيو **١ يونيو** اليوم العالمي للوالدين **١٩ يونيو** اليوم العالمي للقضاء على العنف الجنسي في حالات النزاع **٢٣ يونيو** اليوم العالمي للأرامل
يوليو **١٢ يوليو** يوم ملالا **١٥ يوليو** اليوم العالمي لمهارات الشباب	أغسطس **١٢ أغسطس** اليوم العالمي للشباب **١٩ أغسطس** اليوم العالمي للعمل الإنساني	سبتمبر **٢١ سبتمبر** اليوم العالمي للسلام
أكتوبر **١١ أكتوبر** اليوم العالمي للطفلة **١٥ أكتوبر** اليوم العالمي للمرأة الريفية **١٧ أكتوبر** اليوم العالمي للقضاء على الفقر **٢٠ أكتوبر (كل خمس سنوات**، ابتداء من عام (٢٠١٠) اليوم العالمي للإحصاء	نوفمبر **١٦ نوفمبر** اليوم العالمي للتسامح **٢٥ نوفمبر** اليوم العالمي للقضاء على العنف ضد المرأة **٢٥ نوفمبر إلى ١٠ ديسمبر** ١٦ يومًا من النشاط لإنهاء العنف القائم على النوع الإجتماعي	ديسمبر **٣ ديسمبر** اليوم العالمي لذوي الإعاقة **١٠ ديسمبر** يوم حقوق الإنسان

مور للتفكير والمناقشة

اذكر بعض التواريخ والأحداث والمناسبات الهامة في مصر والتي يمكنها أن تساعد على الترويج للدعوة للمساواة بين الجنسين؟ سجل هذه التواريخ في التقويم.

٢ . تحديد الطريقة الأكثر فعالية لإيصال رسالتك

حان الآن وقت البدء في تحديد أنواع الأنشطة أو التكتيكات التي يمكنك استخدامها للمضي قدمًا في دعوتك.

أ. الحملات العامة

الحملة العامة هي عملية إشراك الجمهور وحملهم على اتخاذ بعض الإجراءات لإثبات دعمهم للدعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات.

والحملات العامة يمكن أن تساعدك في زيادة الوعي وبدء نقاش عام حول حقوق الشابات، وأنت بهذه الطريقة إنما قد تؤثر في صنع القرار للوفاء بالالتزامات التي تعهدت بها الحكومات. كما أنها تساعدك في تحسين صورة مجموعتك من الشباب مما يزيد أعداد المناصرين الذين سيقدمون لك المساعدة.

هناك عدة طرق مختلفة لتنظيم الحملات العامة تتمثل في كتابة الرسائل والطلبات المقدمة إلى صناع القرار لاتخاذ إجراءات رمزية:

طرق التنظيم الجماهيري بدون الإنترنت (مثل الفاعليات الفنية والرياضية) وهناك الكثير من الحملات في يومنا هذا تستخدم مزيجًا من الطرق الرقمية وغير الرقمية في الدعوة لكن حدد الطريقة المفضلة لك حسب استراتيجية دعوتك.

الحلقة النقاشية العامة

ادع الشابات والشبان والمنظمات العاملة في مجال المساواة بين الجنسين وفي تنفيذ أهداف التنمية المستدامة وكذلك مستهدفيك وصانعي القرارات المحليين لحضور الحلقة النقاشية التي يحتمل طرح الأسئلة الآتية فيها:

- ما هي أولويات الشباب المتعلقة بالمساواة بين الجنسين؟
- كيف يمكننا إشراك الشباب كدعاة للمساواة بين الجنسين؟
- كيف يمكن للشباب وصانعي القرار العمل معًا من أجل تنفيذ أهداف التنمية المستدامة لتحقيق المساواة بين الجنسين؟

تقديم طلب

استخدم رسائل دعوتك الأساسية في إعداد طلب لإرساله إلى صانع قرار محدد على أن تكون الدعوة التي يشتمل عليها الطلب واضحة للجمهور وأن يبين به سبب أهمية التوقيع عليه. ويمكن أن يتم ذلك إلكترونيًّا على الإنترنت أو خارجه. تذكر أنه يجب أن يكون الطلب مختصرًا وفي صميم الموضوع وأن يوضح به الإجراء المطلوب من صانع القرار اتخاذه.

للحصول على إرشادات حول كيفية تقديم طلب فعال تفضل بزيارة الموقع التالي:

www.change.org

توزيع المعلومات، واستخدام الأدوات البصرية

في إطار دعوتك أعد لمستهدفيك أو الجمهور عمومًا النشرات والملصقات والرسوم البيانية والأفلام والصور والرسومات المعبرة عن قضية الدعوة، ودور الشباب كدعاة إلى مناصرة المساواة بين الجنسين وأهداف التنمية المستدامة على أن تتضمن هذه الوسائل معلومات عن كيفية المشاركة. وفي ذلك تذكر أنه يجب مراعاة الآتي:

- استخدم لغتك المحلية
- تجنب استخدام المصطلحات الخاصة والفنية
- فكر في سبب أهمية ذلك للشباب في مجتمعك أو لمستهدفيك
- تأكد من وجود عبارة واضحة تحث المستخدم على اتخاذ إجراء

إعداد الورقة الإطلاعية وعقد فعالية إطلاق الحملة

جمع أهدافك في مساحة عامة لمشاركة رسائلك ولفت الانتباه إلى توصياتك الهامة بشأن تحقيق المساواة بين الجنسين وحقوق الشابات في بلدك، ولحشد الأهداف وقوى المجتمع المدني لتنفيذ أهداف التنمية المستدامة المراعية للفروق بين الجنسين. تعاون مع المشاركين في وضع استراتيجية الخطوات المقبلة وفي معرفة كيفية إشراك الشباب. تعرف على المزيد حول كيفية كتابة الورقة الإطلاعية على هذا الموقع:

https://www.edu.gov.mb.ca/k12/cur/socstud/frame_found_sr2/tns/tn-21.pdf

كتابة الخطابات ورسائل البريد الإلكتروني إلى صانعي القراروأصحاب المصلحة

يمكنك الكتابة إلى مستهدفيك بشأن مدى أهمية المساواة بين الجنسين لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وذلك باستخدام الرسائل الأساسية والتفكير في الإجراء المحدد الذي ترغب في اتخاذه. تذكر أنه من المهم إرسال الرسالة أكثر من مرة فالشخص المعني قد لا يبالي بالأمر إذا وصلته رسالة واحدة أما إذا كان هناك إلحاح من جانبك بتكرار الرسالة فلا شك أنه في هذه الحالة سيتخذ الإجراءات اللازمة تجاه القضية! للحصول على الإرشادات ونموذج الرسالة تفضل بزيارة الموقع التالي:

https://wiki.openrightsgroup.org/wiki/Letter_writing

الأكشاك العامة والمعارض

ابحث عن مكان يكثر فيه المارة وأعلن عن الموضوع الذي قدمت من أجله إلى هذا المكان. يجب أن يكون لديك مواد إعلامية لتوزيعها على الناس. استخدم الصور والملصقات واللافتات لجذب الانتباه وتقديم صور بصرية جيدة لوسائل الإعلام الإلكتروني وغيره، فهذه طريقة مفيدة لزيادة الوعي وبناء الدعم محليًّا وحمل الناس على اتخاذ إجراءات.

تنظيم الفعاليات المحفزة للجمهور الفنية والرياضية

إن الأعمال المحفزة للجمهور مثل التجمعات المفاجئة (فلاش موب) (أو حتى فنون الأداء) لها تأثير رائع في جذب انتباه الجمهور واهتمامهم بدرجة تستحق التغطية الإعلامية. وهذه الطرق يمكن استخدامها في توجيه الضغط نحو أهداف دعوتك لكن لا تسمح كل الدول للمواطنين بتنظيم مثل هذه الفعاليات العامة، لذا يجب التأكد من العمل في إطار القانون.

رفع مستوى الوعي ضروري لكنه غير كاف وحده

إن الحملات هي عبارة عن ممارسة تحفيزية تحصر تركيز الاهتمام على أمر معين بغرض حمل الناس على القيام بشيء من شأنه أن يحدث تغييرًا. ويعد الوعي بحقوق الشابات ودور الشبان في تعزيز المساواة بين الجنسين هو الخطوة الحاسمة الأولى في هذا الشأن، ولكنه ليس كافيا وحده، فقد يكون الكثير من الناس على علم بالقضية بالفعل ولكنهم لا يعلمون أن المسألة من الأهمية بحيث تتطلب اتخاذ إجراء بشأنها. ولإنهاء التمييز بكل أشكاله بين الجنسين يجب أن نشعر الناس بالحاجة الملحة إلى التغيير، فمجرد أن تكون على درجة معينة من الوعي بقضيتك فلن يكون أمامك إلا تحفيز الناس على اتخاذ إجراء حيالها. إن الجمهور العام وصانعو القرار منشغلون بالكثير من الأمور والقضايا، ولذلك علينا أن نشعرهم أولًا بأن قضية تحقيق المساواة بين الجنسين وتأمين حقوق الشابات هي قضية ذات أهمية مثلها في ذلك مثل القضايا والأمور الأخرى، ثم بعد ذلك نحدد لهم الإجراءات الفعلية المطلوب منهم اتخاذها.[٢٨]

تعرف على المزيد عن كيفية إطلاق حملات عامة ناجحة من دليل منظمة العفو الدولية للحملات.

٢٨ – مقتبس من معهد الدعوة (٢٠٠٢) واشنطن

ب - الحملات الرقمية

تتطلب الحملات التي تطلق عبر الإنترنت (المعروفة أيضًا بالحملات الإلكترونية أو الدعوة الرقمية) استخدام منصات الإنترنت والاتصالات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني وتكنولوجيا الهاتف المحمول لتحقيق أهداف الدعوة.

ج - العمل مع وسائل الإعلام

يقصد بوسائل الإعلام هنا الوسائل غير الإلكترونية بما في ذلك الوسائل المطبوعة (كالصحف والمجلات والجرائد والنشرات الإخبارية والملصقات والنشرات والكتيبات ورسائل المحررين والمقالات الافتتاحية) والوسائل الإلكترونية (الإذاعة والتلفزيون والفيديو والأفلام ووسائل الإعلام على الإنترنت). ويمكن أن تكون وسائل الإعلام أداة وهدف للدعوة، ولذلك ينبغي أن يدمج دورها المحدد في تحقيق هدف الدعوة بوضوح في استراتيجية دعوتك.

كما أن هذه الوسائل يمكن أن تعمل على رفع مستوى الوعي وتشكل طبيعة المناقشات وتؤثر على الرأي العام بشأن أهمية المساواة بين الجنسين لكل فرد في المجتمع ودور الشباب بوصفهم دعاة للمساواة بين الجنسين. كذلك يمكن بواسطتها رفع الوعي على المستوى الإستراتيجي لوضع قوانين وسياسات وممارسات ملائمة لتحقيق المساواة بين الجنسين وضمان تنفيذها ورصدها.

استخدام وسائل الإعلام كأداة للدعوة: عند التعامل مع وسائل الإعلام هناك العديد من الأدوات التي يمكنك استخدامها، مثل البيانات والمؤتمرات الصحفية، والجلسات الإعلامية، والملفات الصحفية، واللقاءات، وإرسال رسائل إلى المحررين، وكتابة المقالات الافتتاحية. هذا وتعتمد الأداة التي تستخدمها جزئيًّا على قوة قصتك والموارد المتوافرة لديك والقضايا اللوجستية. وفيما يلي بعض الأفكار بشأن كيفية استخدام هذه الأدوات[٢٩]:

٢٩ – برنامج الأمم المتحدة المشترك. (٢٠١٤). قانون! ٢٠١٥. مجموعة أدوات استراتيجية الدعوة

استخدام الإذاعة المحلية

يمكن أن تؤثر الإذاعة المحلية تأثيرا فعالًا على الرأي العام حيث يصل بثها إلى مستهدفيك. نسق مع الإذاعة المحلية في بلدك لبعض جماعاتك الشبابية للحديث عن قضية المساواة بين الجنسين، والشباب بوصفهم دعاة مناصرة المساواة، واربط بين المساواة بين الجنسين وأهداف التنمية المستدامة. تحدث عن كيفية مشاركة الشباب الآخرين. كما أنه بإمكانك استضافة شريحة من المجتمع عبر الهاتف لجمع الرأي العام والإجابة عن الأسئلة. فكر في استخدام عرضك الإذاعي كتدوين صوتي أيضًا. لمساعدتك في ذلك تقدم منظمة ووتر إيد بعض النصائح المفيدة على موقع :

http://www.comminit.com/democracy-governance/content/harnessing-power-community-radio-broadcasting-promote-accountability-transparency-and-re

كتابة بيان صحفي

لزيادة أهمية قضية دعوتك إلى تحقيق المساواة بين الجنسين بحلول عام ٢٠٣٠، وكذلك حقوق الشابات ودور الشباب المناصرين للقضية يمكنك التفكير في كتابة بيان صحفي لصحيفة محلية أو وطنية فذلك عادة ما يكون أكثر فعالية إذا أمكنك ربط قضيتك بشيء حالي وموضوعي ووثيق الصلة بالجمهور. كما يمكنك عرض حدث عام مثير لتأليف قصة موضوعية أو حالية (انظر المربع السابق الذي يبين كيفية تأليف حدث عام مثير).

تعرف على المزيد عن كيفية العمل مع الصحافة وإعداد بيان صحفي فعال على موقع

http://www.eldis.org/vfile/upload/1/document/ 0708/DOC21756.pdf

تنظيم لقاءات إعلامية

كثيرًا ما تكون المقابلات الإعلامية هي النتيجة المرجوة من البيانات والمؤتمرات الصحفية والمناسبات الخاصة. ومفتاح إجراء المقابلات الجيدة هو المعرفة بالموضوع والإعداد الجيد.

تذكر أن المقابلات عادة ما تتطلب الكشف عن هويتك ومواجهة جمهور أوسع. ضع في اعتبارك المخاطر التي تنطوي عليها إذا كنت تناقش موضوعا حساسًا. اطلب من الصحفي عدم الكشف عن هويتك إذا كنت ترغب في عدم الكشف عنها.

انظر دليل حملة منظمة العفو الدولية للحصول على نصائح مفيدة حول كيفية التحضير للمقابلات الإعلامية، وهو متاح على موقع

https://www.amnesty.org/en/documents/act10/002/2001/en/

تعرف على المزيد عن كيفية المشاركة بفاعلية مع وسائل الإعلام. انظر دليل «المشاركة مع وسائل الإعلام»: المصاحب لدليل مجموعة أدوات الدعوة للتأثير على خطة التنمية لما بعد عام ٢٠١٥.

د - التأييد والتفاوض

إن إيصال رسالة الدعوة بفعالية – وخاصة في مجال السياسة العامة – ينطوي عادة على الضغط لحشد التأييد والتفاوض.

يتمحور التأييد حول تثقيف صانعي القرار وإقناعهم بدعم وتعزيز أجندة المساواة بين الجنسين من خلال التواصل المباشر وبناء العلاقات معهم. يجب استخدام الأشخاص الذين لديهم القدرة على التأثير في تغيير السياسة فيما يتعلق بقضيتك.

٣. القواعد الأساسية التي يمكنك اتباعها في ممارسة الحشد والتأييد:

- أسس علاقات جيدة طويلة الأمد مع صناع القرار المستهدفين ولكن لا تخلط بين الوصول والنفوذ – ولا تدع جودة العلاقات تكون سببًا في منعك من اتخاذ إجراءات عامة إذا لزم الأمر.
- اقترح حل يتعلق بقضية دعوتك بدلًا من بذل قصارى جهدك في معارضة قضية ما.
- لا تتوقع إحداث التغيير في اجتماع أو خطاب واحد.

٤. نصائح عند المفاوضات في الدعوة:[٣٠]

- **وطد موقفك ومصداقيتك:** تأكد من أن لديك تفويض صريح من الأشخاص الذين تمثلهم (مثل مجموعة شباب، أو المؤسسة المجتمعية، أو شبكة المنظمات) وأعلم الطرف الآخر بذلك.
- **احشد الدعم وأظهر النفوذ:** استخدم الحلفاء للحصول على أكبر عدد من الموارد وأقصى قدر من الاحترام.
- **حافظ على موقفك:** توقع ردود فعل الطرف الآخر، وابن الدعم اللازم لجدول أعمالك عن طريق الحلفاء وارفع مستوى الوعي بالقضية التي تدعو إليها.

السؤال (٦): ماذا لدينا؟

السؤال (٧): ما هي العوامل الخارجية المؤثرة؟

تتضمن الإجابة عن هذين السؤالين معًا تقييم بيئة الدعوة الداخلية والخارجية عند الدعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات.

إن جهود الدعوة الفعالة تتطلب تقييمًا دقيقًا للموارد المتوفرة بالفعل للاعتماد عليها. فأنت في الأساس لا تبدأ من الصفر بل من الاعتماد على ما هو متوافر لديك.

وهنا نطرح **السؤال السادس وهو: ماذا لدينا؟** هذا السؤال يسلط الضوء على أهمية الاستفادة من نقاط القوة القائمة مثل شبكات الدعوة الشبابية الحالية، والخبرات السابقة في مجال الدعوة (إن وجدت)، والنشاط الرقمي للشباب في المنطقة، والمشهد السياسي المتغير في المنطقة، والزخم حول التنفيذ الوطني لأهداف التنمية المستدامة، وغير ذلك.

بعد تقييم ما لديك من موارد تأتي الخطوة التالية وهي الإجابة على **السؤال السابع: ما هي العوامل الخارجية؟** وهذا يتطلب تحديد الموارد التي تحتاجها في الدعوة وهي غير موجودة، بما في ذلك تحديات الدعوة والثغرات مثل ضرورة تعزيز التحالفات مع الشبكات الشبابية الأخرى ومنظمات المجتمع المدني، وبناء التواصل، وبناء قدرات البحث والاتصالات، وبناء الاتصالات الحكومية والإعلامية، ونقص التمويل، وغير ذلك.

وفيما يلي أداة مفيدة لمساعدتك في تحليل بيئة دعوتك.

٣٠ – مقتبس من توما س (٢٠١٢). مجموعة أدوات الدعوة: إرشادات حول كيفية الدعوة إلى بيئة أكثر تمكينًا للمجتمع المدني في سياقك، المنتدى المفتوح لتطوير منظمات المجتمع المدني.

أداة: التحليل الرباعي (نقاط القوة، ونقاط الضعف، والفرص، والتهديدات

SWOT analysis

S (Strenghts) = نقاط القوة التي قد تكون لديك وتزيد قدرتك على أداء أنشطة الدعوة بفعالية زيادة كبيرة.

W (Weakness) = نقاط الضعف التي تقلل من فعالية الدعوة. يبدأ تحليل نقاط الضعف بالنظر داخل شبكتك الشبابية.

O (Opportunities) = الفرص المتاحة خارجيًّا للنهوض بجدول أعمال الدعوة.

T (Threats) = التهديدات في البيئة الخارجية التي يمكن التغلب عليها من خلال نقاط القوة والفرص.

قم بإجراء هذا التحليل لنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في إطار الدعوة، فهو يوفر طريقة بسيطة لتقييم القوى الداخلية التي تحدد إمكانيات شبكتك الشبابية لتنفيذ استراتيجية للدعوة، والقوى الخارجية التي تساعدك في التنفيذ أو تعرقله. وحيث إن بيئة الدعوة الداخلية والخارجية في تغير مستمر، يمكنك استخدام هذه الأداة عدة مرات أثناء تنفيذ الدعوة وإدارتها.

ولإلهامك بعض الأفكار، يشتمل الجدول التالي على بعض الأمثلة. تبادل الأفكار مع مجموعة الشباب للتفكير في نقاط القوة ونقاط الضعف والفرص والتهديدات في سياق دعوتك.

القوى الداخلية	**نقاط القوة** مثل الأدلة المتاحة عالية الجودة على حالة الشابات في الدولة، وجود شبكة مع البرلمانيين تدعم المساواة بين الجنسين	**نقاط الضعف** مثل عدم القدرة على الاضطلاع بمهام الدعوة، محدودية مهارات إشراك وسائل الإعلام
القوى الخارجية	**الفرص** اعتماد الحكومة لجدول أعمال عام ٢٠٣٠، دعوة الحكومة المجتمع المدني للانضمام إلى صياغة خطة التنمية الوطنية، والتغييرات السياسية	**التهديدات** مثل المخاطر التي تنطوي عليها الحملات العامة، عدم فهم صانعي القرار لحالة الشابات فهمًا صحيحًا، التعامل مع البيروقراطية

المخاطر التي تنطوي عليها الدعوة[٣١]

تتطلب إدارة المخاطر التي قد تنطوي عليها الدعوة قضاء بعض الوقت في تحديد هذه المخاطر المحتملة وتحليلها. ويبدأ هذا العمل في مرحلة البحث نفسها. وكلما فهمت مشكلتك وسياقها السياسي والجمهور المستهدف قلت مساحة خطئك.

يمكنك استكشاف أسئلة مثل:

- هل سيكون لك أي حلفاء لمساعدتك إذا واجهت مشكلة؟
- هل أدى النقاش العام بشأن المساواة بين الجنسين إلى أو خطر حدوث ردود أفعال عنيفة؟
- هل عانى الآخرون من إثارة مخاوف مماثلة بشأن المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات؟

٣١ – مقتبس من اليونيسف. (٢٠١٠). مجموعة أدوات الدعوة: دليل للتأثير على القرارات التي تحسن حياة الأطفال.
وسبريشمان، س.، بيلتون، إ (٢٠٠١). أدوات الدعوة والمبادئ التوجيهية التي تعزز تغيير السياسات. مؤسسة كير.

وقد تنشأ المخاطر المحتملة أثناء الدعوة أيضًا من الدعوة المختارة. فربما تكون الحملات العامة على وجه الخصوص محفوفة بالمخاطر وتتسبب في أو تضر بالعلاقات مع أصحاب المصلحة أو الشركاء أو الحكومة، بل قد تلحق بالدعاة أذى أو ضرر مادي.

لكن تقييم المخاطر المبكر الذي تجريه في مرحلة وضع الاستراتيجية قد يُفيدك في تحديد أنشطة الدعوة والرسائل والمبلغين الذين يبلغونها بعناية. وفي بعض الحالات، يمكن أن تؤدي الدعوة بواسطة أعداد كبيرة من خلال شبكة أو ائتلاف من مجموعات الشباب والمنظمات المجتمعية إلى التخفيف من مخاطر الدعوة إلى المساواة بين الجنسين، وفي حالات أخرى قد تزيد من هذه المخاطر.

لتقييم مستوى المخاطر اتبع الآتي:

- تحديد المخاطر المحتملة الناشئة عن اتخاذ الإجراءات المقترحة (أو عدم اتخاذها).
- تقييم الفائدة المحتملة من اتخاذ الإجراءات المقترحة في الدعوة.
- تحديد من يحتمل تضررهم.
- تقييم مستوى المخاطر.
- النظر في التدابير التي يمكنك اتخاذها لتخفيف المخاطر.
- تقييم مستوى المخاطر المتبقية بعد اتخاذ تدابير التخفيف.
- تقرير ما إذا كانت فوائد الدعوة تفوق مخاطرها.

حدد خطواتك التالية بناءً على التحليل السابق. واعلم أن الخطوات التالية قد تتطلب الاستجابة لأي من نقاط القوة ونقاط الضعف والفرص والتهديدات وتذكر أن الدعوة تستلزم اتخاذ الخيارات، لذا يجب إعطاء الأولوية لما هو بالغ الأهمية وما يتوفر له الدعم.

السؤال (٨): كيف نبدأ؟

تتضمن الإجابة عن هذا السؤال تحديد أهداف ونتائج وأنشطة للدعوة تساعد في الانتقال من مرحلة التخطيط إلى العمل.

إلى هنا يكون التحليل الذي يجرى في سبيل دعم جهود الدعوة قد اكتمل ليتم دمجه الآن في خطة العمل التي يجب أن تعكس الأهداف والنتائج والأنشطة بوضوح.

١. تحديد أهداف الدعوة، ونتائجها، وأنشطتها

يجب أن يكون التأثير النهائي لدعوتك إلى تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات هو **إحداث تغييرات إيجابية ودائمة في حياة كل الشابات بحيث يعزز وضعهن وظروفهن في المجتمع**. وهذا يعني أن وضع السياسات أو تنفيذها أو تغييرها ليس الهدف النهائي لمبادرة الدعوة بل هو خطوة تتخذ لتؤدي إلى تحسينات إيجابية في نوعية حياة الشابات.

هدف الدعوة

هو موضوع جهودك المبذولة والذي تتمثل فيه رؤيتكم طويلة الأمد التي ربما تمتد لعدة سنوات. وقد يكون هدف الدعوة عام مثل وضع حد للعنف بكل أشكاله ضد المرأة في الدولة بحلول عام ٢٠٣٠. وينبغي أن يشير هدف الدعوة إلى التغيير الذي تريد تحقيقه من الجهود المبذولة.

نتائج الدعوة

اما نتائج الدعوة فهي قصيرة الأجل يجب تحقيقها من أجل الوصول إلى هدف الدعوة. كما يجب أن تركز على إجراء محدد يمكن لجماعة الشباب اتخاذه. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تشير نتائج الدعوة إلى أن المجتمع يدعم ويؤيد وضع قانون لتجريم التحرش الجنسي بالمرأة في المساحات العامة ضمن التزاماتها الأساسية بحلول عام ٢٠٢٥.

استراتيجيات الدعوة

إن استراتيجيات الدعوة عادة ما تنطوي على عدة نتائج تتحقق على طريق الوصول إلى الهدف، ويفيد في تحديد هذه النتائج البحث والتحليل اللذان أجريا في المرحلة الأولى من التخطيط للدعوة.

أهداف الدعوة ونتائجها الذكية SMART Objective

ينبغي أن تكون أهداف الدعوة ونتائجها ذكية. وهذا يعني النظر في الآتي:

- هل الهدف أو النتيجة محددة قدر الإمكان؟
- هل الهدف أو النتيجة قابلة للقياس؟
- هل الهدف أو النتيجة قابلة للتحقيق؟
- هل الهدف واقعي وموجه نحو النتائج؟
- هل الهدف أو النتيجة محددة زمنيًّا؟

بالإضافة إلى ذلك، تذكر أن أهداف ونتائج الدعوة ينبغي أن تكون موجهة نحو التغيير وليست نحو النشاط، وأن تصف التغيير الذي تريد تحقيقه وليس الذي تنوي القيام به. ولابد أن يحدد التغيير من حيث الكم وأن تحدد النتيجة من الذي سيقوم به ومتى.

وفيما يلي بعض الأمثلة على الأنشطة التي قد تقوم بها:

	أنشطة الدعوة
تحليل التشريعات ومعرفة مناطق الضعف وفجوة التنفيذ	تحليل القضية وبحثها للمساهمة في رفع الوعي لوضع السياسات (بما في ذلك إدراج قضية المساواة بين الجنسين على جدول أعمال السياسات، واعتماد سياسات منصفة بين الجنسين، وتنفيذها، ورصدها، وتقييمها، وتمويلها، وحجب سياسة التمييز بين الجنسين) بناء العلاقات مع صناع القرار التحالف وبناء الشبكة
التواصل والدعوة	وسائل الإعلام التقليدية (النشرات الصحفية، المؤتمرات الصحفية، حزم المواد الإعلامية، وبناء القدرات، والشراكات الإعلامية) وسائل الاعلام الرقمية التحالف وبناء الشبكة الاجتماعات التوجيهية / العروض التقديمية الضغط لحشد التأييد رفع الوعي الحملات عامة (بما في ذلك التجمعات والمسيرات)

السؤال (٩): كيف يمكننا التأكد من الفعالية؟

تتضمن الإجابة عن هذا السؤال وضع خطة للرصد والتقييم وتنفيذها في إطار استراتيجية الدعوة.

- رصد أعمال الدعوة ومتابعتها
- اجتماعات التعلم

١. رصد أعمال الدعوة ومتابعتها

الرصد هو التقييم المستمر للتقدم المحرز في سير عمل الدعوة. وهذا يتطلب إعادة النظر في الأسئلة التسعة مرارًا وتكرارًا أثناء الدعوة مما يساعدك على التأكد من سير الأمور وفقًا للخطة، وفي إجراء التغييرات اللازمة في وقتها كي تكون الخطة والجهود فعالة.

١-١ البنود التي يلزم رصدها ومراقبتها في الدعوة[٣٢] :

- الإجراءات والأنشطة التي خططنا لها.
- التغييرات التي نأمل أن تتحقق بسبب أعمالنا – التغييرات في حياة الشابات والشبان، وفي حقوق الشابات وفي هياكل السلطة والعلاقات التي تربط بينها.
- أي نتائج غير مقصودة تترتب على الاستراتيجيات والتكتيكات المستخدمة.
- كيفية تغيير سياق الدعوة العام.
- الموارد المستثمرة: الوقت، والطاقة، والموارد المالية والفنية.

١-٢ طرق جمع المعلومات لرصد الدعوة

يجب أن تفكر مليًّا في المعلومات التي تحتاجها وكيفية جمعها أثناء مرحلة التخطيط. وفيما يلي بعض الطرق التي يمكن جمع المعلومات بها لرصد الدعوة:

- راقب ما إذا كانت «**الأسئلة**» المطروحة في **سياستك** متضمنة في وثائق السياسات والاستراتيجيات ومواضيع الاجتماع.
- اجمع **قصصًا شخصية** من قصص التغير في حياة الشابات عن طريق إبداء الملاحظات وجهًا لوجه أو إلكترونيًا.
- راقب **وسائل الإعلام** المحلية والإقليمية والدولية لمعرفة عدد المرات التي ذكرت فيها قضية دعوتك.
- استخدم خدمة **التسويق بالبريد الإلكتروني** لتقييم عدد الأشخاص الذين يقرؤون رسالة دعوتك (توفر العديد من الخدمات الرقمية خيارًا مجانيًّا إذا لم يكن الجمهور كبيرًا.
- استخدم **تحليلات مواقع التواصل الاجتماعي** لملاحظة المدى الذي تبلغه وسائل التواصل الاجتماعي وعدد الاشخاص الذين يزورون مواقعك الالكترونية، وعدد النقرات على رسائلك أو إعادة تغريدها، والرسائل التي تلقى أكبر قدر من الاهتمام (انظر الدليل التدريبي للحملات الرقمية للحصول على أفكار).[٣٣]

هذا ولا يلزم أن تكون المعلومات التي تجمعها بيانات رسمية دائمًا، فآراؤنا وآراء المشاركين الآخرين الشخصية تشكل جزءًا هامًا من عملية الرصد. ولذا فإن أكثر الطرق فعالية في رصد الدعوة هي عقد اجتماعات منتظمة للتعلم للنظر في ما يفيد وما لا يفيد.[٣٤]

٢. اجتماعات التعلم

يتطلب الرصد من فرق العمل التقييم المستمر لأدائها للتعرف والاستفادة من النجاحات والإخفاقات. ولذا يمكن أن تكون اجتماعات التعلم (وتسمى أيضًا استعراضات المشاريع) طريقة بسيطة ولكنها قوية لمساعدتك على

٣٢ – جوسلينج ل.، كوهين د (٢٠٠٧). دليل المشاركين: قضايا الدعوة – مساعدة الأطفال على تغيير عالمهم، التحالف الدولي لإنقاذ الطفولة.

٣٣ – التحالف العالمي للقوى العاملة في الخدمة الاجتماعية. (٢٠١٧). مجموعة أدوات الدعوة العالمية للقوى العاملة في الخدمة الاجتماعية.

٣٤ – بلان انترناشيونال. (٢٠١٤). مجموعة أدوات الدعوة: التعليم الذي نريده.

القيام بذلك. واجتماع التعلم هو ببساطة النشاط الذي تقومون به (شخصيًّا أو عن طريق تطبيق سكايب) عن طريق الإجابة على الأسئلة التالية بصفتكم مجموعة شباب الدعوة[٣٥] :

هذا ويمكنكم تنظيم اجتماعات التعلم بانتظام في كل مراحل دعوتك للتأكد من تقدمها وفقًا للخطة. أشرك أكبر عدد ممكن من أصحاب المصلحة في اجتماعات التعلم وابحث عن سبل تبادل الدروس المستفادة.

٢-١ أثناء رحلة مشروع الدعوة أو الدعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين (وبعدها)

أ) ما الذي كنا نتوقع حدوثه؟

ب) ما الذي حدث بالفعل؟

ج) لماذا توجد اختلافات بين ما خططنا له وما حدث بالفعل؟

٢-٢ أبرز الدروس المستفادة

أ) ما الذي عمل بشكل جيد وينبغي أن يستمر في المستقبل؟

ب) ما الذي لم يعمل بشكل جيد ويمكن أن يتم إيقافه في المستقبل؟ لماذا لم يعمل؟ ولماذا يجب إيقافه؟

ج) ما الذي يمكن أن نبدأ به لتحسين عملية تنظيم دعوتنا؟

٣٥ – مقتبس من برنامج الأمم المتحدة للمساعدات. (٢٠١٤). قانون! ٢٠١٥. مجموعة أدوات استراتيجية الدعوة.

ملحق الجزء الثاني
مؤشرات لقياس أنشطة الدعوة ونتائجها وأهدافها وآثارها[٣٦]

الأنشطة، والنتائج المؤقتة، والأهداف، الآثار	التعريف	المؤشرات المحتملة
أنشطة الدعوة		
وسائل التواصل الرقمية، وسائل التواصل الاجتماعية	استخدام التقنيات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي (مثل البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية والمدونات والتسجيلات الصوتية والرسائل النصية وفيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها) للوصول إلى جمهور كثير والتمكين من الاتصال السريع.	إنشاء موقع جديد أو صفحات ويب جديدة عدد الرسائل الإلكترونية المرسلة عدد المشتركين في القائمة (بما في ذلك المجموعة المستهدفة، والأعضاء، والشركاء) عدد مرات الإعجاب المسجلة، وإعادة التغريدات، والمشاركات، وما إلى ذلك.
الوسائط المكتسبة	التصريحات الإعلامية الرنانة في وسائل الإعلام المطبوعة أو المسموعة أو الرقمية للحصول على رؤية لمشكلة متعلقة بجمهور معين	عدد محاولات الوصول إلى الصحفيين عدد البيانات الصحفية المكتوبة والموزعة عدد اجتماعات مجلس التحرير المنعقدة
الشراكات الإعلامية	الحصول على موافقة شركة إعلامية على تعزيز المساواة بين الجنسين من خلال قنوات الاتصالات والبرمجة	عدد الشراكات الإعلامية وأنواعها عدد وأنواع منافذ التوزيع التي تصل إليها الشركات العالمية
الشراكات وإنشاء الشبكات	توحيد أصوات الدعوة من طريق الجمع بين الأفراد والجماعات والمنظمات المتفقة على قضية أو هدف معين لتحقيق المساواة بين الجنسين	عدد أعضاء الشبكة أنواع الدوائر الانتخابية الممثلة في الائتلاف عدد اجتماعات الشبكة المنعقدة وعدد الحضور

٣٦ مقتبس من جوليا كوفمان وآخرون، اللغة المشتركة: النموذج المنطقي المركب، شبكة الابتكار، يونيو ٢٠٠٧، هذه المعلومات متاحة أيضًا في: جوليا كوفمان، دليل المستخدم للتخطيط لتقييم الدعوة، مشروع أبحاث الأسرة في جامعة هارفارد، كامبريدج، إم إيه، ٢٠٠٩.

الاجتماعات الإعلامية / العروض التقديمية	إثارة قضية بشأن المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات شخصيًّا من خلال اجتماعات فردية أو جماعية	عدد الاجتماعات الإعلامية أو العروض التقديمية أنواع الجماهير التي تم الوصول إليها من خلال الاجتماعات الإعلامية أو العروض التقديمية عدد الأفراد الذين يحضرون الجلسات التوجيهية والعروض التقديمية
الإعلانات عن الخدمة العامة	وضع إعلان غير تجاري لتعزيز المساواة بين الجنسين	عدد الإعلانات المطبوعة أو المذاعة أو الموضوعة على الإنترنت عدد وأنواع منافذ التوزيع للإعلانات
التصويت	استطلع رأي الجمهور عبر الهاتف أو الإنترنت لجمع البيانات لاستخدامها في رسائل الدعوة	استطلاعات الرأي التي أجريت مع الجمهور (الجماهير)
تحليل وبحث القضية أو السياسة	التحقيق المنهجي في قضية أو مشكلة تتعلق بالمساواة بين الجنسين لتحديد الحلول الممكنة بشكل أفضل	عدد البحوث أو المنتجات المعدة لتحليل السياسات، مثل التقارير والملخصات عدد وأنواع منافذ التوزيع للمنتجات عدد المنتجات الموزعة
وضع اقتراحات السياسة	وضع حل سياسي محدد للقضية أو المشكلة التي يجرى تناولها لإنهاء التمييز بين الجنسين	المبادئ التوجيهية أو المقترحات بشأن السياسات عدد المنظمات التي توقع على المبادئ التوجيهية أو المقترحات
زيادة الوعي على المستوى اللإستراتيجي	إطلاع صانعي السياسات والمرشحين على القضية أو الموقف من المساواة بين الجنسين	عدد التوجيهات أو الاجتماعات التي تعقد مع واضعي السياسات أو المرشحين عدد صانعي السياسات أو المرشحين الذين تم الوصول إليهم أنواع صانعي السياسات أو المرشحين الذين تم التوصل إليهم
بناء علاقات مع صناع القرار	التفاعل مع صانعي السياسات أو غيرهم ممن لديهم سلطة التصرف في هذه المسألة.	عدد الاجتماعات التي تعقد مع صانعي القرار

نتائج الدعوة		
القدرة على إعداد الدعوة	قدرة المنظمة أو مجموعة الشباب أو الشبكة على قيادة استراتيجية للدعوة وتكييفها وإدارتها وتنفيذها	زيادة المعرفة بالدعوة، والدراية بتكتيكات التعبئة أو التنظيم تحسين مهارات الإعلام والاتصالات زيادة القدرة على الحصول على البيانات واستخدامها
الشراكات أو التحالفات	علاقات تبادل منفعة مع المنظمات الأخرى أو الأفراد الذين يدعمون أو يشاركون في استراتيجية الدعوة	إنشاء علاقات تنظيمية جديدة أو أقوى علاقات جديدة مع الشركاء غير المحتملين المنظمات الجديدة التي وقعت على اتفاقات تعاون مواءمة جدول أعمال السياسات بين المتعاونين الإجراءات التعاونية المتخذة بين المنظمات
دعاة جدد (بما فيهم غير المحتملين أو غير التقليديين)	الأفراد الذين لم يشاركوا من قبل ويتخذون إجراءات دعمًا لقضية المساواة بين الجنسين أو موقفهم منها	تعيين دعاة جدد دوائر انتخابية جديدة ممثلة بين المدافعين إجراءات الدعوة الجديدة لدعم القضية
مناصرون جدد	الأشخاص البارزون الذين يتبنون قضية المساواة بين الجنسين ويدعون إلى مناصرتها علنًا	تعيين مناصرون أو أصحاب مصلحة جدد دوائر انتخابية جديدة ممثلة بين المناصرين الإجراءات التي يتخذها المناصرون، مثل التحدث أو تسجيل الدخول لدعم القضية أو الموقف
رؤية مجموعة الشباب للقضية أوإدراكهم إياها	تحديد مجموعة الشباب أو الحملة كمصدر موثوق به للقضية	عدد طلبات المنتجات أو المعلومات الدعائية، بما في ذلك تنزيلات المواد أو مشاهداتها على صفحة الإنترنت عدد وأنواع الدعوات الموجهة إلى دعاة الدعوة والدعم من الشباب للتحدث بصفتهم خبراء
الوعي	اعتراف الجمهور بوجود مشكلة التمييز بين الجنسين، أو المعرفة بمقترح سياسة المساواة بين الجنسين	نسبة أعضاء الجمهور الذين لديهم معرفة ذات مستوى أفضل بإحدى القضايا نشاط موقع الحملة على الإنترنت

الصمت	الأهمية التي يوليها الجمهور المستهدف لقضية المساواة بين الجنسين أو اقتراح السياسة العامة	نسبة أعضاء الجمهور الذين يرون أن القضية مهمة لهم ويغيرون موقفهم
المواقف أو المعتقدات	أفكار الجمهور المستهدف أو مشاعره أو أحكامه بشأن قضية المساواة بين الجنسين أو اقتراح سياسة	نسبة أعضاء الجمهور ذوي المواقف الإيجابية تجاه قضية المساواة بين الجنسين أو اهتمامهم (تتبع التحسين) قصص ذات مغزى من قصص التغيرات في المواقف أو السلوك
الإرادة العامة	رغبة الجمهور المستهدف (غير صانعي السياسات) في العمل على دعم القضية أو اقتراح سياسة	نسبة أعضاء الجمهور الراغبين في اتخاذ إجراء في قضية معينة (تتبع التحسين) الحضور في فعاليات الدعوة، مثل المنتديات العامة والمسيرات والمظاهرات
الإرادة السياسية	رغبة صانعي السياسات في العمل دعمًا لقضية أو اقتراح سياسي لتحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات.	عدد الاقتباسات من منتجات الدعوة أو الأفكار، المذكورة في السياسات أو مداولات السياسات عدد المسؤولين الحكوميين الذين يدعمون جهود الدعوة في العلن عدد مرات ذكر القضية في خطابات صانعي السياسات عدد الأحزاب الممثلة للجهات الراعية للسياسات والجهات المشاركة في الرعاية عدد الأصوات المؤيدة أو المعارضة لسياسات معينة
جمهور المناصرين أو الزيادة المعتمدة على دعم القضية	زيادة عدد الأفراد الذين يمكن الاعتماد عليهم في استمرار الدعوة أو العمل المتعلق بالمساواة بين الجنسين وحقوق الشابات	نشاط الموقع عدد أعضاء المجموعة أو المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي (تتبع التحسين)

التغطية الإعلامية	كمية ونوعية التغطية في وسائل الإعلام المطبوعة أو المسموعة أو الإلكترونية	عدد الاقتباسات في وسائل الإعلام من البحوث أو المنتجات في سياق الدعوة عدد القصص التي تعرض بنجاح في وسائل الإعلام عدد مرات ذكر المناصرين أو المتحدثين المدربين في وسائل الإعلام عدد مرات التغطية الإعلامية الإيجابية والسلبية
إعادة صياغة القضية	التغييرات في كيفية عرض قضية المساواة بين الجنسين وحقوق الشابات أو مناقشتها أو تصورها	عدد المقالات الإعلامية التي تعكس إطار القضية المفضل
أهداف الدعوة		
المساهمة في رفع الوعي ووضع سياسة للمساواة بين الجنسين	تقديم مقترح جديد للسياسات المنصفة للجنسين أو مبادئ توجيهية للسياسة العامة	وضع مقترحات أو مبادئ توجيهية جديدة
وضع المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات على جدول أعمال السياسات	ظهور قضية المساواة بين الجنسين وحقوق الشابات على قائمة القضايا التي يوليها صناع السياسات اهتماما بالغًا	وضع سياسات منصفة للجنسين رسميًّا
اعتماد سياسة المساواة بين الجنسين	النجاح في تمرير اقتراح سياسة إنصاف بين الجنسين عن طريق مرسوم أو إجراء اقتراع أو تشريع أو اتفاق قانوني	وضع سياسات منصفة للجنسين رسميًّا عدد صانعي السياسات الذين يمدون التزاماتهم إلى الالتزام بتوجيهات السياسة المقترحة
حجب سياسات التمييز بين الجنسين	النجاح في معارضة اقتراح سياسة التمييز بين الجنسين	حجب السياسات رسميًّا عدد صانعي السياسات الذين يوسعون دائرة معارضتهم لتشمل توجهات السياسة المقترحة

تنفيذ سياسة المساواة بين الجنسين	تنفيذ سياسة المساواة بين الجنسين كما ينبغي وتوفير التمويل أو الموارد وتنفيذ أنشطة ضمان الجودة للتأكد من تنفيذ السياسة	تنفيذ السياسات أو إدارتها وفقًا للمتطلبات
رصد سياسة المساواة بين الجنسين وتقييمها	متابعة سياسة المساواة بين الجنسين لضمان تنفيذها كما ينبغي وتحقيق الآثار المرجوة منها	جمع التمويل لرصد سياسات المساواة بين الجنسين وتقييمها رسميًّا
متابعة سياسة المساواة بين الجنسين	منع الحذف أو التغييرات السلبية الأخرى في سياسة التقييم	الحفاظ على ثبات مستويات تمويل سياسات التقييم أو برامجه الحفاظ على مستويات صلاحية السياسات أو البرامج
جلب جهات مانحة جديدة من أجل الدعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين لتمكين الشابات	الجهات الممولة العامة والخاصة الجديدة أو الأفراد الذين يساهمون بأموال أو موارد أخرى لتحقيق المساواة بين الجنسين	عدد المتبرعين لأول مرة المانحون الجدد الذين يقدمون الدعم المالي مقابل العيني متوسط المبالغ المقدمة من المانحين الجدد
الموارد المالية والإدارية والفنية لتحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين الشابات	مقدار الأموال المجموعة وتنوع مصادر التمويل المنشأة من أجل البرامج والسياسات الهادفة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين	عدد الجهات المانحة إجمالًا أنواع الجهات المانحة (أفراد، جمعيات خيرية، شركات) الأموال الممنوحة لدعم جهود الدعوة الإيرادات المحققة لدعم جهود الدعوة
التأثيرات على الشابات وخاصة الأكثر تهميشًا		
تحسين الخدمات والأنظمة	البرامج والخدمات الشاملة أو المنسقة معقولة الأسعار والأكثر سهولة وذات الجودة الأعلى	تعتمد المؤشرات على هدف السياسة المحدد. ومن أمثلة ذلك ما يلي: المزيد من البرامج المقدمة سهولة الوصول إلى البرامج أو الخدمات خدمات عالية الجودة خدمات أكثر بأسعار أفضل

الأوضاع الاجتماعية والمادية الإيجابية	تحسين ظروف وبيئات الشابات والمجتمعات المحلية والمجتمع بشكل عام	تعتمد المؤشرات على هدف السياسة المحدد. فقد تركز على سبيل المثال على ما يلي: انخفاض معدل العنف ضد الشابات زيادة المشاركة الاقتصادية والسياسية للمرأة مشاركة المزيد من الشابات في القيادة تحسين مشاركة الشابات في صنع القرار تعزيز سيطرة الشابات على مواردهن الاقتصادية

الجزء الثالث

أمثلة ودراسات حالة الدعوة للمساواة بين الجنسين في مصر

الجزء الثالث :
أمثلة ودراسات حالة للدعوة للمساواة بين الجنسين في مصر

مقدمة

يعرض هذا الجزء أفكارًا يمكن للمناصرين الشباب الاستفادة منها في اكتشاف المزيد من الأفكار والطرق للتأثير على غيرهم من الشباب في مجتمعاتهم المحلية لإشراكهم في تحقيق المساواة بين الجنسين.

ويشتمل هذا الجزء على:

- أفكار لإشراك الشباب في المساواة بين الجنسين
- أمثلة ودراسات حالة للدعوة للمساواة بين الجنسين

١. أفكار لإشراك الشباب في المساواة بين الجنسين

فيما يلي بعض الأفكار المناسبة لمختلف البيئات الاجتماعية، التي يمكن للمناصرين الشباب إدماجها في أعمالهم الدعوية لإشراك الشبان الآخرين في المساواة بين الجنسين.

أ. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين في منازلهم

- أثناء حملة دعوتك لقن الشباب دروس توعية بأهمية التنشئة والرعاية كقيم أساسية للأطفال والمراهقين والشباب.
- ادع إلى إدماج المساواة بين الجنسين في التربية الوالدية لكل من الأمهات والآباء بما في ذلك الآباء الجدد.
- أدخل الآباء كجمهور مستهدف وسلط الضوء في الرسائل على قيمة الأبوة في كل مراحل نمو الطفل بدءًا من الولادة.
- نظم حملة عامة لكسر الصور النمطية الشائعة عن الجنسين في المنزل وشجع الشباب على المشاركة في الأعمال المنزلية وتقديم الرعاية.

ب. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين في المدارس والجامعات

- يمكنك ان تركز دعوتك على المدارس والجامعات لجعل المناهج أكثر عدالة بين الجنسين، وثقف الشباب بشأن فوائد المساواة بين الجنسين، وسلط الضوء على القدوة الحسنة من الشبان.
- ادع إلى تدريب الشبان والشابات على القيادة من خلال الدورات الدراسية الجامعية عن الدراسات المتعلقة بالجنسين.
- ادع مع إدارات المدارس والجامعات إلى منح الشابات فرصًا متساوية في ممارسة الرياضة، وشجع الشابات على تعلم العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات.
- شجع الشباب على التحدث واتخاذ إجراءات ضد العنف القائم على النوع في المدارس والجامعات.
- اربط أنشطة حملتك في المدارس والجامعات بحملات «لأني رجل – Because I am a man»، وابحث عن المزيد من المعلومات حول كيفية بدء حملة (هاشتاج «لاني راجل» على صفحات التواصل الاجتماعي، للتعريف بالحملة وأهدافها ورسالتها).

ج. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين في المجتمعات المحلية

- نظم حملة عامة تؤكد على أن المساواة بين الجنسين قضية ذات صلة بالذكور أيضًا وأنها تفيد الجميع في المجتمع. استهدف الشباب في مجموعات الشباب الأخرى، والفرق الرياضية، والجماعات الدينية وغيرها من الجماعات داخل المجتمع، والقطاع الخاص.
- اعقد محادثات مع شباب آخرين في مجتمعك بشأن المساواة بين الجنسين، فإجراء محادثة مفتوحة مع الشباب حول معنى الرجولة هو الخطوة الأولى نحو التغيير.
- احشد قوى الفتيان في المجتمع المحلي وألهمهم اتخاذ إجراءات ضد التمييز بين الجنسين والتصدي للعنف القائم على النوع.
- ادع مع السلطات المحلية لتأمين الوصول الآمن والمتكافئ إلى المساحات العامة والمراكز المجتمعية المخصصة للنساء والفتيات.
- القاء الضوء على عروض فنية ومسرحيات وانشطة رياضية وثقافية لرفع الوعي
- معارض فنية، ومسارح تفاعلية.

د. الشباب كشركاء في المساواة بين الجنسين في مكان العمل

- التوعية بكيفية توسع النمو الاقتصادي عن طريق المساواة بين الجنسين في مكان العمل
- الدعوة إلى السماح بمنح إجازة رعاية طفل للآباء وتدريب الآباء الجدد على كيفية التعامل مع الأطفال
- تنظيم حملة توعية للحد من الفجوة في الأجور بين الجنسين في مكان عملك .

هـ. الشباب كشركاء في المساواة بين الجنسين باستخدام وسائل الإعلام

- رصد أداء وسائل الإعلام الرئيسية لمعرفة كيفية تسليطها الضوء على الصور النمطية لكل من الجنسين. استخدم هذه المعلومات للدعوة مع وسائل الإعلام إلى تطوير الأفلام، والإعلانات، والرسوم المتحركة، والدراما، والمسلسلات، التي تعزز مستوى الرعاية والتنشئة والصفات الذكورية، ولا ينبغي لوسائل الإعلام أن تعزز الأدوار النمطية للشابات والشبان.
- تشجيع مجموعات الشباب على إنشاء منتجات إعلامية تتناول المساواة بين الجنسين مثل الأفلام القصيرة، ومسرح الشارع، وألعاب الفيديو وما إلى ذلك.
- استخدام قضية حول الشؤون الراهنة للتواصل مع وسائل الإعلام (عبر النشرات الصحفية، والتوجيهات الإعلامية، والمجموعات الصحفية، والمقابلات، وإرسال الرسائل إلى المحررين، وكتابة المقالات الافتتاحية المعبرة عن الرأي) لتسليط الضوء على فوائد المساواة بين الجنسين للجميع، والدور الذي يمكن أن يلعبه الشباب لتمكين الشابات.

و. الشباب كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين باستخدام التكنولوجيا الرقمية

- تنظيم حملة رقمية بشأن المساواة بين الجنسين باستخدام رسائل البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي (مثل تويتر، فيسبوك، يوتيوب، اينستجرام) بحيث تستهدف هذه الحملة الشباب.
- رفع مستوى الوعي بدور الشباب كشركاء في المساواة بين الجنسين باستخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول وتطبيقات المراسلة الفورية مثل واتساب وتيليجرام.

- إطلاق حملة رقمية باستخدام المدونات للتوعية بما يمكن للشباب القيام به لتعزيز المساواة بين الجنسين والإجراءات الرامية إلى إنهاء العنف القائم على النوع.
- دعم الشبكات الاجتماعية باللغات المحلية.
- الدعوة للحد من التحيز الجنسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام.

٢. أمثلة للدعوة للمساواة بين الجنسين

أفكار للمبادرات التي تعزز المساواة بين الجنسين

وبما أن الرجال كثيرًا ما يسيطرون على مجالات صنع القرار في القطاعين العام والخاص، فإن فهم مواقعهم يعتبر أمرًا بالغ الأهمية لوضع السياسات والبرامج التي تعزز المساواة بين الجنسين.

٢-١. فيما يلي أمثلة على التوصيات السياسية المنبثقة عن الدراسة الاستقصائية لمصر - IMAGES Egypt:

١. الدعوة إلى تحديد إجازة رعاية طفل للآباء ووضع برامج الأبوة على مستوى المنطقة وبالتالي تعزيز مسؤولية الرجل عن رعاية الأس رة والأطفال ودعمهم لأعمال الرعاية بلا أجر.

٢. الدعوة لتركيز أقوى للمساواة بين الجنسين في السياسات الحالية التي تخاطب الشباب من خلال الدعوة للاستثمار في قيادة المرأة الشابة ومشاركتها مع الشبان في المساواة بين الجنسين.

٣. الدعوة لزيادة الاستثمار في مشاركة المرأة الشابة في الاقتصاد على مستوى القطاعين العام والخاص.

٤. الدعوة لدمج مقررات دراسية مراعية للجنسين في جميع المراحل التعليمية بما في ذلك المدارس الإعدادية والثانوية، والجامعات، وغيرها من البرامج التعليمية غير الرسمية. ولكن لابد من تذكر أنه بغض النظر عن تعزيز القوانين والسياسات الداعمة للمساواة بين الجنسين، من الضروري أن تتواصل مجموعات الشباب من خلال توعية الشبان للتأثير عليهم ليصبحوا شركاء من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين.

٢-٢. المؤتمر الوطني للشباب

تحت شعار «أبدع.. انطلق»، أطلق السيد رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي المؤتمرات الوطنية للشباب لتكون منصة للحوار المباشر بين الدولة المصرية بمختلف مؤسساتها، والشباب المصري الواعد الذي يطمح لتحقيق مستقبل أفضل لدولته وهو ملتقى دوري للحوار المباشر بين الشباب المصري وممثلين عن الحكومة المصرية ومؤسساتها المختلفة تحت رعاية الرئيس عبد الفتاح السيسي.

٢-٣. نواب البرلمان كجهات مستهدفة وحلفاء من أجل الدعوة لتحقيق المساواة بين الجنسين

- يتمتع نواب البرلمان بالسلطة لمناقشة السياسات الوطنية المساوية للجنسين وتشكيلها، وإقرار وصياغة القوانين التي تطالب بحقوق المرأة الشابة، وضمان الموارد لتنفيذ مثل هذه التشريعات والسياسات ورصد ومتابعة تنفيذها. وهذا يجعل من النواب البرلمانيين جهات مستهدفة رئيسية للدعوة من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين.
- وتتطلب مشاركة العمل مع نواب البرلمان الحصول على فهم متعمق للبيئة السياسية وصناعة السياسات واساليب تنفيذ البرلمان لوظائفه. وبحسب سياقك، سوف تحتاج إلى التعرف على نقاط الانطلاق من أجل إشراك نواب البرلمان، مثل الدخول إليهم من خلال القيادة البرلمانية، واللجان البرلمانية، والبرلمانيين المستقلين، والشبكات البرلمانية. ويمكن أيضًا استخدام مشروعات القوانين المؤجلة والتي تتناول المساواة بين الجنسين كنقطة انطلاق لبدء نقاش مع نواب البرلمان. وهناك طريقة أخرى للوصول إلى نواب البرلمان وهي من خلال اختيار شركاء في الدعوة ممن يستطيعون الوصول إلى نواب البرلمان.

تعرف على المزيد من المعلومات حول العمل مع البرلمانيين وحركة «رائدات». من خلال البحث عن «دليل اليونيسيف التدريبي من أجل العمل مع البرلمانيين».

كنقطة انطلاق لبدء نقاش مع نواب البرلمان. وهناك طريقة أخرى للوصول إلى نواب البرلمان وهي من خلال اختيار شركاء في الدعوة ممن يستطيعون الوصول إلى نواب البرلمان.

٤-٢. دعم حقوق المرأة باستخدام اتفاقية سيداو

وفيما يلي مجموعة من الطرق المحددة التي يمكن من خلالها لمجموعات الشباب الدفاع من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين ودعم حقوق المرأة باستخدام اتفاقية سيداو:

١. نشر الوعي بشأن المساواة بين الجنسين وحقوق الإنسان للمرأة الشابة والضمانات التي تقدمها اتفاقية سيداو.

٢. الدعوة إلى رفع التحفظات على اتفاقية سيداو إلى جانب إلغاء القوانين التمييزية بشأن حقوق المرأة في الأسرة، والطلاق، والقوانين الشخصية، وقوانين العقوبات، والقوانين الخاصة بالجنسية، والإرث، والملكية، وحيازة الأرض، وغيرها من الموارد.

٣. حشد الدعم الحكومي للمساهمة في وضع التقرير الرسمي للدولة وتقديمه إلى اللجنة المعنية بالقضاء على التمييز ضد المرأة، إلى جانب المشاركة في وضع التقرير الرسمي عن التقدم المحرز في تنفيذ اتفاقية سيداو.

٤. الاستفادة من التوصيات الصادرة من اللجنة المعنية بالقضاء على التمييز ضد المرأة لدولتكم (وتُسمى أيضًا الملاحظات الختامية)، وذلك من أجل حشد الدعم الحكومي بهدف اتخاذ إجراءات الإصلاح القانوني والسياسي بما يتفق مع توصيات اللجنة.

٥. ويمكن للمرأة الشابة (مستقلة كانت أو تابعة لمجموعة) أيضًا أن تتقدم بشكوى إلى اللجنة إذا ما تعرضت لانتهاك حقوقها، وذلك بشرط أن تكون دولتها قد صدقت على البروتوكول الاختياري الملحق بالاتفاقية.

٣. دراسات حالة للدعوة للمساواة بين الجنسين

تعاون فريق «كايرو رانرز» مع منظمة اليونيسف وهيئة الأمم المتحدة للمرأة للاحتفال بيوم المرأة العالمي[1]

نظمت مجموعة **«كايرو رانرز»** بالتعاون مع منظمة الأمم المتحدة للمرأة واليونيسيف في مصر في ٨ مارس ٢٠١٥ احتفالًا باليوم العالمي للمرأة الذي تزامن أيضًا مع الذكرى السنوية العشرين لإعلان ومنهاج عمل بكين بشأن تمكين المرأة. وكانت فكرة هذه المبادرة هي الدعوة إلى العمل التطوعي وتسليط الضوء على جهود الشباب.

١ - http://english.ahram.org.eg/NewsContent/7/48/125123/Life--Style/Health/Brimming-with-energy,-Cairenes-run-to-celebrate-In.aspx، تم الدخول إلى بتاريخ ٣١ أكتوبر ٢٠١٧

استخدام الفن لرفع مستوى الوعي بمشكلة العنف ضد المرأة في مصر أغنية «نور» للمساواة بين الجنسين:

تحت مظلة حملة #١٦يوم من النشاط لمناهضة العنف ضد المرأة، وبالتعاون مع المجلس القومي للمرأة،

تم إصدار أغنية «نور» من قبل الفنانة أمينة خليل والمغني الراب المصري زاب ثروت في عام ٢٠١٦.

بمجرد إطلاقه، نجح الفيديو الموسيقي في اجتياز مليون مشاهدة على فيسبوك في أقل من ٢٤ ساعة وتمكن من الوصول إلى أكثر من خمسة ملايين مشاهد على شبكات التواصل الاجتماعي. تبقى الأغنية من أكثر الفيديوهات الأكثر مشاهدة على موقع يوتيوب مصر.

فيلم « بين بحرين » :

فيلم « بين بحرين » الحائز على جوائز فيلم روائي مصري (٩٠ دقيقة)، ويتناول معايير اجتماعية متعلقة بالمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة. ويهدف إلى رفع مستوى الوعي بأهمية التعليم، خاصةً تعليم المرأة، وتأثيره على تنمية المجتمع، الفيلم أيضاً يساعد في تقييد الممارسات الضارة التي أيدتها العادات والتقاليد السلبية. وكذلك يلقي الضوء على قضية ختان الاناث باعتباره أحد الأشكال الرئيسية للعنف ضد المرأة وأحد التحديات التي تعوق تقدم المرأة.

تم تطوير فيلم «بين بحرين» من قبل هيئة الأمم المتحدة للمرأة في مصر بالتعاون مع المجلس القومي للمرأة وأيضاً بدعم من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) وسفارة اليابان في مصر. والفيلم من تأليف كاتبة السيناريو المصرية الشهيرة مريم نعوم، وإخراج أنس طلبة، وإنتاج إكسير.

حصل الفيلم على ١٤ جائزة حتى الآن من مهرجانات سينمائية دولية وإقليمية مثل مهرجان أسوان السينمائي الدولي للمرأة ومهرجان بروكلين السينمائي مهرجان تازة الدولي لسينما التنوع بالمغرب. تم إصدار الفيلم في ١٥ أكتوبر ٢٠١٨، وحاليًا يجري وضع خطة للعروض العامة للوصول إلى الجمهور في المحافظات المختلفة، ومن ذلك يمكن إجراء مناقشات جماعية مركزة حول دور الفيلم في تغيير أفكار وتصورات الجمهور حول موضوعات مختلفة التي كانت معروضة.

يمكنك رؤية اعلان الفيلم من خلال صفحته على الفيس بوك:

https://www.facebook.com/betweentwoseasmovie/

سوق زنين:

يخلق سوق زنين مساحة آمنة لآلاف البائعين والبائعات. تم تطوير سوق زنين باستخدام نهج تشاركي يُراعى اعتبارات النوع الاجتماعي مما يهدف الى خلق مساحة لائقة للبائعات والسيدات المرتدات على السوق لتعزيز التمكين المرأة اقتصاديا. وقد تم إنشاء وحدة مراقبة على مستوى البلديات لإدارة السوق وضمن الأمان وجمع تعليقات من الزوار.

يمكنك الرجوع إلى هذا الرابط (نسخة عربية):

https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20egypt/attachments/news/2019/10/press%20release-final-ar.pdf?la=en&vs=3830

دفاع الشباب المصري عن حقوق المواطنة الخاصة بالمرأة ورفع الوعي بشأنها[٢]:

شارك مكتب هيئة الأمم المتحدة للمرأة في مصر بجهوده مع المنظمات المحلية لبناء كادر من الشباب المهتمين بالدفاع عن حقوق المواطنة للمرأة والتوعية بها.

وقد اجتمعت مجموعة تتألف من ٢٤٠ شابًا في عشر محافظات مصرية في عام ٢٠١٥ تحت مظلة أكبر وهي مبادرة المواطنة النسائية بقيادة المجلس القومي للمرأة، وبهدف إصدار مليوني بطاقة رقم قومي للمرأة المصرية.

وتتألف المجموعة من الشباب من الجنسين، وتمثل كل من النساء والرجال بالتساوي، ويمثلهم مجموعة تُعرف في مجتمعاتهم باسم "سفراء الشباب". وهم ناشطون في مجتمعاتهم لبدء حوار مفتوح يتناول حقوق المواطنة للمرأة، والتحديات التي ينبغي معالجتها، والفرص التي تساهم في الوصول إلى تحقيق الرفاهية للجميع. وقد سبق أن نفذ سفراء الشباب مبادرات مجتمعية في عشر محافظات بهدف الوصول إلى المناطق الفقيرة والمهمشة حيث يعتبر القبول والانفتاح على قضايا حقوق المرأة تحديًا بسبب الأفكار المسبقة، والمعايير والتقاليد الثقافية.

وقد تلقى سفراء الشباب تدريبًا من خلال سلسلة من ورش العمل تتناول تصميم وتخطيط حملات المجتمع المحلي، والدعوة، وتعبئة الموارد المجتمعية، وإجراء تقييم احتياجات المستفيدين على أرض الواقع.

٢ - هيئة الأمم المتحدة للمرأة – (٢٠١٥)، تمكين المرأة، وتمكين مصر. تقرير المنجزات ٢٠١٥. المكتب القُطري في مصر

حملة «التاء مربوطة» :

في عام ٢٠١٦، ساهمت هيئة الأمم المتحدة للمرأة في الحملة الوطنية بعنوان «التاء مربوطة» سر قوتك بالتعاون مع المجلس القومي للمرأة وهيئات الأمم المتحدة الأخرى. الحملة الإعلامية تحطم كل العقبات والتحديات التحديات التي تواجهها المرأة في المجال العام مثل الضغط الأسري والاجتماعي للبقاء في المنزل بدلاً من الانخراط في الحياة العامة والاقتصادية والسياسية. وتحث الحملة على عدم الاستسلام لنظرة المجتمع النمطية الضيقة تجاه دور المرأة ومكانتها في المجتمع.

وصلت الحملة إلى أكثر من خمسة ملايين مشاهدة على وسائل التواصل الاجتماعي وثمانية ملايين مشاهدة على التلفزيون حتى أكتوبر٢٠١٦.

أكثر من ١٠٠ فنان وشخصيات العامة أيدوا الحملة. ويمكنك متابعة الحملة عن طريق #سر___قوتك.

المرحلة الثانية بعنوان «منتجة» ، التي انطلقت في عام ٢٠١٧، ركزت على أهمية التمكين الاقتصادي للمرأة.

حملة « لأني رجل» :

في عام ٢٠١٧، أطلقت هيئة الأمم المتحدة للمرأة هذه الحملة بالشراكة مع المجلس القومي للمرأة وبتمويل من الوكالة السويدية للتعاون الإنمائي الدولي. وهي حملة لدعم المرأة ولكن من خلال الرجل نفسه، ليعلن مساندته للفتيات والسيدات لأن شهامته تقتضي الوقوف فى وجه التحرش بهن، وتذكره مروءته ألا يستولى على حقوقها، وكأنه يقول بصوت عال: «لأني راجل سأجعل ابنتي تمارس الرياضة وسأساند زوجتي في تربية اطفالنا لأعطى لها مساحة لتثبت نفسها فى العمل».

وبعد تضامن نجوم المجتمع المصري من الإعلاميين ولاعبي الكره والفنانين مع الحملة.

تأتى حملة لأني رجل ضمن فعاليات حملة الـ ١٦ يوما العالمية لمناهضة العنف ضد المرأة، التى أطلقتها هيئة الأمم المتحدة للمرأة، تحت شعار: «دون استثناء أحد: لا للعنف ضد النساء والفتيات».

وصلت الحملة إلى ٧ مليون تعليق وردود أفعال عبر وسائل الإنترنت، حتى نهاية عام ٢٠١٧.

تستهدف الحملة تسليط الضوء على النماذج الإيجابية لدور الرجل فى دعم المرأة. والتأكيد على أهمية تحقيق المساواة بين الجنسين: «الراجل والست لهم نفس الحقوق والواجبات».

دعم اللاعب المصري محمد صلاح مهاجم فريق ليفربول الإنجليزي، الحملة عبر «تويتر» قائلا: «لأني راجل فاهم إن الراجل والست ليهم نفس الحقوق والواجبات، قررت ادعم حملة» «لأني رجل».

تسابق عدد من كبار الاعلاميين لدعم الحملة مثل الكاتب الصحفي خالد صلاح والإعلامي أسامة كمال، ولحق بهم بعض الفنانين مثل ظافر العابدين، وأكد على الفكرة نجمات مثل ياسمين صبري وأيتن عامر.

فيديو الحملة يقوم على تصحيح فكرة خاطئة رسخها المجتمع فى عقل الذكور أنهم الأفضل وكفاية أنهم يوفرون الفلوس في البيت، لكن لأنه رجل سوف يعطى حقوق زوجته ويساعد فى تعليم أخته، والسماح لابنته بممارسة الرياضة، ودعم زوجته لتأخذ فرصتها فى شغلها. لمشاهدة الفيديو يمكنك ان تدخل الى صفحة الأمم المتحدة للمرأة على الفيس بوك (https://www.facebook.com/watch/?v=1472042279510726)

#لإني__رجل #Because_Iam_a_Man

UN Secretary-General's Campaign to End Violence Against Women

ما هي هذه الحملة؟

في عام ٢٠٠٨ أطلق الأمين العام للأمم المتحدة حملة «اتحدوا » من أجل إنهاء العنف ضد المرأة. وكان الهدف الرئيسي للحملة هو إنهاء العنف ضد النساء والفتيات عن طريق زيادة الوعي العام وتقوية الإرادة السياسية وزيادة عدد الموارد اللازمة لمنع العنف بكل أشكاله ضد النساء والفتيات في كل أنحاء العالم. ولا سبيل إلى تحقيق ذلك إلا اتخاذ الحكومات الوطنية إجراءات هادفة والالتزام بمسؤولياتها السياسية عن المساواة بين الجنسين مدعومة بالموارد الكافية. وقد شاركت الحملة بنشاط مع الحكومات والمشاهير والفنانين والشخصيات الرياضية والقطاع الخاص وغير ذلك.

وقد أعلنت الحملة يوم ٢٥ من كل شهر «يوم البرتقال» - وهو يوم اتخاذ إجراءات لزيادة الوعي ومنع العنف ضد النساء والفتيات. وفي في عام ٢٠١٧، جاء الاحتفال بيوم البرتقال تحت عنوان «لن نخلف أحدًا ورائنا: لينته العنف ضد النساء والفتيات بحلول عام ٢٠٣٠» مع الوصول إلى أكثر الفئات ضعفًا وتهميشًا أولًا. والحملة عبارة عن ١٦ يومًا من النشاط ضد العنف القائم على النوع الاجتماعي تبدأ كل عام من يوم ٢٥ نوفمبر وهو اليوم العالمي لنبذ العنف ضد المرأة حتى ١٠ ديسمبر وهو يوم حقوق الإنسان. وتدعو الحملة الجميع في كل أنحاء العالم إلى اتخاذ إجراءات في مجتمعاتهم المحلية والقيام بدورهم والوقوف ضد العنف ضد النساء والفتيات.

اربط عمل دعوتك بحملة «اتحدوا» و«١٦ يومًا من النشاط» .

أقم أنشطة حملتك العامة في يوم البرتقال (٢٥ من الشهر) بارتداء الملابس ذات اللون البرتقالي وابدء التحدث مع الآخرين حول كيفية تحقيق المساواة بين الجنسين والقضاء على العنف ضد النساء والفتيات في بلدكم بحلول عام ٢٠٣٠. استخدم الزخم الذي تم حشده لزيادة الوعي بقضيتك على نطاق أوسع.

تعرف على المزيد من المعلومات عن يوم البرتقال على موقع

http://www.unwomen.org/en/what-we-do/ending-violence-against-women/take-action

كما تبين الأمم المتحدة الطرق التي يمكن للمدارس والجامعات أن تتواصل بها مع الحملة على هذا الموقع:

http://www.un.org/en/women/endviolence/schools.shtml

بإمكانك أيضًا الحصول على بعض الأفكار الأخرى حول كيفية تنظيم يوم البرتقال في بلدك من موقع

http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/what%20we%20do/evaw/april-2016-orange-day-theme.pdf?la=en&vs=5421

Twitter: SayNO_UNiTE #orangetheworld #16days

Facebook: facebook.com/SayNO.UNiTE

حملة ماتسكتوش:

بعد الوصول إلى أكثر من مليون مشاهدة ومشاركة عبر الإنترنت، أطلق الجزء الثاني من الحملة «ماتسكتوش! لمناهضة التحرش الجنسي في النقل العام». يتم تطوير سلسلة من الإعلانات بهدف رفع مستوى الوعي حول مكافحة التحرش الجنسي في وسائل النقل العام وسيتم وضعها في المترو والحافلات ومراكز الشباب.

يمكنك الرجوع إلى هذا الرابط (نسخة عربية):

https://egypt.unwomen.org/en/digital-library/videos?id=595b0aa7-efa4-4056-a27c-e559def1eb0f

فيلم قصير «مريم والشمس»:

بالشراكة مع المجلس القومي للمرأة وبدعم من سفارة اليابان تم إطلاق فيلم قصير أواخر عام ٢٠١٧، ويهدف الفيلم إلى تسليط الضوء على التحديات التي تواجهها الفتيات والسيدات للبقاء في المدارس واستكمال رحلة التعليم وأيضاً عملية صنع قرار والديهم (خاصة الآباء) لإبقاء الفتيات في المدارس. رافق الفيلم أغنية جميلة بعنوان «شمس يوم جديد».

إجمالي عدد المشاهدات قد تجاوز مليونين، حتى نهاية عام ٢٠١٧.

حصل الفيلم على تقدير دولي مع جائزة في العام الرابع عشر لمسابقة Accolade العالمية للأفلام، في كاليفورنيا، الولايات المتحدة.

ماذا بعد؟

إلى هنا نأمل أن تكون قد اطلعت على دليل مجموعة الأدوات. أما الخطوة التالية التي ستتخذها فهي التخطيط لمبادرة دعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين كجزء من مبادرة جديدة أو مستمرة من مجموعتك من الشباب، وأفضل طريقة لتعلم كيفية الدعوة هي ممارستها عمليًا، ونأمل أن تساعدكم مجموعة الأدوات الواردة في هذا الدليل على خوض غمار الدعوة لتحقيق المساواة بين الجنسين بمزيد من الثقة والإيمان.

المراجـع

- معهد الدعوة. (٢٠٠٢). واشنطن دي سي.
- مفوضية الاتحاد الأفريقي. ميثاق الشباب الأفريقي.
- برنامج دعم الشبكات النسائية. برنامج التحكم الرقمي عن بعد. استراتيجية التنشيط الرقمي: مجموعة أدوات.
- منظمة العفو الدولية. (٢٠٠١). دليل الحملات
- جمعية تنمية حقوق المرأة (٢٠٠٤) . التداخل: أداة للنوع الاجتماعي والعدالة الاقتصادية.
- ما بعد عام ٢٠١٥. من دليل مجموعة أدوات السياسات إلى العمل.
- مؤسسة كير. إشراك الرجال والفتيان.
- تشاندلر. آي. (٢٠٠٦) مواد تدريبية فعالة في مجال الدعوة. جماعة الضغط. المملكة المتحدة.
- الخط الدولي لمساعدة الطفل. مجموعة أدوات النوع الاجتماعي.
- التحالف من أجل المحكمة الجنائية الدولية. (٢٠٠٣) . التواصل مع المنظمات غير الحكومية: استخدام وسائل الإعلام كأداة للدعوة.
- جوسلينج. ل، كوهين د، (٢٠٠٧). دليل المشاركين: قضايا الدعوة - مساعدة الأطفال على تغيير عالمهم، التحالف الدولي لإنقاذ الطفولة.
- الشراكة العالمية للشباب في جدول أعمال عام ٢٠١٥. النداء العالمي بشأن الشباب: إعطاء الأولوية للشباب في خطة التنمية لما بعد عام ٢٠١٥.
- التحالف العالمي للقوى العاملة في الخدمة الاجتماعية. (٢٠١٧). مجموعة أدوات الدعوة العالمية للقوى العاملة في مجال الخدمات الاجتماعية.
- الحملات الشعبية والدعوة. مجموعة أدوات لمساعدتك على إحداث التغيير.
- منظمة العمل الدولية، البرنامج الدولي للقضاء على عمل الأطفال، خطة عمل إعادة التوطين، المكتب شبه الإقليمي- بانكوك. (٢٠٠٣). تعزيز المساواة بين الجنسين في العمل ضد عمل الأطفال والاتجار بهم: دليل عملي للمنظمات.
- الاتحاد الدولي للاتصالات(٢٠١٧). حقائق وأرقام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- جيم شولتز: تطوير الاستراتيجية: أسئلة رئيسية لتطوير استراتيجية للدعوة.
- جوليا كوفمان، دليل المستخدم للتخطيط لتقييم الدعوة، مشروع هارفارد لأبحاث الأسرة.
- كاركارا. ن (٢٠١٣). مجموعة أدوات الدعوة الخاصة بأجندة الأطفال: إرشادات حول كيفية الدعوة الفعالة لحقوق الطفل في تنزانيا، منظمة اليونيسف في تنزانيا.
- ميرسي كوربس. (٢٠١٢). المشاركة المدنية للشباب في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: تحليل الدوافع والنتائج الرئيسية.
- ميلر، في، وكوفي جيه، (١٩٩٧). دليل الدعوة إلى المناصرة: أطر للتخطيط والعمل والتفكير، معهد بحوث التنمية. بوسطن.
- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. المرأة في الحياة العامة: النوع الاجتماعي والقانون والسياسة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
- نشرة حقائق منظمة أوكسفام عن المرأة والسلام والأمن في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

- باريس ٢١ (٢٠١٠). الدعوة إلى الاستراتيجية الوطنية لتطوير الإحصاءات، مجموعة أدوات على المستوى القطري.
- بلان انترناشيونال. (٢٠١٤). مجموعة أدوات الدعوة: التعليم الذي نريده.
- رافتري. ل، (٢٠١١). قضايا الدعوة الشبابية المحلية.
- سالم، ف. (٢٠١٧). تقرير التواصل الاجتماعي في العالم العربي لعام ٢٠١٧. سلسلة تقارير عن التواصل الاجتماعي العربي (مجلد ٧). دبي: برنامج الحوكمة والابتكار، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.
- سبريشمان، س، بيلتون، إي (٢٠٠١). التغيير في سياسة تعزيز أدوات الدعوة والمبادئ التوجيهية. مؤسسة كير.
- منتدى أصحاب المصلحة وسيفيكوس. التنمية المستدامة ٢٠١٥. مجموعة أدوات الدعوة.
- تاسكو، سيبو الدولية. (٢٠١١). الدعوة والتأثير على السياسات من أجل التغيير الاجتماعي.
- معهد جرينلاينج (٢٠١٣). فن الاستماع: مجموعة أدوات التواصل الاجتماعي للمنظمات غير الربحية.
- تايلور نيلسون سوفريس (٢٠١٥). تقرير عن التواصل الاجتماعي العربي.
- توما سي. (٢٠١٢). مجموعة أدوات الدعوة: إرشادات حول كيفية الدعوة إلى بيئة أكثر تمكينًا للمجتمع المدني في سياقك، منتدى مفتوح لفعالية تنمية منظمات المجتمع المدني.
- الأمم المتحدة. (٢٠١٧). مجموعة الأدوات الخاصة بمشاركة المراهقين والشباب.
- برنامج الأمم المتحدة للمساعدات. (٢٠١٤). قانون! ٢٠١٥. مجموعة أدوات استراتيجية الدعوة
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (٢٠٠٤). الكتاب الأزرق: منهاج عملي للدعوة إلى تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (٢٠١٦). تقرير التنمية البشرية العربية: الشباب وآفاق التنمية البشرية في واقع متغير.
- مجموعة الأمم المتحدة الإنمائية. (٢٠١٦). ظهور أهداف التنمية المستدامة: قصص التنفيذ القطري ودعم الأمم المتحدة.
- اليونسكو. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (٢٠١٧). المراجعة الإقليمية لسياسات/ استراتيجيات الشباب في المنطقة العربية.
- برنامج الأمم المتحدة للبيئة - برنامج العمل العالمي، معهد اليونسكو للتعليم في مجال المياه، برنامج العمل العالمي لتدريب على ساحل البحر. (٢٠٠٤). تحسين مستوى معالجة مياه الصرف الصحي في المدن الساحلية، دليل التدريب (إصدار ١).
- الإسكوا. (٢٠١٧). Against Wind and Tides : استعراض لوضع المرأة والمساواة بين الجنسين في المنطقة العربية (بيجين ٢٠+)
- الإسكوا. (٢٠١٧). تقرير عام ٢٠١٧ عن وضع المرأة العربية: العنف ضد المرأة. ما هو على المحك؟
- UNIATTT (٢٠١٦ - ٢٠١٧). الإطار الإقليمي لإجراءات الاستراتيجية المشتركة للشباب في الدول العربية / منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
- اليونيسيف. أسباب المساواة بين الجنسين وكيفيتها: مقدمة في التوجيه التشغيلي بشأن تعزيز المساواة بين الجنسين.
- اليونيسيف. (٢٠١٠). مجموعة أدوات الدعوة: دليل التأثير على القرارات التي تحسن حياة الأطفال.
- اليونيسيف. (٢٠١١). موجز اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة.
- اليونيسيف. (٢٠١١). تعزيز المساواة بين الجنسين: نهج برمجة يركز على الإنصاف: نظرة عامة على التوجيه التشغيلي.

- اللجان الإقليمية للأمم المتحدة. (٢٠١٥). آراء إقليمية حول إطار متابعة واستعراض جدول أعمال ٢٠٣٠.
- هيئة الأمم المتحدة للمرأة. استراتيجية الاتصالات والدعوة العامة ٢٠١٦-٢٠٢٠.
- مركز الأمم المتحدة لتدريب النساء على التعليم الإلكتروني. مسرد مفردات المساواة بين الجنسين.
- هيئة الأمم المتحدة للمرأة. (٢٠١٦). اتفاقية القضاء عل جميع أشكال العنف ضد المرأة للشباب
- هيئة الأمم المتحدة للمرأة. (٢٠١٧). وضع النساء والفتيات في المنطقة العربية المتغيرة (باور بوينت)
- هيئة الأمم المتحدة للمرأة. (٢٠١٧). الاستراتيجية الإقليمية لأهداف التنمية المستدامة (مسودة)
- هيئة الأمم المتحدة للمرأة. (٢٠١٧). قفزة الشباب نحو المساواة بين الجنسين: استراتيجية الأمم المتحدة للمرأة والشباب والمساواة بين الجنسين.
- فينيكلاسن. ل، ميلر في (٢٠٠٢). نسج جديد للسلطة، الناس والسياسة: دليل العمل للدعوة ومشاركة المواطنين. للشركاء فقط.
- VSO، الدعوة التشاركية إلى المناصرة: مجموعة أدوات لموظفي مؤسسة VSO، والمتطوعين، والشركاء.
- ووتر إيد. (٢٠٠٧). الدليل المرجعي للدعوة.
- البنك الدولي. (٢٠١٣). فتح الأبواب للمساواة بين الجنسين والتنمية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

دليل الميسر
مورد مصاحب
لمجموعة أدوات الشباب
في الدعوة إلى المساواة بين الجنسين
وتحقيقها بحلول عام٢٠٣٠ - مصر

نبذة عن دليل الميسر

ما مضمون هذا الدليل؟

دليل الميسر هو ***مورد مصاحب «لمجموعة الأدوات المقدمة للشباب من أجل الدعوة للمساواة بين الجنسين وتحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠ - مصر» وهو مقتبس عن دليل الميسر الإقليمي***. ويبين الدليل بالتفصيل كيفية تنظيم ورشة عمل للشباب عن الدعوة من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين في المنطقة، كما يبين التدريبات المفصلة بشأن توجيهات الدعوة وأدواتها لمن يقومون بتنظيم وتيسير ورش عمل الدعوة مع مجموعات الشباب ولصالحها. ويركز التقرير تحديدًا على الجزء الثاني من مجموعة الأدوات الذي يدور حول « التخطيط والقيام بحملة للدعوة التي يقودها الشباب » لتحقيق المساواة بين الجنسين.

لمن هذا الدليل؟

سيكون دليل الميسر مفيدًا لمجموعات الشباب والمنظمات العاملة مع الشباب والمنظمات المجتمعية الأخرى المعنية بتصميم أو تيسير ورشة العمل التي تعقد من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين.

كيف يستخدم هذا الدليل؟

يتألف دليل الميسر من التدريبات العملية والأدوات التي تمكن المشاركين من الشباب من المعرفة عن الدعوة لتحقيق المساواة بين الجنسين بطريقة تتناسب مع احتياجاتهم وبيئاتهم الخاصة ومن ثم الخروج من ورشة العمل بمشروع خطة عمل الدعوة .

ولهذه الغاية، يشتمل الدليل على القسمين الآتيين:

- **القسم الأول:** ويتألف من نصائح وأساليب لتخطيط ورشة عمل للشباب عن الدعوة لقضية المساواة بين الجنسين.
- **القسم الثاني :** ويتألف من تدريبات لتقديم توجيهات وأدوات الدعوة في مجموعة الأدوات.

القسم الأول:
تخطيط ورشة عمل للشباب
للدعوة لقضية المساواة بين الجنسين

١. تقييم احتياجات التعلم

لتحديد ما يحتاجه المشاركون الشباب من ورشة عمل الدعوة لابد من تقييم ما يعرفونه بالفعل عن الدعوة والمفاهيم الأساسية المتعلقة بالنوع الاجتماعي حيث يساعد ذلك في تصميم ورشة العمل التدريبية. واستنادًا إلى هذه المعلومات يمكن أيضًا متابعة التدريب بتدريب أكثر تفصيلًا لمجموعة الشباب على تخطيط الدعوة والأساليب المتبعة فيها.

لتقييم احتياجات التعلم يجب أن توضع في الاعتبار الأسئلة الآتية: ما هي توقعات المشاركين من ورشة عمل الدعوة؟ ما هي أعمال الدعوة التي قاموا بها بالفعل وما الذي يريدون التركيز عليه الآن؟ ما هي مهارات الدعوة العملية التي يحتاجون إلى تطويرها؟ ما هو مستوى التفصيل المطلوب من ورشة العمل وما الذي يمكن تحقيقه؟

يمكنكم جمع بعض هذه المعلومات من خلال استبيان ما قبل ورشة العمل للمشاركين الشباب.

نموذج استبيان ما قبل ورشة العمل للشباب

الاسم: _____ العمر: _____

مجموعة الشباب / المنظمة: _____

المسمى الوظيفي (إن وجد): _____

الخبرة

- على مقياس ١ (لا يوجد مطلقًا) إلى ٥ (كثير) يرجى تقييم مقدار الخبرة لديك في التخطيط والقيام بأعمال ادعوة بتحديد أحد الأرقام الآتية: ١ ٢ ٣ ٤ ٥.
- على مقياس ١ (لا يوجد مطلقًا) إلى ٥ (كثير) يرجى تقييم مقدار الخبرة لديك في العمل في قضايا متعلقة بالنوع الاجتماعي بتحديد أحد الأرقام الآتية: ١ ٢ ٣ ٤ ٥.
- ما هي الخبرة العملية في مجال الدعوة؟ يرجى ذكر بعض الأمثلة.

_____

_____

توقعات ورشة العمل

ما الذي تود أن تتعلمه من ورشة عمل الدعوة هذه من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين؟

_____

_____

يرجى ذكر هدف أو اثنين من أهداف الدعوة والتأييد التي تعمل عليها حاليًا أو ترغب في العمل عليها أثناء ورشة العمل.

_____

_____

٢. جدول أعمال ورشة العمل

يجب أن يعكس جدول أعمال الورشة احتياجات المشاركين من الشباب. أما الجلسات التي سيتم التركيز عليها أثناء ورشة العمل فستعتمد على العوامل التالية:

- مستويات فهم الشباب وخبراتهم في مجال الدعوة والمفاهيم الأساسية المتعلقة بالمساواة بين الجنسين؛
- مدى مشاركتهم الفعلية في الدعوة لتحقيق المساواة بين الجنسين؛
- الوقت المتاح لورشة العمل.

أثناء ورشة العمل قد تحتاج إلى دراسة كل مرحلة من مراحل التخطيط للدعوة بالتفصيل، أو ربما تقرر التركيز على بعض المراحل المعينة في التخطيط وذلك حسب ما تتعلمه من استبيان ما قبل ورشة العمل. وقد تحتاج أيضًا إلى قضاء المزيد من الوقت في التدريبات العملية التي من شأنها أن تساعد في وضع خطط ملموسة في نهاية ورشة العمل.

واعتمادا على الموارد المتاحة يمكنك النظر في جلب أشخاص من خارج الموارد لتقديم المشورة بشأن قضايا تقنية محددة بشأن المساواة بين الجنسين والدعوة.

كما يلزم أيضًا تكييف جدول أعمال ورشة العمل وأنشطتها لتناسب المجموعة المحددة من المشاركين الشباب فضلًا عن البيئات السياسية أو الأماكن التي توجد بها مخاطر معينة مرتبطة بالدعوة إلى المساواة بين الجنسين. فعلى سبيل المثال قد يأتي شباب من خلفيات مختلفة مثل الشباب المهاجرين واللاجئين والشباب النازحين داخليًّا. وقد يحتاج المشاركون من الشباب المعوقين إلى أنشطة يتم تكييفها لتلبية احتياجاتهم الخاصة. ويقترح تكيف خاص للشبان والشابات ذوي المهارات المحدودة في القراءة والكتابة الذين لا يمكنهم الوصول إلى وسائل التكنولوجيا إلا في حدود معينة. كما ينبغي أيضًا أن يتعامل الميسرون بحساسية تجاه الجنسين والثقافة أثناء أنشطة تيسير الجلسات.

وفيما يلي جدول أعمال نموذجي بتوقيتات تقريبية لورشة عمل مدتها يوم. تأكد من ترك بعض الوقت لمناقشة القضايا التي تطرأ أثناء ورشة العمل. اترك وقتا كافيًا للعمل الجماعي وإبداء الملاحظات والآراء الجماعية. يرجى ملاحظة أن جدول الأعمال هذا يوفر إطارًا عاما لورشة العمل وأنه ينبغي أن يكون مصممًا خصيصًا لاحتياجاتك.

نموذج جدول أعمال لورشة عمل

اليوم الأول	
الجلسة	**النتائج**
الافتتاح والمقدمة (٣٠ دقيقة)	• يتعرف المشاركون الشباب بعضهم على بعض ويضعون توقعات واضحة وقواعد أساسية من ورشة العمل.
المفاهيم الأساسية حول المساواة بين الجنسين (ساعتان ونصف): الشباب والمساواة بين الجنسين: التعريفات والمعلومات الأساسية ١. المفاهيم الأساسية حول المساواة بين الجنسين ٢. المساواة بين الجنسين في إطار أهداف التنمية المستدامة ٣. استعراض للدراسة الاستقصائية بشأن الرجال والمساواة بين الجنسين – مصر	يتمكن المشاركون الشباب من الآتي: • فهم موقف الشابات والشبان في مصر، والقوانين والممارسات التي تميز بين الجنسين • فهم السبب الذي يجعل إشراك الشباب ومشاركتهم ضرورية لتحقيق المساواة بين الجنسين • فهم ما نعنيه بالتمييز بين الجنسين وبالمساواة بين الجنسين • تفاصيل الاتفاقيات الدولية الرئيسية وجداول الأعمال العالمية لتعزيز تمكين الشابات والمساواة بين الجنسين • بيان دور الشباب كشركاء مع الشابات لتحقيق المساواة بين الجنسين • ضرب الأمثلة على كيفية إشراك الشباب في تنفيذ أهداف التنمية المستدامة بطريقة تراعي المنظور الجنساني. • فهم الواقع المصري وأسباب عدم المساواة بين الجنسين
استراحة	

ما المقصود بالدعوة؟ (٤٥ دقيقة)	• يفهم المشاركون الشباب ماهية الدعوة ويضعون تعريفًا موحدًا لها.
التخطيط للدعوة؟ (٤٥ دقيقة)	• يفهم المشاركون الشباب ويقدرون أهمية الدعوة وأهمية دورهم الاستراتيجي • يفهم المشاركون الشباب المراحل المختلفة لتخطيط الدعوة (والإطار العام لبقية عناصر ورشة العمل). • يتعلم المشاركون الشباب كيفية تحليل الوضع وفهم الأسباب المباشرة والجوهرية والجذرية للقضية. • يدرك المشاركون الشباب أهمية إيجاد الأدلة على الدعوة. • يتعلم المشاركون الشباب كيفية اختيار أولوية الدعوة
سؤال رقم ١: ما الذي نريده؟ **أ) تحليل الوضع باستخدام شجرة المشكلة والحلول (ساعة واحدة)** **ب) اختيار أولوية الدعوة (٤٥ دقيقة)**	• يتعلم المشاركون الشباب كيفية تحليل الوضع وفهم الأسباب المباشرة والجوهرية والجذرية للقضية. • يدرك المشاركون الشباب أهمية إيجاد الأدلة على الدعوة. • يتعلم المشاركون الشباب كيفية اختيار أولوية الدعوة.
اختتام اليوم (١٠ دقائق)	• استعراض سريع لأعمال اليوم الثاني

اليوم الثاني	
الجلسة	**النتائج**
الافتتاح (١٥ دقيقة)	• مراجعة و تلخيص جلسة اليوم السابق
سؤال رقم ٢: ما الذي يمكن أن يعطينا ما نريده؟ ١. مخطط أصحاب المصلحة (٤٥ دقيقة) ٢. تحليل (٣٠ دقيقة) ٣. فهم البيئة الإجتماعية والثقافية (٣٠ دقيقة)	• يتعلم المشاركون من الشباب كيفية تحديد أصحاب المصلحة لاستهدافهم في الدعوة. • يتعلم المشاركون كيفية تحليل أهداف الدعوة والمؤثرين. • يتعلم المشاركون الشباب كيفية تحليل البيئة الإجتماعية والثقافية فيما يتعلق بقضيتهم في الدعوة.
سؤال رقم ٣: ماذا الذي يحتاجون إلى سماعه؟ صياغة رسائل الدعوة (ساعة واحدة) **(تتناول هذه الجلسة أيضًا سؤال رقم ٤: من الذين يحتاجون سماعها منهم؟)**	• يمكن للمشاركين الشباب أن يضعوا رسائل الدعوة وأن ينقلوها بطريقة أكثر إقناعًا لجمهورهم.
استراحة	
سؤال رقم ٥: كيف يمكننا التأكد من تلقيهم الرسالة؟ (ساعة ونصف) أ) الحملات العامة ب) العمل مع وسائل الإعلام ج) الضغط والتفاوض (يمكن أن يستمر كل تدريب من هذه التدريبات أكثر من ساعة. حدد أولًا الطريقة التي تريد بها تقسيم وقتك بين هذه الأقسام المختلفة حسب نتائج تقييم الاحتياجات)	• يتعرف المشاركون الشباب على الحملات العالمية الرامية إلى تحقيق المساواة بين الجنسين والحصول على أفكار حول كيفية التواصل معهم. • يفهم المشاركون الشباب فوائد الحملات العامة وما هو مطلوب لإدارة حملة عامة ناجحة. • يفهم المشاركون الشباب كيفية استخدام وسائل الإعلام كأداة وهدف للدعوة. • يفهم المشاركون الشباب كيفية استخدام وسائل الإعلام لكي تصل رسالتهم إلى الجمهور. • يفهم المشاركون الشباب ما ينطوي عليه الدعوة المباشرة من جانب صناع القرارات.

سؤال رقم ٦: ما الذي يعود علينا؟ **سؤال رقم ٧: ما الذي نحتاج إلى تطويره؟** أ) التحليل الرباعي (٣٠ دقيقة) ب) تحليل المخاطر (٣٠ دقيقة)	• يفهم المشاركون الشباب كيفية تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات الخاصة بمجموعات الشباب في دعوتهم إلى المساواة بين الجنسين. • يتفهم المشاركون الشباب أن هناك مخاطر محتملة في الدعوة ويدركون شدة هذه المخاطر. • يعرف المشاركون الشباب كيفية التخفيف من هذه المخاطر.
سؤال رقم ٨: كيف نبدأ؟ التخطيط لأهداف الدعوة، والنتائج والأنشطة (٣٠ دقيقة)	• يضع المشاركون الشباب مسودة بأهداف الدعوة ونتائجها وأنشطتها.
سؤال رقم ٩: كيف نتأكد أنها كافية لإحداث النتائج المرجوة؟ وضع خطة لمراقبة الدعوة (٣٠ دقيقة)	• يتعرف المشاركون الشباب على كيفية دمج أدوات المراقبة العملية في خطة الدعوة.
وضع استراتيجية الدعوة لتحقيق المساواة بين الجنسين وضع مسودة خطة لاستراتيجية الدعوة (١٥ دقيقة)	• يضع المشاركون مشروع استراتيجية للدعوة من أجل تحقيق المساواة بين الجنسين.
إغلاق ورشة العمل والتقييم السريع (١٥ دقيقة)	• مناقشة الخطوات التالية في صقل وتنفيذ مشروع استراتيجية الدعوة • توجيه الشكر للمشاركين الشباب على مشاركتهم • تعميم نموذج تقييم ورشة عمل موجز على كل المشاركين

القسم الثاني:
التدريبات على توصيل توجيهات الدعوة وأدواتها

يقـدم هذا القسم شرحًا للتدريبات التي يمكن استخدامها لتوصيل توجيهات الدعوة وأدواتها الواردة في جزء ٢ من مجموعة أدوات الشباب. وستجد فيما يلي وصفًا للتدريبات وإجرائها عمليًّا [١] يقدم. وهي لا تكرر المعلومات الواردة من مجموعة الأدوات بل تشير إلى الاستنتاجات التي ينبغي على الميسر أن يسلط الضوء عليها للمشاركين الشباب.

يرجى ملاحظة أن المرفق يوفر نماذج للاستخدام مع المشاركين الشباب حيث تملأ أوراق العمل هذه في مجموعة الأدوات بأمثلة افتراضية توضح بالتفصيل الأدوات ذات الصلة. ونقترح أن يشير الميسرون إلى هذه الأمثلة في مجموعة الأدوات للحصول على حس حول كيفية استخدام الأدوات على وجه التحديد.

لا يشمل هذا الدليل تدريبات لنقل الجزء الأول من مجموعة الأدوات الخاص بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بالمساواة بين الجنسين. ويمكن استخدام تقنيات التسهيل المختلفة (انظر قسم ١) بشكل فعال لوضع إطار لإيصال هذه المفاهيم إلى المشاركين الشباب. كما يمكنك أيضًا استخدام الأسئلة المدرجة ضمن شرائح «دعونا نتحدث » من مجموعة الأدوات لتشجيع النقاش حول الموضوع الذي تقوم بتيسيره.

١ – تم تكييف التدريبات في هذا الدليل من المصادر التالية: (١) فينيكلاسن، ل، ميلر (٢٠٠٢) نسج مفهوم جديد للسلطة، الناس والسياسة: دليل العمل للدعوة ومشاركة المواطنين. واشنطن العاصمة. (٢) غوسلينغ إل، كوهين د (٢٠٠٧). دليل الميسر: قضايا الدعوة – مساعدة الأطفال على تغيير عالمهم، التحالف الدولي لإنقاذ الطفولة. (٣) كابيل، أ (٢٠٠٢). خطوة واحدة أبعد مما ينبغي: كتيب الدعوة لألطفال والشباب. انقذوا الاطفال. (٤) بلان انترناشيونال. دليل تيسير ورش العمل لمجموعة أدوات الدعوة: التعليم الذي نريده.

١- ما هي الدعوة ؟

الغرض	يفهم المشاركون الشباب ماهية الدعوة ويضعون تعريفًا موحدًا للدعوة من أجل المساواة بين الجنسين.
المرجع	جزء ٢من دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- يقسم المشاركون الشباب إلى مجموعات لمناقشة الأسئلة التالية وتسجل الإجابات على لوحات ورقية.
  - ما المقصود من الدعوة ؟
  - كيف يمكن أن تساعد الدعوة على تحقيق المساواة بين الجنسين؟
  - ما نوع الأنشطة التي تشملها الدعوة؟
- بعد هذا النشاط يجب تسليط الضوء على الكلمات الشائعة التي وردت في المناقشة لاستخدمها في تعريف الدعوة كما هو مذكور في قسم ٢ من مجموعة الأدوات (تسليط الضوء على الكلمات التي تستخدم بالتبادل لوصف الدعوة).

نصائح الميسر: تشجيع المشاركين الشباب للتفكير في أي أنشطة قاموا بها في الدعوة لاتخاذها نماذج لهم وماذا تضمنته تلك الأنشطة؟ فإذا لم يكن لديهم خبرة في الدعوة طلب منهم التفكير في أي موقف حاولوا فيه تغيير سلوك أحد الأشخاص.

٢ - التخطيط للدعوة

الغرض	يفهم المشاركون الشباب ويقدرون أهمية التخطيط للدعوة ويدركون دورهم الاستراتيجي في الدعوة. يفهم المشاركون الشباب مراحل التخطيط للدعوة (والإطار العام لبقية عناصر ورشة العمل).
الوقت اللازم	من ٣٠ – ٤٥ دقيقة تقريبًا
المرجع	جزء ٢ من دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- يشجع الشباب، عند الاقتضاء، على التفكير في أمثلة على أي جانب من جوانب دعوتهم ومقارنة الدعوات الناجحة المخطط لها بعناية التي أمكنهم الاستفادة من الفرص فيها بتلك الموجهة بدون تخطيط. فإذا لم يشاركوا في الدعوة بأنفسهم فينبغي التفكير في نماذج خطط لها الآخرون ونجحوا في دعوتهم.
- يكتب على الرسم البياني السؤال الآتي: « لماذا كان التخطيط مهمًّا في الدعوة؟ ». على أن يناقش المشاركون الشباب الإجابات في جلسة عامة.
- يقسم المشاركون إلى مجموعات ويعطوا بطاقات بها الأسئلة التسع الخاصة بخطة الدعوة دون ترقيم، وهذه البطاقات متاحة في ملحق ورقة العمل رقم ٢. يطلب منهم ترتيب البطاقات بالتسلسل الذي يجعل المجموعة أكثر منطقية. ***يتوفر نموذج التخطيط للدعوة [٢] الذي يشتمل على الأسئلة التسع في مجموعة أدوات الشباب، قسم ٢.***
- تقدم كل مجموعة تسلسلها إلى الجلسة العامة ويناقشون باختصار أوجه الشبه والاختلاف بين المجموعات.
- يقدم النموذج المكون من الأسئلة التسع الخاصة بخطة الدعوة ويسلط الضوء على الترابط بين الأسئلة بحيث تكون الإجابة على أحدها إجابة عن الأسئلة الأخرى. اذكر بعض العوامل التي يجب مراعاتها عند وضع إستراتيجية الدعوة الخاصة بك مثل السياق والمخاطر والتوقيت ونقاط القوة والضعف لدى مجموعة الشباب.

نصائح الميسر: عند مناقشة أمثلة مبادرات الدعوة، يشجع المشاركون الشباب على التواصل مع المجموعات الأخرى التي تدعو إلى قضايا المساواة بين الجنسين والتعلم من نجاحاتها وفشلها.

سؤال رقم ١ : ما الذي نريده؟

أ) تحليل الوضع باستخدام شجرة المشكلة والحلول

الغرض	يتعلم المشاركون الشباب كيفية تحليل الوضع وفهم الأسباب المباشرة والجوهرية والجذرية للقضية.
الوقت اللازم	من ساعة إلى ساعة ونصف تقريبًا
المرجع	أداة ١ في دليل مجموعة الأدوات

٢ – وضع جيم شولتز المؤسس والمدير التنفيذي لمركز الديمقراطية الأسئلة التسعة للتخطيط الاستراتيجي للدعوة.

النشاط العملي:

- اشرح للمشاركين الشباب أهمية تحليل الوضع، والطرق المختلفة التي يمكن بها إجراء تحليل للوضع الأولي وذلك على سبيل المثال من خلال استعراض البحوث والتقارير والدراسات الاستقصائية والإحصاءات ومشاورات الشباب بشأن المساواة بين الجنسين في بلدهم. التأكيد على أنه يمكن للشباب أيضًا إجراء أبحاثهم الخاصة لتحديد أكثر قضايا التمييز بين الجنسين إلحاحًا التي يمكن معالجتها من خلال الدعوة.

- قسم المشاركين الشباب إلى مجموعات واطلب منهم التفكير في قضيتهم الدعوية الواسعة مثل التحرش الجنسي بالمرأة في الأماكن العامة.

- لإنشاء شجرة مشكلة، ابدأ برسم شجرة وخريطة تدفق كما هو مبين في ورقة العمل ١أ في ملحق الجزء الرابع بالخلف. اطلب من المجموعات وضع القضية الرئيسية في وسط الشجرة، أما جذور الشجرة في الجزء السفلي من الرسم فتمثل أسباب المشكلة الرئيسية.

- اطلب من المشاركين الشباب أن يذكروا العديد من أسباب المشكلة التي يمكنهم التفكير فيها. ارسم أسهمًا تبدأ من الأسباب متجهة إلى القضية المركزية وعند سرد كل سبب تبادل الأفكار حول « سبب السبب » واربط بين كل هذه الأسباب بالأسهم لإظهار الارتباط.

- بعد ذلك اطلب منهم كتابة آثار المشكلة أو عواقبها فوق مربع القضية المركزية (فروع الشجرة). ارسم سهمًا من نقطة المشكلة المركزية إلى الأثر. اسأل عن المزيد من الآثار الناتجة عن كل أثر. بعد اكتمال العصف الذهني انظر إلى الأسباب مرة أخرى وركز على الأسباب التي يمكن تغييرها أو تحسينها بمساعدة الأشخاص أو المؤسسات المؤثرة من خلال الدعوة.

- ***والآن حول شجرة المشكلة إلى شجرة حلول:*** فهناك طريقة لتحديد الحلول وهي أن تعكس أسباب المشكلة وعواقبها. فعلى سبيل المثال إذا كان السبب هو « عدم كفاية القوانين المتعلقة بالتحرش الجنسي بالنساء في الأماكن العامة » فإن الحل الممكن في هذه الحالة هو « وضع قانون لتجريم التحرش الجنسي بالنساء في الأماكن العامة ». أما الحلول الأخرى فقد تتمثل في « ضمان تنفيذ هذا القانون بصرامة »، و« تحسين البنية التحتية العامة»، و«العمل مع الرجال والفتيان كشركاء في المساواة بين الجنسين ».

- أشر إلى أن هذه الحلول تعطي فكرة أولية حول ما ينبغي أن تركز عليه دعوتهم.

نصائح الميسر: اطلب من المشاركين الشباب النظر في وضع أكثر الشابات استضعافًا واستبعادًا، والنظر في كيفية تأثير هذه المشكلة عليهم.

ب) اختيار أولويات الدعوة

الغرض	يتعلم المشاركون الشباب كيفية اختيار أولوية الدعوة.
الوقت اللازم	من ٤٥ دقيقة إلى ساعة واحدة تقريبًا
المرجع	أداة ٢ في دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- ارجع إلى تدريب شجرة المشكلة والحلول الذي سبق إجراؤه واسرد القضايا الرئيسية التي تخرج من التحليل. اتفق على القضايا الثلاث أو الأربع الرئيسية التي ينبغي معالجتها من خلال الدعوة.
- أعد لوحة ورقية مسبقًا مع ورقة العمل ١ب في المرفق واستخرج نسخة من ورقة العمل هذه لجميع المشاركين الشباب.
- ناقش القضية الأولى واذهب تجاه أسفل قائمة المعايير مرورًا بكل بنودها المذكورة في ورقة العمل ١ب. واسأل الأسئلة الآتية: ما مدى احتمالية نجاح القضية؟ ما مدى ملاءمتها لخبرة مجموعة الشباب؟ هل القضية مبنية على أدلة قوية؟ هل تستفيد الشابات؟ وغير ذلك من الأسئلة. بعد ذلك رتب كل قضية على كل معيار باستخدام طريقة الترتيب بالأرقام من ١ إلى ٥ (حيث إن رقم ٥ هو الحد الأقصى).
- وبالمثل رتب القضايا الرئيسية الأخرى على كل معيار.
- بعد مناقشة النقاط كلها يمكنك جمع الأرقام الموجودة في الجزء السفلي. فالقضية ذات العدد الأكبر من النقاط تكون هي الأولى بالعمل عليها. يجب التأكيد على أن مجموعات الشباب قد تختار أيضًا التركيز على أكثر من قضية رئيسية واحدة حسب أهدافهم ومواردهم وقدراتهم.
- يجب تسليط الضوء على أنه عند اتخاذ المشاركين قرارهم النهائي بالتركيز على قضية معينة فلابد دائمًا أن تشتمل الدعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين على سبل العمل مع الرجال والفتيان كشركاء من أجل المساواة بين الجنسين.

نصائح الميسر: أثناء مناقشة قائمة المعايير ناقش أهمية إيجاد أدلة للدعوة طوال دورة التخطيط. تتوفر المزيد من المعلومات حول هذا الموضوع في أداة ٣ من مجموعة الأدوات.

سؤال رقم ٢ : من الذي يمكن أن يعطينا ما نريده؟

أ) رسم خرائط أصحاب المصلحة

الغرض	يتعلم المشاركون الشباب كيفية التعرف على أصحاب المصلحة المعنيين بالدعوة.
الوقت اللازم	من ٣٠ إلى ٤٥ دقيقة تقريبًا
المرجع	أداة ٤ في دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- ضع تعريفًا لأصحاب المصلحة من مجموعة الأدوات.
- قسم المشاركين الشباب إلى مجموعات واطلب منهم تبادل الأفكار لإنشاء قائمة بأصحاب المصلحة المعنيين بأولوية ادعوة المتفق عليها (مثل وضع قانون لتجريم التحرش الجنسي في الأماكن العامة).
- طرح الأسئلة التالية لمساعدتهم في تحديد أصحاب المصلحة:
  - من هم المرجح استفادتهم من التغييرات المقترحة؟ من هم الذي قد يتأثرون سلبًا؟
  - من هم مجموعات الشابات والشبان المتأثرين بالمشكلة؟ النظر في الفئات الأكثر استضعافًا وتهميشًا من الشابات؟
  - من هو الذي لديه القدرة على إحداث التغييرات؟
  - ما هي العلاقات بين الأفراد والمجموعات والمؤسسات المدرجة في الأسئلة السابقة؟
- مناقشة قائمة أصحاب المصلحة التي تنشأ عن المناقشة في جلسة عامة.
- إعداد مخطط بياني مع ورقة العمل ٢أ في ملحق الجزء الرابع بالخلف مسبقًا وطباعة نسخة من ورقة العمل هذه لجميع المشاركين الشباب.
- تشجيع المجموعات على مواصلة تحليل أصحاب المصلحة استنادًا إلى الأسئلة الواردة فيما يلي. سجل التحليل على ورقة عمل ٢أ الملصقة على اللوحة الورقية.
  - ما هي اهتمامات أصحاب المصلحة بشأن القضية وكيف يؤثر ذلك على دعوتك؟
  - هل يدعم أصحاب المصلحة القضية أم يعارضونها؟
  - ما هو تأثير أصحاب المصلحة ووجه أهميتهم في قضية الدعوة ؟
- شجع المجموعة على تبادل الأفكار حول الطرق التي يمكن أن تحصل بها على هذه المعلومات المحددة عن أصحاب المصلحة، ومنها على سبيل المثال الرجوع إلى البحوث الأولية التي أجريت، أو وسائل الإعلام، أو الحصول عليها من أصحاب المصلحة مباشرة، أو استيقائها من منظمة شريكة إلخ .....

نصائح الميسر: اطلب من المشاركين الشباب إضافة المزيد من الأعمدة لمختلف أصحاب المصلحة في ورقة العمل.

ب) تحليل الأهداف

الغرض	يتعلم المشاركون الشباب كيفية تحليل أهداف الدعوة والمؤثرين فيها.
الوقت اللازم	من ٤٥ دقيقة إلى ساعة واحدة تقريبًا
المرجع	أداة ٥ في دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- وضع تعريف لأهداف الدعوة مع التأكيد على وجوب قوة الأهداف وتأثيرها لتحقيق التغيير المنشود.
- ارجع إلى نتائج تخطيط أصحاب المصلحة السابق، وبناءً على هذا التعريف اطلب من المشاركين تحديد الأفراد والمؤسسات في قائمة أصحاب المصلحة ممن لهم أهداف محتملة من أجل الدعوة. سجل المناقشة على الرسم البياني.
- أدخل مفهوم المؤثرين كأهداف ثانوية في الدعوة واطلب منهم تسمية المؤثرين لكل هدف من الأهداف المحددة فيما سبق وسجلهم على الرسم البياني.
- قم بإعداد مخطط بياني مع ورقة العمل ٢ب مسبقًا واستخرج نسخة من ورقة عمل ٢ب لجميع المشاركين الشباب.
- تشجيع المجموعات على مواصلة تحليل الأهداف استنادًا إلى الأسئلة الواردة فيما يلي. سجل التحليل على ورقة عمل ٢أ الملصقة على اللوحة الورقية.
  - ما الذي يعرفونه عن القضية؟
  - ما هو موقفهم تجاهها؟
  - ما محل اهتمامهم الحقيقي؟
  - من الذي له تأثير عليهم؟
  - ما هو التأثير أو القوة لديهم على القضية؟
- التأكيد على أهمية تحليل الأهداف في التخطيط للدعوة حيث تتمثل هذه الأهمية على سبيل المثال في إنشاء رسائل مصممة خصيصًا للدعوة وإيجاد أنسب الوسائل للتأثير عليها كما أن التحليل يساعد في تحديد الشركاء المعنيين بالدعوة.
- يطلب في مناقشة عامة من المشاركين الشباب مناقشة السبب وراء أهمية المشاركات في الدعوة وكيفية اختيار شركاء محتملين (للمزيد من المعلومات راجع مجموعة الأدوات).

نصائح الميسر: اطلب من المشاركين الشباب إضافة المزيد من الصفوف للأهداف المختلفة في ورقة العمل.

جـ) فهم الوضع القائم

الغرض	يتعلم المشاركون الشباب كيفية تحليل الوضع القائم فيما يتعلق بقضية الدعوة.
الوقت اللازم	٣٠ دقيقة تقريبًا
المرجع	سؤال رقم ٢ في دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- افتتح الجلسة بتسليط الضوء على السبب وراء أهمية تحليل البيئة والوضع القائم في نجاح الدعوة مع التأكيد على أن جميع البلدان في العالم لها طرقها الخاصة في وضع الحلول.
- في الجلسة العامة اطلب من المشاركين الشباب مناقشة السؤال الآتي فيما يتعلق بقضية الدعوة: كيف تتخذ قرارات الحلول و السياسية في بلدانهم؟
- ارسم مراحل وضع الحلول على الرسم البياني، وهي: (١) وضع جدول الأعمال؛ (٢) الصياغة والتشريع؛ (٣) التنفيذ والإنفاذ؛ (٤) المتابعة والتقييم. ارجع إلى مجموعة الأدوات للتوضيح.
- في جلسة عامة ناقش من لديه السلطة لاتخاذ قرارات الحلول في كل مرحلة من مراحل صنع السياسة، وفيما يتعلق بقضية دعوتكم؟ ما هي الفرص الرسمية وغير الرسمية للتأثير على عملية وضع السياسات؟ ناقش أهمية اتباع جدول السياسة. سجل المناقشة على الرسم البياني.

نصائح الميسر: سلط الضوء على أن تحليل البيئة هو إحدى الطرق لتحديد فرص الدعوة ونقاط الدخول. وهناك طريقة أخرى تتمثل في ربط السياسات الوطنية بالاتفاقات الدولية (ارجع إلى السؤال رقم ٢ في مجموعة الأدوات للحصول على مزيد من المعلومات). عند هذه النقطة أيضًا سلط الضوء على قيمة المشاركين في الدعوة من الشباب في وضع جدول فرصهم (ارجع إلى السؤال رقم ٥ في مجموعة الأدوات لمزيد من المعلومات).

سؤال رقم ٣ : ما الذي يحتاجون إلى سماعه؟

صياغة رسائل الدعوة

الغرض	يمكن للمشاركين الشباب صياغة رسائل الدعوة بطريقة أكثر إقناعًا لجمهورهم. يطور المشاركون الشباب مهارات التواصل لتقديم رسالة الدعوة في مدة زمنية قصيرة.
الوقت اللازم	من ساعة إلى ساعة ونصف تقريبًا

النشاط العملي:

- عرف رسالة الدعوة باستخدام المواد الموجودة في مجموعة الأدوات.
- اطلب من المشاركين الشباب تبادل الأفكار حول مقومات جودة رسائل الدعوة. سجل الإجابات على اللوح الورقي وناقش النصائح المفيدة حول صياغة الرسائل باستخدام المعلومات الواردة في مجموعة الأدوات.
- ارسم على اللوح الورقي إطارًا لرسالة الدعوة الأولية الفعالة مسبقًا (بيان + الأدلة + الهدف + العمل المطلوب) واستخرج نسخة من ورقة العمل ٣أ للمشاركين الشباب.
- اطلب من المشاركين العمل في مجموعات لملء أوراق العمل. ثم ناقش في جلسة عامة الرسائل الأولية. شجع المشاركين على التفكير فيما إذا كانت الرسائل فعالة أم لا.
- بعد ذلك حدد لكل جمهور مستهدف ناشئ عن تحليل الأهداف مجموعة (على سبيل المثال، وزير الشؤون الاجتماعية، ووزير العدل، والجهات المانحة، ووسائل الإعلام، والجمهور، وما إلى ذلك) واطلب من المجموعة إنشاء رسالة دعوة لهؤلاء الجمهور باستخدام إطار الرسالة.
- ارسم ورقة العمل ٣ب على اللوح الورقي ثم سجل في جلسة عامة الرسائل على اللوح الورقي.
- شجع المشاركين على إجراء المزيد من المناقشات حول ما يلي: من هم المبلغون الأكثر مصداقية إلى كل من هذه الجماهير؟ ***ارجع إلى السؤال رقم ٤: من هم الذين يريدون سماع الرسالة منهم؟*** في مجموعة الأدوات للمواد الخاصة بمبلغي الدعوة.
- والآن اطلب من المشاركين تخيل هذا السيناريو ... « تخيل أنك دخلت إلى مصعد ووجدت نفسك مع شخص يمكنه مساعدتك في تحقيق أهداف دعوتك ثم رأيت هذا الشخص يضغط على زر الطابق الستين وليس أمامك إلا ٦٠ ثانية فقط للحصول على ما تريده منه. فماذا تقول له؟ »

- بين أن هذا الوصف القصير الذي مدته ٦٠ ثانية فقط غالبًا ما يطلق عليه «حديث المصعد»، وأنه من المهم أن تكون قادرًا على التواصل في هذا الحديث بفعالية لمختلف الجماهير حتى وإن لم تكن مستعدًّا له. أكد على وجوب استناد حديث المصعد إلى إطار الرسالة الذي سبق ذكره.
- قسم المشاركين إلى مجموعات صغيرة للاجتماع وإعداد حديث مصعد في حوالي ١٠ دقائق مع الإشارة الى الرسائل التي سبق إعدادها.
- أعط كل مجموعة ٦٠ ثانية لصياغة الحديث واطلب منهم التوقف في الوقت المحدد.
- اطلب من هذه المجموعات في جلسة عامة تبادل الآراء حول ما هو جيد وما يمكن تحسينه في الحديث. سجل الآراء والملاحظات على اللوح الورقي.
- اسرد القصة مرة أخرى ولكن في هذه المرة تخيل أن الشخص الذي في المصعد ضغط على زر الطابق العشرين وأنه ليس أمامك إلا ٢٠ ثانية فقط لبيان أهداف حملتك واطلب من المشاركين العودة إلى مجموعاتهم الصغيرة للعمل معًا على حديث المصعد الذي مدته ٢٠ ثانية. اشرح لهم أنه يجب عليهم اتخاذ قرار بشأن الأجزاء الهامة من حديث المصعد (٦٠ ثانية) وكيفية إبلاغ ذلك في أقل وقت.
- بعد خمس دقائق أحضر المجموعة بأكملها واستمع إلى كل حديث. تذكر أن تحدد زمنًا للحديث مدته ٢٠ ثانية فقط.
- ناقش في جلسة عامة العوامل التي تجعل الحديث فعالًا واختتم الجلسة بتسليط الضوء على أن إنشاء رسائل الدعوة وتطوير مهارات الاتصال لتقديمها يستغرق وقتًا طويلًا حيث إن تكرار الممارسة مطلوب لتطوير هذه المهارات.

نصائح الميسر: يمكنك استخدام سيناريوهات مختلفة ذات صلة بمجموعة الشباب بدلًا من المصعد، مثل مقابلة أحد صناع القرارات في إحدى الفعاليات.

سؤال رقم ٤ : من الذين يريدون سماعها منهم؟

يقترح عليك مناقشة مسألة تحديد أكثر مبلغي الدعوة فعالية مع التدريب على صياغة رسائل الدعوة التي سبق تقديمها.

سؤال رقم ٥ : كيف نتأكد من سماعهم الرسالة؟

أ) الحملات العامة

الغرض	يفهم المشاركون الشباب فوائد الحملة العامة وما هو مطلوب لإدارة الحملة العامة ناجحة. يطلع المشاركون الشباب على الحملات العالمية الرامية إلى تحقيق المساواة بين الجنسين والحصول على أفكار حول كيفية التواصل معهم.
الوقت اللازم	من ساعة إلى ساعة ونصف تقريبًا
المرجع	سؤال رقم ٥ في جزء ٢ من دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- زود الشباب المشاركين بدراسة حالة لاتخاذها مثالاً يستلهمون منه كيفية إدارة الحملة العامة لتحقيق المساواة بين الجنسين. استخدم دراسة حالة شارك فيها شباب من المنطقة في حملة عامة إن أمكن، فإن تعذر ذلك يمكنك استخدام دراسات حالة من مجموعة الأدوات (أنظر الجزء الثالث) من دليل مجموعة الأدوات .
- قدم عرض موجز عن دراسة الحالة مع تسليط الضوء على ما تم إنجازه في الخطة وما تم تحقيقه من أهداف.
- ناقش في اجتماع عام من هم « الجمهور »؟ حدد مجموعات أو دوائر انتخابية معينة؟ ما هي الموارد المطلوبة؟ كيف تساعد الحملات العامة في الضغط على صانع القرار؟ وأكد على أن جودة الحملة تتطلب التنسيق وتوفر الموارد.
- أدخل حملات عالمية لتحقيق المساواة بين الجنسين في المناقشات مثل حملة لأني رجل، وذلك باستخدام المواد الموجودة في مجموعة الأدوات واطلب من المشاركين عرض تجربتهم إذا كانوا على اتصال بالفعل بهذه الحملات أو بغيرها.
- ناقش أنشطة الحملة المحتملة التي يمكن للمشاركين الشباب القيام بها (راجع القائمة الموجودة في مجموعة الأدوات في قسم الحملة العامة) واطلب منهم النظر في الأنشطة التي يمكنهم ربطها بالحملات العالمية ثم حدد الأنشطة المناسبة لسياق المشاركين الشباب وحدد الموارد المطلوبة. دون البيانات على الورق اللوحي.

نصائح الميسر: اطلب من المشاركين الشباب النظر في المخاطر المحتملة المرتبطة بكل من أنشطة الحملة العامة المحددة واربط هذه المناقشة بممارسة إدارة المخاطر الآتية فيما بعد.

ب) العمل مع وسائل الإعلام

الغرض	يفهم المشاركون الشباب كيفية استخدام وسائل الإعلام كأداة وهدف للدعوة. يفهم المشاركون الشباب كيفية استخدام وسائل الإعلام في توصيل رسالتهم إلى الجمهور.
الوقت اللازم	من ٤٥ دقيقة إلى ساعة واحدة تقريبًا
المرجع	سؤال رقم ٥ في دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- قسم المشاركين إلى مجموعات ثم بين لهم أن «وسائل الإعلام يمكن أن تكون أداة وهدف للدعوة» ثم اطلب منهم مناقشة ما يفهمونه من هذا البيان ثم يقدم المشاركون تقريرهم في جلسة عامة.
- أكد على أن هناك العديد من الأدوات المتاحة للاستخدام مع وسائل الإعلام ومنها على سبيل المثال البيانات الصحفية، والمؤتمرات الصحفية، والإحاطة الإعلامية، ومجموعة المواد الصحفية، واللقاءات الإعلامية إلخ ..... زود المشاركين بقائمة الموارد (الموجودة في مجموعة الأدوات) التي تقدم معلومات مفصلة حول كيفية تجميع هذه الأدوات الإعلامية.
- نظم أدوار المقابلات في اللقاءات الإعلامية واطلب من المجموعات استخدام رسالة الدعوة الرئيسية لإعداد ٣-٤ شعارات رئيسية.
- بعد ذلك، تختار كل مجموعة شخصين للعب الأدوار ويشاهدهما الأشخاص الآخرون. يقرأ الشخص القائم بدور الصحفي مضمون المشكلة المقترحة بصوت عال فيقول مثلاً « كان هناك اهتمام كبير في وسائل الإعلام في الأشهر الأخيرة بمشكلة التحرش الجنسي في الشوارع أو مشكلة الزواج المبكر أو الحرمان من التعليم... وربما يمكنك أن تخبرني ما رأي مجموعتك في هذه المشكلة » .
- يجيب الشخص الذي تجرى معه المقابلة عن الأسئلة أثناء محاولته إيصال رسالته.
- يشاهد المشاركون الآخرون في المقابلة أحداث المقابلة ويسجلون عدد المرات التي كانت فيها الإجابة « متعلقة بالرسالة »، وعدد المرات التي كانت فيها « بعيدة عن الرسالة ».
- يعطي المشاركون درجات النتائج إلى الذين تجرى معهم المقابلات بعد كل مقابلة.
- ناقش في جلسة عامة الأسئلة الآتية: ما هي العناصر الفعالة في المقابلات؟ ما الذي لم يكن واضحًا؟ وكيف يمكن تحسينها؟ ما هي المخاطر التي ينطوي عليها إجراء المقابلات الإعلامية؟ أدخل القواعد العامة للعمل مع وسائل الإعلام (راجع مجموعة الأدوات للمواد).
- والآن ارجع إلى النقاش حول « الإعلام كهدف للدعوة » واطلب من المشاركين الشباب مناقشة هذين السؤالين: لماذا يلزم النظر إلى الإعلام كجمهور مستهدف للدعوة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين؟ ما هي بعض الطرق التي يمكن للشباب من خلالها إقامة شراكات مع وسائل الإعلام لتحقيق المساواة بين الجنسين؟ (راجع مجموعة الأدوات للمواد).

جـ) التفاوض

الغرض	يفهم المشاركون الشباب ما ينطوي عليه الضغط المباشر من قبل صانعي القرار.
الوقت اللازم	من ٤٥ دقيقة إلى ساعة واحدة تقريبًا
المرجع	سؤال رقم ٥ في دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- عرف الدعوة في وسائل الدعوة ثم أكد على أن الدعوة ، وزيادة الوعي بالقضية من قبل صانعي القرار تكتيك مهم في عمل الدعوة. وتساعد الأنشطة الأخرى مثل الحملات العامة والحملات الإلكترونية على الإنترنت، التي تعمل مع وسائط الإعلام، على زيادة تأثير الضغط من خلال جعل هذه القضية ذات أولوية بالنسبة للجمهور والسياسيين. أكد على أن المشاركين الشباب يمكن أن يحاولوا هم أولًا ممارسة الضغط (حسب قضيتهم وسياقهم) – إن كانوا ناجحين، وفي هذه الحالة قد لا تكون هناك حاجة إلى الحملة العامة.
- اذكر بعض النصائح البسيطة لممارسة الضغط بفاعلية (راجع المواد الموجودة في مجموعة الأدوات) وسلط الضوء على أنه من المهم النظر في العادات والإجراءات المحلية المتبعة للالتقاء بصانع القرار.
- نظم المشاركين الشباب في مجموعات للقيام بممارسة لعب الأدوار ثم تختار كل مجموعة شخصًا واحدًا لاتخاذ دور صانع قرار/ سياسي وتأخذ بقية المجموعة دور وفد من جماعات الدعوة.
- تقرر جماعات الدعوة من يتحدث أولًا حسب رسالة دعوته.
- يفكر السياسي في دوره ويعد قائمة من ردود الفعل.
- العب دور الزائر لكل مجموعة مع محاولة جماعات الدعوة توصيل الرسالة ويستجيب صانع القرار وفقًا لموقفه وأولوياته.
- يناقش المشاركون التجربة في جلسة عامة للإجابة على هذه الأسئلة: كيف شعر صانع القرار بأنه كذلك؟ ما الذي كان جيدًا في ممارسة الدعوة، ما هي الجوانب الفعالة؟ ما هي الجوانب غير الجيدة؟، ما الذي لم يفهم بوضوح؟ وكيف يمكن التحسين؟ ما هي الدروس الأخرى التي يمكن أن يشاركها المشاركون من تجاربهم في ممارسة رفع الوعي ؟
- يختتم المشاركون الشباب مناقشتهم بإعادة النظر في قائمة الجماهير المستهدفة ويحددون الجماهير ذات الأولوية الذين يحتاجون إلى الضغط عليها وكيفية استعدادهم لذلك.

نصائح الميسر: سلط الضوء في الجلسة العامة على أن طريقة التفاوض بمهارة عالية هي مفتاح الضغط الفعال. راجع مجموعة الأدوات للحصول على النصائح الجوهرية لإجراء المفاوضات بفاعلية.

سؤال رقم ٦ : ما الذي عاد علينا؟

سؤال رقم ٧ : ما الذي نحتاج إلى وضعه؟

أ) التحليل الرباعي (تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات)

الغرض	يفهم المشاركون الشباب كيفية تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات الخاصة بمجموعات الشباب في دعوتهم.
الوقت اللازم	من ٣٠ دقيقة إلى ٤٥ دقيقة تقريبًا
المرجع	أداة التحليل الرباعي الجزء ٢ من دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- اطلب من المشاركين تبادل الأفكار حول نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لدى مجموعة الشباب فيما يتعلق بأولوية الدعوة التي تم اختيارها، وتسجيل هذه المعلومات في ورقة العمل ٦أ.
- شجع المشاركين على النقاش حول الأسئلة الآتية:
  - كيف يمكن استخدام نقاط القوة لتأمين الفرص؟
  - كيف يمكن استخدام نقاط القوة والفرص لمواجهة التهديدات؟
  - كيف يمكن التغلب على نقاط الضعف لتأمين الفرص؟
- وفي الختام اطلب من المشاركين الشباب تحديد خطواتهم التالية بناءً على التحليل الذي أجري. وقد تشمل الخطوات التالية الاستجابة لأي من نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات.

نصائح الميسر: التأكيد على أن تحليل الرباعي يمكن استخدامه عدة مرات أثناء تنفيذ الدعوة وإدارتها.

ب) تقييم المخاطر وإدارتها

الغرض	يعلم المشاركون الشباب بأن هناك مخاطر محتملة في الدعوة ويدركون شدة هذه المخاطر. يعرف المشاركون الشباب كيفية التخفيف من هذه المخاطر.
الوقت اللازم	٣٠ دقيقة تقريبًا
المرجع	تقييم مستوى المخاطر الجزء ٢ من دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- اسأل المشاركين الشباب في الجلسة العامة عن المخاطر التي يمكن أن تنطوي عليها عملية الدعوة بشأن المساواة بين الجنسين في سياقهم، وعن العوامل التي تجعل الدعوة بشأن المساواة بين الجنسين أكثر خطورة في محافظاتهم/ مجتمعهم.
- ارسم ورقة العمل ٦ب على لوح ورقي مسبقًا ثم زود المشاركين بنسخ من هذه الورقة ثم فكر في كل المخاطر المحتملة عند القيام بالدعوة التي قد تواجهها مجموعة الشباب ككل والشابات والشبان الأفراد في مجموعة الشباب. سجل المخاطر على اللوح الورقي.
- ناقش مستوى الخطر (عالي/ متوسط / منخفض) الذي تنطوي عليه الدعوة ثم سجل المعلومات على الورق اللوحي. عندئذ ناقش أيضًا ما إذا كانت الفائدة من إجراء الدعوة تفوق المخاطر التي تنطوي عليها.
- ناقش ما يمكن القيام به للحد من المخاطر وأكد على أنه إذا كان الخطر عاليًا بدرجة كبيرة وجب على الداعين من الشباب تغيير خطة الدعوة وفقًا لذلك.

نصائح الميسر: قد يشعر المشاركون بالتوتر حول مناقشة المخاطر التي تنطوي عليها الدعوة، لذلك يجب التأكد من شعورهم بالأمان والراحة.

سؤال رقم ٨ : كيف نبدأ؟

التخطيط لأهداف الدعوة ونتائجها وأنشطتها

الغرض	يضع المشاركون الشباب مسودة لأهداف الدعوة ونتائجها وأنشطتها
الوقت اللازم	من ٤٥ دقيقة إلى ساعة واحدة تقريبًا
المرجع	تحديد أهداف الدعوة الجزء ٢ من دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- عرف المشاركين الشباب بمعنى أثر الدعوة، وأهدافها، ونتائجها، وأنشطتها. ارجع إلى مجموعة الأدوات .
- اشرح ما نعنيه بأهداف الدعوة ونتائجها ***الذكية***. اكتب على اللوح الورقي هذه النتيجة: ***حشد قوة الحكومة لوضع قانون لتجريم التحرش الجنسي في الأماكن العامة بحلول عام ٢٠٢٥*** واطلب من المشاركين الشباب تحويلها إلى نتيجة ذكية.
- بعد المناقشة سجل النتيجة ***الذكية*** على النحو التالي: ***مساعدة وزارة الشؤون الاجتماعية في صياغة قانون لتجريم التحرش الجنسي بالمرأة في الأماكن العامة بحلول عام ٢٠٢٥***. أكد من جديد على مواصفات النتيجة ***الذكية***.
- زود المشاركين الشباب بنسخ من ورقة العمل ٨أ وارسم ورقة العمل هذه على اللوح الورقي مسبقًا وشجع المشاركين على النظر في التحليل الذي أجري من السؤال رقم ١ إلى السؤال رقم ٧ وحدد أهداف الدعوة ونتائجها وأنشطتها. سجل المناقشة على الورق اللوحي واطلب من المشاركين الشباب تدوين ملاحظاتهم على ورقة العمل.
- تناقش مع المشاركين الشباب عمن هو المسؤول داخل كل مجموعة عن تنفيذ أنشطة الدعوة، ومتى سيضطلع بمسؤوليته.

نصائح الميسر: أكد على أنه بمجرد شروع المشاركين الشباب في دعوتهم عليهم مواصلة العودة إلى صقل نتائج دعوتهم حيث يمكنهم معرفة المزيد عن أهداف الدعوة، والبيئة السياسية، وكيف يتغير الوضع.

سؤال رقم ٩ : كيف نتأكد أن الدعوة كافية لإحداث النتائج المرجوة؟

خطة متابعة الدعوة

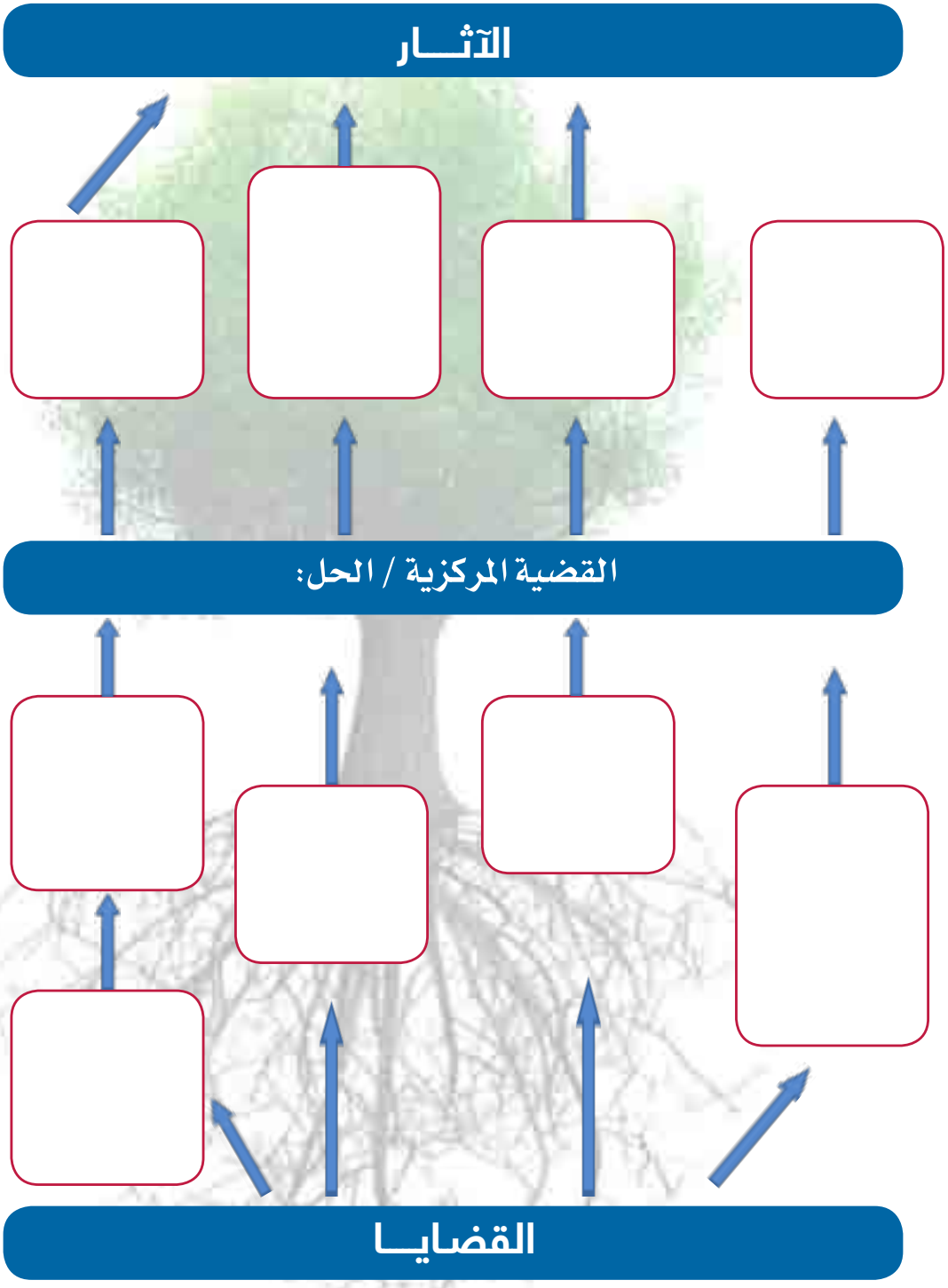
الغرض	يفهم المشاركون الشباب كيفية دمج أدوات المتابعة العملية في خطة الدعوة.
الوقت اللازم	٤٥ دقيقة تقريبًا
المرجع	السؤال ٩ الجزء ٢ من دليل مجموعة الأدوات

النشاط العملي:

- يناقش المشاركون الشباب في مجموعات صغيرة ثم يشاركون في الجلسة العامة السؤال الآتي: ما الذي يجب متابعته بانتظام في الدعوة؟
- يكتب الميسر النقاط الرئيسية على اللوح الورقي ويضعها تحت عنوانين:
  ١. إجراءات الدعوة – اتبع الأنشطة الخاصة بك.
  ٢. نتائج أعمال الدعوة – الدلائل على أنك تحرز تقدمًا نحو تحقيق نتائج الدعوة.
- أكد على أهمية رصد النتائج للاستفادة من الفرص. وينبغي أن يكون الرصد بسيطًا وفي الوقت المناسب وسهل الوصول إليه، استنادًا إلى خطة رصد بسيطة. كما يلزم متابعة كل إجراء من إجراءات الدعوة ورصد نتائجه والتقدم نحو إحداث التغيير على المدى الطويل.
- أدخل مفهوم « اجتماعات التعلم » وناقش مع المشاركين الشباب الطرق الأخرى لجمع المعلومات اللازمة لمتابعة سير الدعوة (راجع مجموعة الأدوات الخاصة بالمواد) وأكد على أن الداعين بحاجة إلى الاستجابة لما يتعلمونه من المتابعة والرصد.
- شارك ورقة العمل ٩ واطلب من المشاركين ملئها باستخدام معلومات من المناقشة.
- بين المقصود بتقييم أعمال الدعوة وسلط الضوء على أنه بالإضافة إلى الرصد لابد من إجراء تقييم (في منتصف جهود الدعوة أو في آخرها) لمعرفة مدى فاعلية أعمال الدعوة. قد يختار المشاركون الشباب وشركاؤهم إجراء تقييم مشاركة رسمي معًا أو يكون التقييم داخلي كأن ينظم اجتماع رسمي للتعلم بعد وقت قصير من انتهاء المشروع.

ملحق ١: أوراق العمل

١- أ) شجرة المشكلة والحلول



١- ب) اختيار أولويات الدعوة

المعيار	قضية ١	قضية ٢	قضية ٣
احتمال النجاح			
الفوائد المحتملة للشابات			
الإمكانات اللازمة لمجموعة الشباب أو التنظيم الشبابي لصنع الفرق.			
المناسبة لمجال خبرة مجموعة الشباب (و شركائك)			
إمكانية إشراك الشابات والشبان والمجتمعات المحلية			
هل القضية مبنية على أدلة قوية؟			
هل كان هناك قوة دافعة من قبل بشأن هذه القضية؟			
هل تتوفر لديك الموارد اللازمة للدعوة إلى مناصرة هذه القضية؟			
الإجمالي			

٢- أ) مخطط أصحاب المصلحة

المعيار	صاحب المصلحة ١	صاحب المصلحة ٢	صاحب المصلحة ٣	صاحب المصلحة ١
صاحب المصلحة (اذكر الاسم)				
نسبة **اهتمام** صاحب المصلحة بالقضية (اذكر النسبة: عالية، متوسطة، منخفضة)				
مستوى **معارضة** صاحب المصلحة هذه القضية أو **دعمه** إياها (مناصر قوي، مناصر متوسط، محايد، خصم متوسط، خصم قوي)				
تأثير صاحب المصلحة **(قوته)** على القضية (غير معروف، ليس له تأثير، بعض التأثير، تأثير معتدل، تأثير كبير، تأثير شديد)				
أهمية مشاركة صاحب المصلحة (غير معروفة، ليس لها أهمية، مهمة بعض الشيء، متوسطة، شديدة الأهمية، لاعب حاسم)				

٢- ب) تحليل الأهداف

الهدف / المؤثر	ما الذي يعرفونه عن هذه القضية؟	ما هو موقفهم تجاهها؟	ما هو محل اهتمامهم الحقيقي؟	من الذي له تأثير عليهم؟	ما هو التأثير أو القوة لديهم على القضية؟
هدف ١					
هدف ٢					
هدف ٣					

٣ - أ) صياغة رسالة الدعوة الأولية

البيـــان	
الدليـل	
الـــهدف	
العمل المطلوب	

٣ - ب) تأطير الرسائل لجماهير مختلفة

الجمهور	رسالة الدعوة
جمهـــور ١	
جمهـــور ٢	
جمهـــور ٣	

٦ - أ) التحليل الرباعي (نقاط القوة، ونقاط الضعف، والفرص، والتهديدات)

القوى الداخلية	نقاط القوة	نقاط الضعف
القوى الخارجية	الفرص	التهديدات

٦ - ب) تقييم المخاطر وإدارتها

نوع الخطر	مثال	مستوى الخطر: عال / متوسط / منخفض	نسبة الفوائد المحتملة: عالية / متوسطة / منخفضة	طرق إدارة المخاطر	نسبة المخاطر المتبقية عالية / متوسطة / منخفضة
لمجموعة الشباب					
للأفراد من الشابات ضمن مجموعة الشباب					
للأفراد من الشباب ضمن مجموعة الشباب					

٨) التخطيط لأهداف الدعوة ونتائجها وأنشطتها

أنشطة الدعوة	نتائج الدعوة	هدف الدعوة	أثر الدعوة
			التغيرات الإيجابية والدائمة في حياة كل النساء، التي تعزز موقفهن وحالتهن في المجتمع

٩) خطة متابعة أنشطة الدعوة

ما الذي تتابعه؟	كيف ستكون المتابعة؟	متى ستكون المتابعة؟	من الذي سيتابع؟	ما الإجراء الذي ستتخذه بعد النتيجة؟
داخليًا • فريق العمل • التواصل الداخلي • الميزانية				
خارجيًا • أنشطة الدعوة • التغيرات في السياق الخارجي • فرص جديدة للدعوة • معلومات جديدة حول الأهداف والمؤثرين • العمل مع الشركاء				
التقدم نحو تحقيق النتائج				

٢/٣ خطة استراتيجية الدعوة

الأثر: ما الذي نريده أن يحدث؟	
هدف الدعوة:	
النتائج:	
من الذي يمكنه تحقيقه ؟	الجماهير المستهدفة
ما الذي يحتاجون إلى سماعه؟	الرسائل الأولية والرسائل الثانوية لكل جمهور مستهدف
من هم الذين يريدون سماعه منهم؟	مبلغون لكل جمهور مستهدف
كيف يمكننا إسماعهم؟	المناهج والفرص (الضغط، والحملات العامة والإنترنت، والعمل مع وسائل الإعلام)
ما الذي نحن بحاجة إلى وضعه؟	نقاط القوه، ونقاط الضعف، والفرص، والتهديدات إدارة المخاطر
كيف يمكننا أن نبدأ؟	خطة عمل الدعوة (الأنشطة المرتبطة بنتائج الدعوة وأهدافها، ومن هو المسؤول عن أدائها، ووقت أدائها)
كيف يمكننا التأكد من الكفاية لتحقيق النتائج المرجوة؟	خطة المتابعة والتعلم

٣/٣ التخطيط للدعوة

انسخ هذه الصفحة وقص هذه البطاقات التسعة ثم اعطها للمشاركين الشباب لترتيبها بالتسلسل الصحيح.

ما الذي يحتاجون إلى سماعه؟	ما الذي عاد علينا؟	من الذي يمكنه أن يعطينا ما نريده؟
كيف نتأكد مما إذا كانت كافية لإحداث النتائج المرجوة؟	ماذا نريد؟	من هم الذين يريدون السماع منهم؟
كيف نبدأ؟	ما الذي نحتاج إلى وضعه؟	كيف يمكننا التأكد من سماعهم الدعوة؟

ملحق ٢ : المراجـع

- غوسلينغ. ل، كوهين. د (٢٠٠٧). دليل الميسر: قضايا الدعوة – مساعدة الأطفال على تغيير عالمهم، التحالف الدولي لإنقاذ الطفولة.
- كابيل، أ (٢٠٠٨). خطوة واحدة أبعد مما ينبغي: كتيب الدعوة للأطفال والشباب. انقذوا الاطفال.
- بلان انترناشيونال. دليل تيسير ورش العمل لمجموعة أدوات الدعوة: التعليم الذي نريده.
- فينيكلاسن، ل.، ميلر. ف (٢٠٠٢) . نسج مفهوم جديد للسلطة، الناس والسياسة: دليل العمل للدعوة ومشاركة المواطنين. واشنطن العاصمة

الملحـق

المرأة وجائحة كوفيد - ١٩ المستجد (فيروس كورونا)

الملحق
المرأة وجائحة كوفيد - ١٩ المستجد (فيروس كورونا)

منذ أعلنت منظمة الصحة الدولية أن كوفيد ١٩ جائحة عالمية فإن وضع المرأة أصبح مهدداً أكثر من أي وقت مضى. حيث أنه من الخبرات السابقة في التعامل مع أوبئة أخرى مثل الإيبولا، فقد إتضح كيف أن وضع المرأة يتأثر بشكل سلبي وخاصة بعد نقص الموارد وتوجيهها للتعامل مع أزمة الجائحة او الوباء.

ومرض كوفيد-١٩ هو مرض معد يسببه فيروس كورونا المكتشف مؤخراً. وطبقاً للمجلس الأعلى للمستشفيات الجامعية في مصر، فإن فرص إصابة السيدات خاصة من الحوامل وكبار السن والمصابين بمشكلات طبية أساسية مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب أو داء السكري تكون أعلى بكثير من الأفراد الأصحاء[١].

وقد قام المجلس القومي للمرأة باطلاق ورقة سياسات وبرامج مقترحة للمساهمة في حل المشكلات الناجمة عن جائحة كورونا وتقديم الدعم للمرأة المصرية في تفاعل سريع مع خطة الدولة المصرية «خطة الاستجابة السريعة لمصر تجاه وضع المرأة أثناء إنتشار فيروس كوفيد-١٩».

تأثير جائحة كوفيد-١٩ على المرأة في القطاعات المختلفة:

في مثل هذه الفترات العصيبة تتزايد الضغوط والتحديات على المجتمع بشكل عام والمرأة بشكل خاص، وتتمثل هذه الضغوط وتظهر واضحة في القطاعات المختلفة. حيث يؤثر كل قطاع في الآخر بالسلب فمع تداعى الحالة الاقتصادية والضغط المادي يزيد الضغط الاسري مما قد يتسبب في زيادة العنف المنزلي على سبيل المثال. ونستعرض معاً هذه التداعيات فيما يلي على القطاعات المختلفة.

١ - إجابة الأسئلة كثيرة التداول وتصحيح بعض المفاهيم المغلوطة الخاصة بجائحة فيروس كوفيد- ١٩ (إعداد اللجنة العليا للفيروسات التنفسية بالمجلس الأعلى للمستشفيات الجامعية)

١. الجانب الصحي:

أ. تتعرض المرأة لمخاطر العدوى بشكل كبير حيث تشكل المرأة حوالي ٤٢,٤٪ من الفريق الطبي، ونسبة ٩١,١٪ من فريق التمريض العاملين بوزارة الصحة وحدها غير العاملات بالمستشفيات الخاصة والصيدليات مما يجعل نسبة أكثر من النساء معرضات للإصابة بالفيروس[٢].

ب. مع تفاقم الازمة بسبب الفيروس سيتعسر على الكثيرات الوصول لخدمات الصحة الانجابية نتيجة التركيز الكبير على مواجهة الفيروس وتخصيص الغالبية العظمى من الخدمات الطبية –إن لم يكن كلها- لمواجهة الفيروس. هذا لا يؤثر على المرأة فحسب ولكن مع زيادة نسبة الانجاب سيكون له تأثير سلبي على مستوى صحة الام والاسرة وعلى الجانب الاجتماعي والاقتصادي بسبب زيادة الكثافة السكانية.

ج. بخلاف كون المرأة الحامل من الفئات الأكثر عرضة للعدوى فإن احتياجهم للتواجد في المراكز والعيادات الطبية لمتابعة الحمل او الولادة يجعلهن في وضع أكثر خطورة لتلقي العدوى. هناك أدلة علمية محدودة على شدة المرض لدى النساء الحوامل بعد الإصابة بـ COVID-١٩. ومع ذلك، تشير الأدلة الحالية إلى أن شدة المرض بين النساء الحوامل بعد الإصابة بـ COVID-١٩ تكون مشابهة لتلك الموجودة في حالة COVID-١٩ من البالغين غير الحوامل، ولا توجد بيانات تشير إلى أن الإصابة بـ COVID-١٩ أثناء الحمل لها تأثير سلبي على الجنين.

٢ - Egyptian Rapid Response to Women's situation during COVID-19 OUTBREAK - NCW

في الوقت الحاضر، لا يوجد دليل على انتقال COVID-١٩ من الأم إلى الطفل أثناء الحمل. ويقترح أن تتبع جميع النساء الحوامل نفس الاحتياطات للوقاية من COVID-١٩، بما في ذلك غسل اليدين بانتظام، وتجنب الأفراد المرضى، والعزلة الذاتية في حالة ظهور أي أعراض[٣].

٢. الجانب الاقتصادي:

من المتوقع في الفترة القادمة ان تشهد تأثر بالغ في الحالة الاقتصادية في انحاء العالم وفي مصر كذلك من تقليل في العمالة او الغائها تماما، خفض في الأجور، مما سيقع على المرأة بشكل كبير وسيزيد من الفجوة الجندرية في مجال العمل. وزيادة هذه الفجوة قد يكون بشكل مباشر بسبب انه دائما يتوقع من المرأة ترك عملها للعناية بالأطفال والمنزل وخاصة مع توقف المدارس وحاجة الأطفال للرعاية لوقت أطول في المنزل. وكل هذا سيترك آثاره على وضع المرأة اقتصاديا وخاصة المرأة المعيلة[٤].

كما أن السيدات اللاتي يعملن بدون عقود رسمية هن عرضة أكثر لأن تسوء احوالهن، ومن المعروف أن السيدات اللاتي تعملن بشكل غير رسمي يتقاضين تقريباً نصف أجر الرجال الذين يعملون بشكل غير رسمي.

٣. الجانب التعليمي والدراسي:.

أ. مع غلق المدارس وفرض المسافة الاجتماعية على الأفراد من المتوقع أن يكون لهذا تأثيره السلبي على الفتيات من ناحية تحميلهن أعباء العمل المنزلي في حين أنه لا يطلب من الفتيان ذلك مما يؤثر على الوقت المخصص للدراسة المنزلية.

ب. وتكون الفتيات أكثر عرضة لزواج الأطفال نظراً لوجودها في المنزل على أي حال وهو ما قد يكون أيضا نابعاً من الحالة الاقتصادية السيئة للأسرة والرغبة في التخلص من مصاريف الفتاة بتزويجها في سن الطفولة.

٤. الجانب الاجتماعي:

في أوقات مثل هذه يزيد دائما العنف الاسري والعنف القائم على النوع على النحو التالي:

أ. مع تزايد الضغط الاقتصادي على الاسرة والرجل بشكل خاص ينعكس ذلك على سلوك الرجل وتوجيه نوبات الغضب والعنف ضد المرأة (الزوجة – الابنة – الأخت). ونظرا لحالة العزلة والمسافة الاجتماعية المفروضة نتيجة للظروف الراهنة ونظرا لأن أكثر من ٧٠٪ من الرجال والنساء في مصر يرون انه يجب على المرأة تحمل العنف لتحافظ على استقرار الأسرة (كما جاء في الدراسة الاستقصائية IMAGES - Egypt للأمم المتحدة للمرأة[٥])، فإن السيدات المعنفات والناجيات من العنف يقعن في خطر التواجد بشكل دائم من المسيء. وكما جاء في دراسة جديدة أعدتها لجنة الأمم المتحدة الاجتماعية والاقتصادية لغربي آسيا (الإسكوا) ووكالات أممية شريكة لجائحة ١٩ COVID فإن للجائحة تأثيرا كبيرا على مختلف أشكال العنف ضد المرأة والعنف القائم على التمييز بين الجنسين. إضافة إلى تعذر تقديم الدعم النفسي والعلاجي اللازم لهن وفي الوقت المناسب. وجاء في بيان للخط القومي الساخن للعنف المنزلي في الولايات المتحدة «إن إساءة المعاملة مرهونة بالسلطة والسيطرة. حين تضطر النساء للبقاء في المنزل بالقرب من الجناة، يكون بإمكان الجناة استخدام أي وسيلة للتحكم في ضحاياهم، حتى لو كانت أزمة وطنية مثل فيروس كورونا المستجد». (مؤسسة القاهرة للتنمية والقانون).

ب. ولا يقتصر العنف القائم على النوع داخل المنزل فقط، فالآن ومع خلو الطرقات والشوارع بشكل كبير نتيجة لفرض للعزل المنزلي او الحظر او المسافة الاجتماعية المطلوبين بسبب الجائحة، قد تتعرض النساء والفتيات اكثر للتحرش الجنسي خارج المنزل او الاغتصاب مع

٣ – https://www.ecdc.europa.eu/en/novel-coronavirus-china/questions-answers

٤ – WOMEN'S NEEDS &GENDER EQUALITY IN EGYPT'S COVID-19 RESPONSE

٥ – https://egypt.unwomen.org/en/digital-library/publications/2018/04/images-study

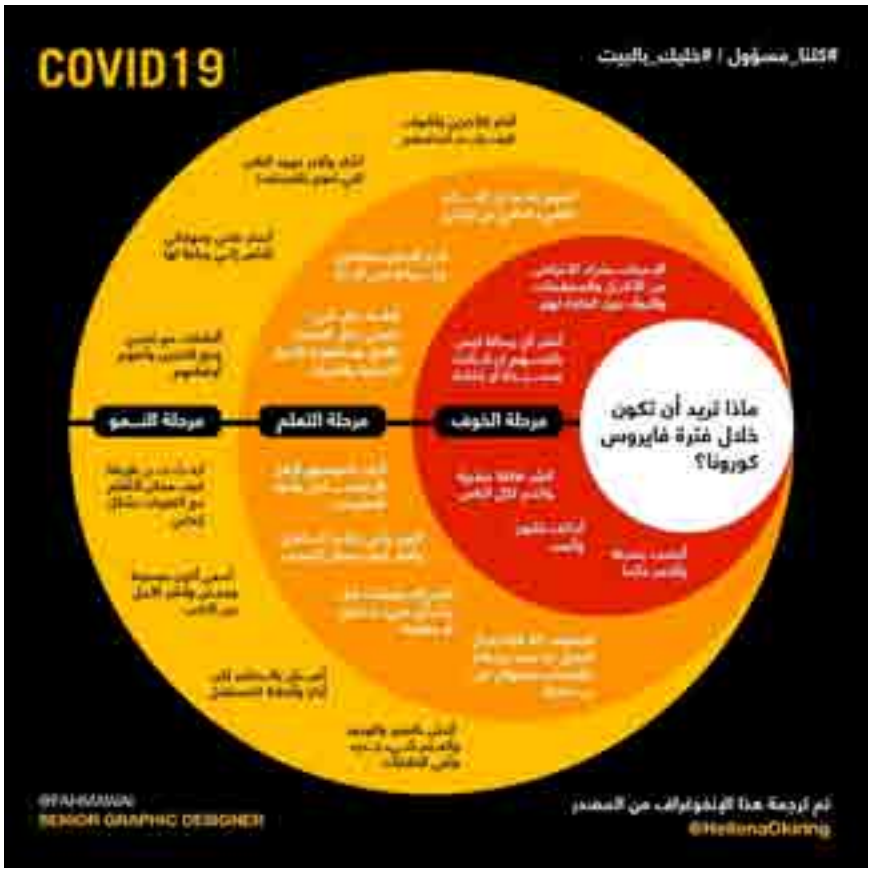
عدم توافر الخدمات الطبية اللازمة في حال تعرض الفتاة او المرأة للاغتصاب مثلا نظرا لأن الموارد الطبية موجهه لمواجهة الفيروس.

٥. الجانب النفسي[٦]:

بخلاف المشكلات الموجودة أصلاً والتي قد تكون المرأة تعاني منها هناك آثار نفسية قد تتعرض لها نتيجة لكل الضغوطات السابق ذكرها مثل:

- الحزن، الاكتئاب، القلق. وهو ناتج عن انعدام المعلومات بشأن كيفية الحصول على الخدمات الأساسية او توفير الغذاء لها ولأسرتها.
- الصداع المزمن واضطرابات الجهاز الهضمي واضطرابات القلب والأوعية الدموية وآلام الحيض الشديدة.
- الاقدام على بعض الأمور للهروب من واقعها مثل: شرب الكحول أو الإدمان على الأدوية المهدئة أو تعاطي المخدرات.
- العواقب المترتبة على توتر العلاقات العائلية والاجتماعية مثل الانفصال والعزلة وقطع العلاقات العائلية أو الخوف من العلا قات الحميمة.

ويوضح النموذج بالأسفل المراحل النفسية التي يمر بها الانسان في حالة التعرض لجائحة مثل كوفيد - ١٩



يوضح النموذج أعلاه اننا نمر بثلاث مراحل أساسية خلاص فترة الجائحة وهي الخوف – التعلم – النمو. وكل مرحلة لها خصائصها وسماتها التي تقود للمرحلة التالية حتى يتحقق السلام النفسي.

٦ – مؤسسة القاهرة للتنمية والقانون https://www.facebook.com/CCD.Egy

- فيبدأ الانسان بوجوده في مرحلة الخوف وهي مرحلة طبيعية على الانسان تقبلها وتفهم انها طبيعة بشرية وتنتج عن الخوف من مرض مجهول ليس له علاج حتى الان وهو ما قد يدفع البعض لبعض الاعمال المبالغ فيها كحمى الشراء ونشر الطاقة السلبية والخوف فيمن حوله ونشر حتى رسائل ومعلومات غير موثوقة المصدر وتكون خاطئة في معظم الأحيان.
- ثم تأتي بعد ذلك مرحلة التعلم وإدراك انه لا داعي للمبالغة في الشراء مثلا او أنني ابحث عن مصادر موثوقة لفهم المرض وطرق العدوى بشكل أكثر صحة،
- اما مرحلة النمو فهي المرحلة التي يبدأ فيها الاستقرار النفسي الناتج عن التعلم الصحيح لأبعاد الموقف فأكون قادر على تقديم الدعم لغيري والتركيز على الإيجابيات والواقع دون التطرف للتفكير بشكل متشائم كما في مرحلة الخوف.

- أقرأ المزيد ورقة « اعتبارات الصحة النفسية والدعم النفس ي والاجتماعي أثناء جائحة كوفيد -١٩ الصادر» عن منظمة الصحة العالمية.
- قم بزيارة صفحة التواصل الاجتماعي لـ مؤسسة القاهرة للتنمية والقانون

https://www.facebook.com/CCD.Egy/

جهود وطنية في مكافحة فيروس كورونا المستجد – COVID-١٩

أطلق المجلس القومي للمرأة بالتعاون مع هيئة الأمم المتحدة للمرأة استطلاع رأي المصريات حول فيروس كورونا المستجد في الفترة من ٤ إلى ١٤ أبريل ٢٠٢٠، الذي أجراه المركز المصري لبحوث الرأي العام «بصيرة»،

وشمل الاستطلاع موضوعات عدة منها العنف الواقع على المرأة طرق الوعي وتأثير الفيروس على الوضع الاقتصادي، وغيرها وأظهرت نتائجه أن الجائحة ساهمت في إحداث تغيير في نمط الحياة مقارنة بفترة ما قبل الجائحة.

وهو أول استطلاع للرأي العام يتم إجراؤه بمنهجية تمثل العينة المختارة فيها المجتمع المصري إحصائياً، كما أنه من الاستطلاعات القليلة على مستوى العالم التي تركز على دور المرأة في الجائحة وعلى انعكاسات الجائحة على حياة الأسرة المصرية.

وقد تم جمع بيانات هذا الاستطلاع من خلال مقابلات باستخدام الهاتف وشمل الاستطلاع ١٥١٨ من الإناث ١٨ سنة فأكثر وأجريت المقابلات في الفترة من ٤ إلى ١٤ إبريل ٢٠٢٠.

أقرأ المزيد عن استطلاع رأي المصريات من خلال الرابط

COVID-19 infographic-01.jpg

COVID-19 infographic-02.jpg

المجلس القومي للمرأة[٧]

- حرص المجلس منذ بدء الأزمة على التواصل مع الحكومة، لمراعاة احتياجات المرأة وإصدار قرارات وزارية تستجيب للفوارق بين الجنسين. وقد انعكس ذلك في القرارات التي اتخذتها الحكومة المراعية لاحتياجات المرأة خلال الفترة الماضية، مشيرة إلى عضوية المجلس في تشكيل لجنة العمالة المتضررة من التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا المستجد والتي صدرت بقرار رئيس مجلس الوزراء.
- نفذ المجلس عددا من الحملات التوعوية حول تداعيات انتشار فيروس كورونا وطرق الوقاية ومنع انتقال العدوى، من خلال إنتاج فيديوهات واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشرها
- مكتب شكاوى المجلس القومي للمرأة تلقي شكاوى السيدات على الخط المختصر ١٥١١٥ على مستوى القاهرة، وكافة فروعه بالمحافظات، ليصل إجمالي ما تلقاه أكثر من ١٠ آلاف طلب وشكوى بدءا من ١٤ مارس وحتى نهاية أبريل ٢٠٢٠، وكانت أكثر من ٨٩٪ من الطلبات الواردة تركزت على الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية بإجمالي ٨٩٥٣ طلبا وشكوى.
- أطلق المجلس ورقة سياسات وبرامج مقترحة لتدعيم «خطة الاستجابة السريعة لمصر تجاه وضع المرأة أثناء إنتشار فيروس كوفيد ١٩» تشتمل علي تحليل للموقف في مصر مع تقديم تدابير الاستجابة لمختلف المشكلات التي تواجه المرأة في جميع القطاعات وربطها بالمحاور الأساسية الخاصة بالاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠. ويمكن الحصول علي ورقة السياسات من خلال الرابط التالي
https://drive.google.com/drive/folders/1WY-SNsaukXBzhlOXnJVs6lU5Cs0BoXx0?usp=sharing
- للمزيد قم بزيارة موقع المجلس القومي للمرأة
http://ncw.gov.eg/

٧ - http://ncw.gov.eg/News

هيئة الأمم المتحدة للمرأة

- أطلقت ورقة سياسات لتناقش وتستعرض وضع المرأة في فترة الوباء والجائحة مثل جائحة COVID 19 – وذكر فيها تأثير الجائحة على وضع المرأة والأزمة الجندرية وسلامتها الصحية والنفسية وحجم الخسائر الاقتصادية والصعوبات المادية التي قد تعاني منها المرأة في وقت الجائحة.
- للمزيد أتطلع على ورقة هيئة الأمم المتحدة للمرأة UN WOMEN BRIEF COVID-19 EGYPT

وقم بزيارة الموقع الرسمي لهيئة الأمم المتحدة للمرأة
https://egypt.unwomen.org/en

الهلال الأحمر

في إطار العمل لمواجهة انتشار فيروس كورونا المستجد، وتقديم المساعدات الطبية والعينية للأشخاص الأكثر احتياجا من المصريين والجنسيات الأخرى من المهاجرين واللاجئين في مصر، قامت جمعية الهلال الأحمر المصري بالتحرك السريع منذ اليوم الأول للأزمة لعمل حملة توعوية هدفها التجنيد السريع للمتطوعين من أفراد المجتمع لاسيما الفتيات.

ويعمل الهلال الأحمر المصري بالتعاون مع وزارة التضامن الاجتماعي على تطهير المرافق الحيوية، والمشاركة في التقصي عن المناطق الواقعة تحت الحجر الصحي لتحديد وتوفير الاحتياجات الخاصة بسكان هذه المناطق من خلال حملة «متطوع في كل شارع».

وتفهماً لاحتياجات المواطنين وخصوصاً كبار السن الأكثر عرضة للمرض، قام متطوعي الهلال الأحمر بالتواجد في أماكن تقديم المعاشات للحرص على إتباع إرشادات الوقاية ولتقديم المساعدة اللازمة للمحتاجين لصرف معاشاتهم وتقديم المساعدات لهم. وكان لمتطوعات الهلال الأحمر الدور الأكبر في تقديم هذه الخدمة.

وتمشياً مع الاعتماد الأساسي على شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وخدمات المحمول في هذه الفترة الحرجة، قام العاملين والمتطوعين في الهلال بنشر وإرسال نصوص توعوية ورسائل نصية لعملاء شركات المحمول هدفها نشر الوعي وتقديم الدعم النفسي والاجتماعي لتقليل القلق والذعر لدي البعض، مع التأكيد على الوصول للفئات الأكثر احتياجاً خاصة الفتيات والأطفال.

كذلك قام الهلال الأحمر بنشر فيديو[٨] هدفه تكثيف رسائل تعزيز الصحة والنظافة الشخصية، بالإضافة إلى عمل خط ساخن يمكن الاتصال عليه أو التواصل معه عن طريق الواتسب للأسئلة السريعة أو لطلب المساعدة في حالة ظهور الأعراض.

وتعهد الهلال الأحمر المصري باستكمال عمله في المدارس المجتمعية ودور الأيتام مع الاطفال لتوعيتهم بأهمية النظافة الشخصية وامدادهم بالأدوات التي تساعدهم على النظافة، وطرق الوقاية من الفيروس.، مع تقديم الدعم النفسي والاجتماعي، والاستمرار في تطهير المنشأة الحيوية.

وزارة الصحة المصرية

تقوم الوزارة بتقديم خدمات الدعم النفسي للمواطنين/ات أثناء فترات العزل المنزلي وكذلك للمصابين والمخالطين، وذلك من خلال الساخن ١٠٥، كما تم تفعيل خطين آخرين هما ٠٨٠٠٨٨٨٧٠٠ و٠٢٢٠٨١٦٨٣١). أو الاتصال بمؤسسة القاهرة للتنمية والقانون يوميا عبر الخط الساخن الخاص بالدعم النفسي للنساء، الناجيات من العنف رقم ٠١٢٧٩١٧٧٣٢٦، وكذلك عبر برنامج Whats App. حيث يتم الاتصال بالناجيات خلال ٢٤ ساعة من تاريخ الاتصال بواسطة فريقنا من المتخصصين في الدعم النفسي، الاجتماعي

٨- https://www.facebook.com/EgyptianRedCrescent/videos

أفكار للدعوة وتأييد للمرأة في زمن الجائحة:

إن مواجهة ازمة كورونا بأقل الخسائر وفى وقت سريع يتطلب دولة واعية بمسئولياتها وهو ما ينطبق بجلاء على إدارة الدولة المصرية للأزمة باحترافية ومهنية منذ بدايتها في أوائل هذا العام، كما يتطلب كذلك وعى مجتمعي بالمسئولية الملقاة على عاتق الجميع في معاونة الدولة في تنفيذ خططها وسياساتها واجراءاتها الاحترازية والعلاجية. حيث يجب ان يدرك المواطن ان مسئولية الدولة لها حدود مرسومة طبقا للدستور والقانون وان نجاحها في مسئولياتها يستوجب معاونة قوية وداعمة من المواطن.

من المهم اشراك الشباب من الجنسين لرفع المعرفة بالآثار المختلفة التي تقع على المرأة جراء الجائحة، حيث يكون النساء والأطفال من أكثر الفئات تأثرا بشكل سلبي. فبنشر المعرفة والوعي عن أسباب تزايد العنف الأسري وكيفية تفاديه من الطرفين (الرجال والنساء) قد يقلل ذلك من حالات حدوثه على سبيل المثال. أو تكوين دعوات رقمية على صفح التواصل الاجتماعي للحد من ظاهرة التحرش التي قد تزيد في الفترة القادمة كما اوضحنا. وأيضا يمكن ان يكون للشباب دور بالتعاون مع المجلس القومي للمرأة والذي يضع تدخلات سريعة لدعم المرأة على نواحي عديدة ومنها توفير المستلزمات الطبية او نشر الوعي بطرق تقوية المناعة الشخصية بتكلفة قليلة وغيرها.

ومن الجدير بالذكر انه اجتمعت الأمم المتحدة للمتطوعين في مصر بلجنة شركاء التطوع لبحث أهمية ودور التطوع في مواجهة فيروس كوفيد-١٩ كورونا المستجد، وقد صدر عن الشركاء بيان ينص عن تكاتف كل الجهود التطوعية لدعم الدولة والمواطنين في الإجراءات اللازمة لمواجهة التحديات الناتجة عن فيروس كوفيد-١٩ كورونا المستجد وأكدوا على اهمية تفعيل الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا ونشر المبادرات التوعوية والتثقيف فيمكنك الانضمام إليهم وربط دعوتك بهم[٩].

٩- https://www.facebook.com/UNVEgypt/posts/2794443760645058

هيئة الأمم المتحدة للمرأة

egypt.unwomen.org/
facebook.com/unwomenegypt
twitter.com/unwomenegypt