١

منظمة "موبايل أكتيف"

استخدام الهاتف الخليوي لإشراك المجتمع المدني.

MobileActive.org

Cell phones for civic engagement.

STRATEGY GUIDE #1

USING MOBILE PHONES IN ELECTORAL AND VOTER REGISTRATION CAMPAIGNS

by Michael Stein
Edited by Katrin Verclas

دليل الاستراتيجيات الأول

استخدام الهاتف الخليوي في الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين

إعداد: مايكل ستاين
تدقيق: كاترين فركلاس

منظمة "موبايل أكتيف"

MobileActive

كناية عن مشروع أطلقته كلّ من منظمة "غرين ميديا تولشيد" Green Media Toolshed و"الشبكة غير الربحيّة لتيسير استخدام التكنولوجيا" NTEN: Nonprofit Technology Network.

لمحة عن سلسلة أدّلة الاستراتيجيّات الصادرة عن منظمة "موبايل أكتيف"

تتشكّل منظمة "موبايل أكتيف" من مجموعة عالميّة من الخبراء الاستراتيجيّين، والناشطين، والتقنيّين الذين يستخدمون الهاتف الخليويّ في مضمار عملهم لإحداث تغيير اجتماعيّ. فتدرس هذه السلسلة من أدلّة الاستراتيجيّات قدرة المنظمات غير الربحيّة على استخدام الهاتف الخليويّ بشكل فعّال لإعداد لوائح الناخبين، والتأثير على القضايا السياسيّة، وجمع الأموال. وبالتالي، نبتغي أن نجمع في هذه الأدلّة بين الاستراتيجيات، والحالات المدروسة، والعِبَر المستخلَصَة، من باب تشجيع المنظمات غير الربحيّة على القبول باستخدام الهاتف الخليويّ.

نبذة عن المؤلّف

مايكل ستاين هو مؤلّف وخبير استراتيجيّ في شؤون الإنترنت، يقيم في "بركلي"، كاليفورنيا، ويعمل على تمكين المنظمات غير الربحيّة من استخدام الإنترنت وسيلةً للاتصال، وجمع الأموال، والمدافعة. وقد ألّف ثلاثة كتب وعدداً من المقالات المتعلقة بالإنترنت. زره على الموقع الإلكترونيّ: http://www.michaelstein.net

نبذة عن المدقّقة

تشغل كاترين فيركلاس، وهي من مؤسّسي "موبايل أكتيف"، منصبَ المدير التنفيذيّ في الشبكة غير الربحيّة للتكنولوجيا؛ وتضمّ هذه الشبكة مجموعة خبيرة من العاملين ومقدّمي الخدمات الذين يساعدون المنظمات غير الربحيّة في مجال التكنولوجيا.

ويتولّى إدارة "موبايل أكتيف" إلى جانب كاترين فركلاس، مارتين كيرنز الذي يعمل لدى منظمة "غرين ميديا تولشيد" ، وهو الذي حرّك فكرة إنشاء "موبايل أكتيف"، وأوحى بها.

تحظى سلسلة أدلّة الاستراتيجيّات، الصادرة عن"موبايل أكتيف"، بدعمٍ من مؤسّسةُ "سوردنا" Surdna Foundation، مقدّم على شكل منحة.

Mobile Active

Post Office Box 3195
Amherst Massachusetts
01003-3195
United States
www.mobileactive.org

تُرجِم هذا الدليل ونُشِر بإذنٍ من المؤلف والناشر.

© جميع حقوق النسخة الإنكليزية محفوظة لمنظمة MobileActive.org.

ترجمة سوزان قازان.

© جميع حقوق النسخة العربية محفوظة للمعهد الديمقراطي الوطني (NDI)، بيروت – لبنان، تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٧. طُبِع في لبنان.

الرجاء الإمتناع عن ترجمة النص العربي إلى لغات أخرى، أما نسخ مقتطفات منه لأهداف غير تجارية فجائزٌ، شرط ذكر المعهد مصدراً للمادة المنشورة.

creative commons
Attribution-NonCommercial-NoDerivs 2.5
http://creaticecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/

الرجاء إرسال أي تعليق أو سؤال حول ترجمة هذا الكتاب إلى الموقع الإلكتروني: arabictranslation@ndi.org

المحتويات: Contents

استخدام الهاتف الخليوي في الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين	٣
مراقبة الانتخابات والمشاركة فيها	٦
دور الهاتف الخليوي في مراقبة الانتخابات	٧
تسجيل الناخبين	٨
دعم المرشحين والأحزاب السياسية	١٢
العبر المستخلصة	١٤

استخدام الهاتف الخليوي في الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين

MOBILE PHONES IN ELECTIONS AND VOTER REGISTRATION CAMPAIGNS

يستخدم الهاتف الخليوي لتسجيل أسماء المواطنين للإدلاء بأصواتهم وتشجيع المشاركة في الانتخابات، وجمع الأموال للمرشحين ومراقبة معدل المشاركة وفضح أعمال التزوير الانتخابي.

ويعتبر الهاتف الخليوي، عند اعتماده مع استراتيجيات تنظيم الحملات الأخرى، أداةً مستجدةً وقويةً للمشاركة الديمقراطية في المجتمع المدني.

وفي حين شكلت شبكة الإنترنت مصدراً للتحوّل في المجتمعات المحلية والوطنية والعالمية من خلال وسائل الاتصالات الجديدة وسهولة الوصول إلى المعلومات عن طريق المواقع والمدوّنات الإلكترونية والبريد الإلكتروني، انتشرت الهواتف الخليوية على الخطّ نفسه كأداةٍ مبتكرةٍ للأعمال الاجتماعية والمدنية والسياسية.

غالباً ما تقارن الهواتف الخليوية بالإنترنت غير أنها تتميز بخصائص فريدةٍ من نوعها تفرّق بينها وبين الشبكة الإلكترونية. فالهواتف الخليوية محمولة، واسعة الانتشار وبوسع الناس اقتناؤها بسهولة.

من هنا فإنّ الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين تشكّل ميداناً واحداً ترك فيه الهاتف الخليوي أثراً واضحاً. عملت منظمة موبايل أكتيف MobileActive على مراقبة استخدام الهاتف الخليوي لتسجيل أسماء الناخبين وتزويد المواطنين بالمعلومات الكافية والوافية حول بعض المرشحين أو الاستفتاءات، وتقفي أثر النشاطات الانتخابية كمعدل المشاركة والتزوير الانتخابي وجمع الأموال للمرشحين والأحزاب.

وفي حين لا يزال استخدام الهاتف الخليوي في الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين في طور التجربة، إلا أنه تم معرفة الكثير من المعلومات حول خصائص الحملات الناجحة.

نشاركم بهذه النتائج والمعلومات في هذا الدليل الخاص باستراتيجيات موبايل أكتيف، وهو واحد من بين سلسلة من الأدلّة التي تتناول موضوع استخدام الهاتف الخليوي في المجتمع المدني.

هل استخدام الهاتف الخليوي مناسب لك؟

أنظر دراسات الحالة التابعة لمنظمات أخرى، شارك في حملاتٍ مباشرة عبر الهاتف الخليوي لترى كيف تتم، اتصل ببائعي الهواتف الخليوية لتتعلّم المزيد حول الأجهزة والتكاليف، وناقش الاستراتيجية المتبعة مع منظمين آخرين للحملات الانتخابية على الموقع الإلكتروني MobileActive.org

لماذا يعتبر الهاتف الخليوي مفيداً في الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين؟

في بلدان عديدة (لا سيما في الدول النامية) يمثّل الهاتف الخليوي الطريقة الأسهل والأقلّ كلفةً للحصول على خطّ هاتفي؛ كما تعتبر الهواتف الخليوية أكثر انتشاراً من الإنترنت، فتؤمّن بالتالي وسيلةً تمكّن من الوصول إلى دائرةٍ أكبر من المواطنين خلال الدورة الانتخابية.

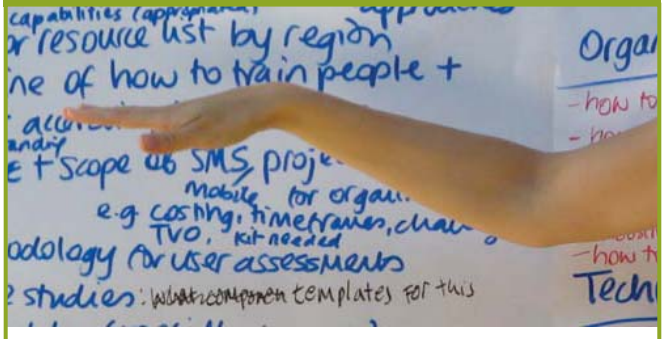
من جهة أخرى، يرتاح الشباب، وهم في الغالب المستهدفون من جرّاء حملات تسجيل الناخبين، كثيراً لاستخدام الهاتف الخليوي وتبادل الرسائل القصيرة تحديداً.

يتميز الهاتف الخليوي بكونه قابلاً للحمل ما يجعله مجدياً كأداة للتواصل ورفع التقارير هدفها التعويض عن التوزيع الجغرافي الواسع النطاق لمراكز الاقتراع يوم الانتخابات.

تشكّل خدمة الرسائل القصيرة عاملاً مهماً يكمن خلف شعبية الهاتف الخليوي، فضلاً عن الإمكانات الصوتية التي يوفرها. ففي بعض البلدان، تعتمد خدمة الرسائل القصيرة من قبل ٧٥٪ من المشتركين بشبكة الهاتف الخليوي. أما في الولايات المتحدة، ونظراً إلى انتشار الإنترنت وكلفة الرسائل الخليوية التي تعتمد طريقة الدفع بحسب الاستعمال، فيقارب هذا المعدل نسبة الـ٤٠٪.

يمثّل الهاتف الخليوي وسيلة اتصالٍ شخصيةٍ بامتياز وهو بالتالي يسمح لمنظّمي الحملات السياسية بتجنّب وسائل الإعلام العامة عند استهدافهم للناخبين عن طريق الرسائل الانتخابية القصيرة.

جرّب تنظيم حملةٍ عبر الهاتف الخليويّ



لقراءات حول الحملات الانتخابية عبر الهاتف الخليوي التي تنظّم اليوم حول العالم، راجع الموقع الإلكتروني MobileActive.org وابق هاتفك الخليوي جاهزاً لتتمكن من المشاركة. أنظر كيف ينجح الأمر وتخيّل النجاح الذي يمكنك تحقيقه عند تنظيمك لحملتك الخاصة.

من خلال خدمة الرسائل الخليوية القصيرة، تتمكن المنظمات من أن ترسل للمشتركين بشبكة الخليوي لمحةً عامةً أو نسخةً ملطّفةً عن محتوى الحملة أو دعوةً للعمل تظهر على شاشات هواتفهم الصغيرة وتدعوهم لزيارة المواقع الإلكترونية أو الاتصال بالبريد الإلكتروني لمزيدٍ من التفاصيل.

وقد أصبح الهاتف الخليوي جهازاً متطوّراً ذا ميزات متنوّعة بما فيها السمعي والفيديو وإمكانية الاتصال بالمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني، ما يسمح للمستخدمين أفراداً وشركات بإرسال البيانات الخاصة بالاقتراع وتلقيها عبر برامج مصمّمة حسب الاحتياجات، وقراءة رسائل المرشحين الموالين والاستماع إلى النغمات ذات الشعارات السياسية.

ومع شيوع جمع الأموال عبر الهاتف الخليوي، دخلت حملات جمع الأموال للمرشحين والأحزاب السياسية عصراً جديداً من التجارب.

ما هي التحديات المرتبطة باستخدام الهاتف الخليوي في الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين؟

ثمة مناطق ريفية كثيرة لم تصلها الهواتف الخليوية بعد بسبب الإرسال المحدود، لذلك تحصر الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين بالمناطق التي يغطّيها الإرسال الخليوي.

- تشكّل المسائل الأمنية عامل قلق بالنسبة إلى بعض الناشطين الذين يستخدمون الهاتف الخليوي أيام الانتخابات في مناطق يتمّ فيها تسجيل البطاقات والحسابات الخاصة بوحدة تعريف المشترك ومراقبتها من قبل السلطات المحلية. وقد وضعت منظمة موبايل أكتيف دليلاً أمنياً للناشطين يتعلّق بهذا الموضوع.

- في حين تعتمد بعض الدول خدمة الرسائل الخليوية القصيرة بمعدّلات عليا، إلا أن كثيراً من الناس لم يعتادوا استقبال الرسائل

التي تبعث إليهم من جهاز كمبيوتر مركزي؛ لذلك فإن معدلات المشاركة قد تكون منخفضةً في بعض الدول.

- تسمح الهواتف الخليوية بتفاعلية محدودة وتتسم بشاشة فائقة الصغر.

- بهدف جذب أكبر عدد من المشاركين، لا بد من أن يحرص منظمو الحملات عبر الخليوي على إرسال كميات هائلة من الرسائل القصيرة.

الدليل الأمني للناشطين

http://mobileactive.org/security_guide ←

مراقبة الانتخابات والمشاركة فيها
ELECTORAL MONITORING AND PARTICIPATION

على مرّ السنوات الثلاث الماضية، تميّزت خدمة الرسائل القصيرة بقدرتها العالية على التأثير في الانتخابات في كلّ من الفيليبين وتايلندة وإسبانيا وكوريا الجنوبية من بين دول عديدة أخرى. أما هذا التأثير فهو يعود بمجمله إلى الاستعمال المنتشر أصلاً للرسائل القصيرة في تلك الدول.

فعلى سبيل المثال، وفي إطار التحضير لانتخابات شباط / فبراير ٢٠٠٦ في تايلندة، أرسلت اللجنة الانتخابية التايلندية الرسائل القصيرة إلى ٢٥ مليون مشترك بشبكة الهاتف الخليوي لتذكّرهم بموعد الاقتراع.

وجاء في تلك الرسائل:

أنتم مدعوون لممارسة حقكم في الاقتراع يوم السادس من شباط/فبراير ما بين الثامنة صباحاً والثالثة من بعد الظهر.

بالتزامن مع هذا البلاغ الرسمي، شهرت صحيفة الأمة التايلندية حملةً شعبيةً تمّت عبر رسائل قصيرة حثّت الناخبين على حمل قلمٍ معهم لوضع إشارة على بطاقات الاقتراع الخاصة بهم.

وجاء النص الحرفي للرسالة على الشكل التالي: "لا تستخدموا الختم المطاطي الذي يقدّم إليكم (من قبل السلطات) لتجنّب البطاقات المزوّرة. أخبروا أصدقاءكم أيضاً." كانت تلك الانتخابات مثيرةً للجدل وتمت مقاطعتها من قبل أحزاب المعارضة. وبعد أشهر، استقال رئيس وزراء تايلندة، بالرغم من فوزه بالانتخابات، في تحرّك مفاجئ أشعلته التظاهرات التي اجتاحت الشارع على مدى شهرين من الزمن ونظّمت بواسطة الرسائل القصيرة والبريد الإلكتروني. وقد اتهم المحتجّون الرئيس وقتئذٍ بالفساد وبسوء استخدام السلطة.

وقد شكّل هذا التحرّك الشعبي بعد الانتخابات مثالاً على ما أسماه الكاتب والمعلّق هوارد رينغولد "حركة التعبئة الذكية" حيث لجأ المنظّمون إلى خدمة الرسائل القصيرة عبر الخليوي والرسائل الإلكترونية عبر الإنترنت لتنظيم التظاهرات في الشارع وغيرها من أشكال الاحتجاج. وكان شيوع الرسائل القصيرة في تايلندة أصلاً من العوامل الهامة التي أدّت إلى نجاح هذا التكتيك.

ومن الأمثلة الأولى على الاستعمال الخلاّق للهاتف الخليوي في الانتخابات ما جرى في الفيليبين عام ٢٠٠٤.

فقد تمّت ملاحقة رئيسة جمهورية الفيليبين غلوريا أرويو بنغمةٍ على الهاتف الخليوي أعدّت بعد مراقبة خطها وتسجيل مكالمة لها تناقش فيها نتائج الانتخابات.

TXTPOWER.ORG

TXTPower منظمة حرة لمستخدمي الهواتف الخليوية تهدف إلى تمكين الفيليبينيين كزبائن وكمواطنين في آنٍ. راجع الموقع الإلكتروني. www.txtpower.org

وكانت النغمة، ومدتها ١٧ ثانية تستند إلى مكالمة هاتفية مزعومة بين أرويو وأحد المسؤولين عن الانتخابات خلال السباق الرئاسي المثير للجدل. وقد زعم النقاد أن مكالمة أرويو قد شكلت الدليل على انتهاكاتها لأصول الدعاية الانتخابية ولو أن الحكومة لم تعترف بتزوير الانتخابات.

أما التسجيلات الصوتية — والمعروفة اليوم بنغمة "آلو غارسي؟"— فنشرت على موقع Txtpower الإلكتروني وحمّلت أكثر من مليون مرة ما جعلها من أكثر النغمات شعبيةً على الإطلاق.

وبالرغم من إنذار الحكومة بأن حيازة التسجيل ونشره أمر غير مشروع بموجب قانون الدولة الذي يقضي بمنع التنصّت على الهاتف، فقد حققت النغمة على الفور نجاحاً هائلاً في الفيليبين حيث قام أكثر من ثلاثين مليون مستخدم لشبكة الخليوي بإرسال حوالى مئتي مليون رسالة قصيرة يومياً.

وحثّت شركة Txtpower فيليبينيين آخرين على ابتكار نغماتٍ أخرى ترتكز على التسجيلات وقد نشرت على الأقلّ ثلاثة من بينها على الموقع الإلكتروني الخاص بالمجموعة. أما بالنسبة إلى الرئيسة أرويو فقد شكلت النغمة منعطفاً ساخراً في الدور الذي لعبته تكنولوجيا الهاتف الخليوي في مسيرتها السياسية. ففي نهاية الأمر، وصلت هي نفسها إلى السلطة بعد ثورةٍ شعبيةٍ أطاحت بسلفها المفتقر إلى الشعبية، جوزيف إسترادا. وقد نجحت حركة التمرّد تلك التي حدثت في العام ٢٠٠١ بعد أن استجاب عشرات الآلاف من المحتجين الفيليبينيين للدعوة إلى التحرّك التي أرسلت بالإجمال عبر الرسائل الخليوية.

دور الهاتف الخليوي في مراقبة الانتخابات

MOBILE PHONES IN ELECTION MONITORING

استخدم الهاتف الخليوي في مراقبة الانتخابات الواسعة النطاق للمرة الأولى إبّان استفتاء الجبل الأسود حول الاستقلال[١] في أيار/مايو من العام ٢٠٠٦.

وقد عمل المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية (National Democratic Institute for International Affairs - NDI) الكائن في الولايات المتحدة الأميركية على مساعدة مركز التحول الديمقراطي (Center for Democratic Transition – CDT) في مراقبة استفتاء الجبل الأسود حول الاستقلال. ومركز التحول منظمة شريكة للمعهد الديمقراطي الوطني ومتمرّسة في مراقبة انتخابات الجبل الأسود. وقد رفعت تقارير مراقبة الاستفتاء يومها من خلال خدمة الرسائل القصيرة. فرفع كل مراقب من بين ٢٠٠ منتشرين في مختلف أنحاء البلاد ما يقارب الأحد عشر تقريراً وقدّموا ما يفوق الألفي تقرير عبر الرسائل القصيرة يوم الاقتراع.

كما لجأ مركز التحول الديمقراطي إلى خدمة الرسائل القصيرة بشكلٍ مكثّف لإرسال المعلومات والتعليمات للمراقبين بسرعةٍ فائقة.

باستخدامه هذا النظام السريع في رفع التقارير، اعتبر مركز التحول الديمقراطي المنظمة الوحيدة التي ارتأت أن معدل المشاركة الأدنى اللازم وهو ٥٠٪ قد تحقق في وسط النهار. كما تمكّن من أن يحدّد سريعاً أيضاً أنه سيكون من المستحيل معرفة نتيجة الاستفتاء في وقتٍ مبكرٍ ذلك أنّ النتائج المتوقعة تقع ضمن هامش الخطأ الإحصائي.

بالاستناد إلى التحليل الرقمي الذي يؤمنه النظام والتقارير النوعية التي رفعت عبر الهاتف، أبلغ مركز التحول الديمقراطي الناس بوجوب انتظار النتائج الرسمية للتعداد الكامل الذي لا بد وأن يكون جديراً بالثقة. وبذلك، عمل مركز التحول الديمقراطي على تحقيق استقرار البيئة السياسية وعزّز من مصداقيته. وكانت تلك المرة الأولى التي تراقب فيها الانتخابات من قبل مجموعة مدنية وترفع النتائج بالكامل عبر الرسائل الخليوية القصيرة بما فيها عملية الإدخال الآلية في قاعدة البيانات للتحليل الفوري.

NDI.ORG

يقدّم المعهد الديمقراطي الوطني المساعدة العملية للقادة المدنيين والسياسيين الذين يدافعون عن القيم والممارسات والمؤسسات الديمقراطية. أنظر الموقع. www.ndi.org

١. http://en.wikipedia.org/wiki/Montenegrin_independence_referendum%2C_2006

وقد اجتمعت سلسلة من الظروف جعلت نظام التقرير عبر الرسائل القصيرة لاستفتاء الجبل الأسود أمراً ممكناً. منها أنّ مركز التحول الديمقراطي منظمة غير حكومية ذات خبرة سبق وراقبت الكثير من الانتخابات، وثانيها أنّ الجبل الأسود منطقة تنتشر فيها الهواتف الخليوية على نطاق واسع. من جهة أخرى، يتمتع مراقبو مركز التحوّل الديمقراطي وسكان الجبل الأسود بشكل عام بالخبرة في مجال الرسائل القصيرة، فضلاً عن أنّ متطلبات نظام رفع التقارير كانت بسيطةً — فالأرقام التراكمية لمعدّل المشاركة في الانتخابات وبيانات نتائج الانتخابات الأساسية المختصرة بنعم أو لا، مهيّأة على أفضل نحو لتتلاءم وشكل تقرير الرسالة القصيرة.

أي نوع من البيانات يجب تحديدها في حملتك عبر الهاتف الخليوي؟

عند استخدام الهاتف الخليوي في الحملات الانتخابية وحملات تسجيل الناخبين، من الأهمية بمكان جمع أكبر قدر ممكن من البيانات بغية فهم ما الذي ينفع من بينها وبهدف متابعة تدرّجك مع مرور الوقت.

الجمهور المستهدف: حدّد السن والجنس والعرق واللغة المتداولة بين الناس الذين تستهدفهم لتفهم ما الذي ينجح على أفضل نحو.

الاتصال بالمستهدف: حدّد الوقت الذي ستقوم فيه بجمع البيانات عبر الهاتف الخليوي خلال الحفلات الموسيقية وفي المناسبات وعند حضور الفرق التي تقيم الحفلات الإعلانية في الشارع لتفهم ما الذي ينجح على أفضل نحو ومتى.

فعالية التسويق: ما هي وسائل الاتصال الفضلى بالنسبة إليك (لوحات الإعلانات، النشرات الإعلانية، المنشورات التي توزّع بالأيدي، إعلانات الحفلات الموسيقية)؟

معدل جذب المشاركين عبر الهاتف الخليوي: ما هو عدد الأفراد الذين يقبلون المشاركة إثر الدعوات التي تطلقها للعمل وما نسبة هذا العدد من مجمل الجمهور الموجود في الحفلة أو المناسبة؟ ما هي النقطة المرجعية التي تعتمد عليها لتتبع تدرّجك مع الوقت؟

معدل الانتقال إلى المرحلة الثانية من المشاركة عبر الهاتف الخليوي: ما هو عدد الأفراد الذين يكملون عملية المشاركة من خلال تزويدك بعنوان بريدهم الإلكتروني أو رقم صندوقهم البريدي؟ ما هي العلامة التي تعتمدها لتتبع تدرّجك مع الوقت؟

معدل متابعة المشاركة عبر الهاتف الخليوي: في حال توفرت لديك اتصالات أخرى مع المشاركين عبر الهاتف الخليوي في وقتٍ لاحق، ما هو معدل مشاركة هذه المجموعة؟ قد تقوم بدعوة بعض الأشخاص إلى تحميل استمارة تسجيل الناخب أو الإجابة على استطلاع للرأي قصير حول ما إذا كانوا قد قاموا بالاقتراع يوم الانتخابات.

معدل التحويل إلى صديق: هل قام المشاركون بتحويل الرسائل الإلكترونية إلى الأصدقاء وأفراد العائلة؟ استطلع رأي مناصريك واسألهم عمّا حفّزهم.

تسجيل الناخبين
VOTER REGISTRATION

يشكل تسجيل الناخبين فكرةً رائدةً جديدةً في مجال استخدام الهاتف الخليوي لا سيما في الولايات المتحدة الأميركية حيث تعتبر مشاركة الناخبين متدنيةً عبر التاريخ. بذلت جهود كثيرة في هذا المجال؛ ومع اقتراب الدورة الوطنية التالية من الانتخابات، يتمّ تنظيم الكثير من الحملات الجديدة.

في العام ٢٠٠٤، كانت منظمة "أوصل صوتك" (Rock the Vote) أول من استخدمت الهاتف الخليوي لإطلاق شبكة شبابية وطنية واسعة النطاق كجزء من حملتها.

وقد هدفت حملاتها الإعلامية ونشاطات فرقها الإعلانية في الشوارع إلى زيادة معدل المشاركة في الانتخابات لدى الفئات الشبابية. وقد عملت المجموعة على تنسيق حملاتٍ لتسجيل الناخبين وتنظيم مناسباتٍ للتشجيع على التصويت وبذل الجهود الخاصة بتثقيف الناخبين. بالإضافة إلى الرسائل القصيرة، لجأت منظمة "أوصل صوتك" إلى الرسائل الفورية للوصول إلى الشباب من خلال الحملة التطوعية "قل لصديقك" .

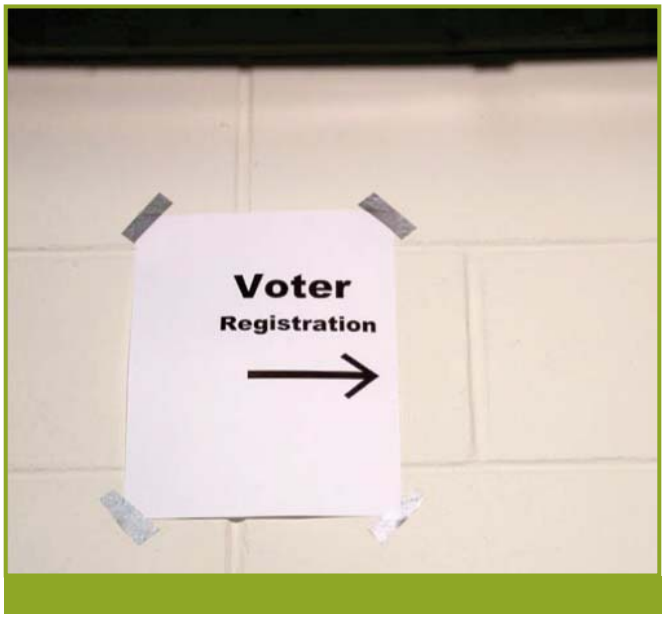
ROCKTHEVOTE.COM

تأسست منظمة "أوصل صوتك" Rock the vote بهدف إشراك الشباب في العملية السياسية وذلك من خلال دمج مجتمعهم القائم على الترفيه وثقافتهم الحيوية في نشاطاتها. أنظر الموقع الإلكتروني.
www.rockthevote.com

نجحت حملة "أوصل صوتك" عبر الهاتف الخليوي في إشراك حوالى ١٢٠،٠٠٠ شخص متخطيةً هدفها الأساسي المحدد بـ١٠٠،٠٠٠. هذه الحملة، وهي عبارة عن تعاون بين منظمة "أوصل صوتك" وشركة "موتورولا"، سعت إلى تثقيف الناخبين الشباب وتحفيزهم على المشاركة في انتخابات العام ٢٠٠٤ من خلال الجمع ما بين المبادرات الشعبية للانتخابات وتكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية وثقافة الشباب.

كان المشتركون في شبكة الخليوي يحصلون على إنذارات، واستطلاعات، وغيرها من المعلومات الخاصة بالحملة على هواتفهم الخليوية. وقد شملت البرامج التطبيقية الأخرى التي ابتكرت لدعم الحملة، موقعاً إلكترونياً يتم الوصول إليه عبر الهاتف الخليوي، برنامجاً خاصاً لتسجيل الناخبين، ولعبة ملاكمة بين بوش وكيري، وخارطةً بمراكز الاقتراع المتوفرة يوم الانتخابات.

وقد بدأ ما يقارب العشرة آلاف شخص عملية تسجيل الناخبين من خلال حملة "أوصل صوتك" عبر الهاتف الخليوي. وقد توفرت للمستخدمين محتويات رقمية مجانية بما فيها النغمات والصور الخلفية والصور المؤقتة على الشاشة لتحفيزهم على المشاركة في الحملة.



فقامت منظمة "أوصل صوتك" و"موتورولا" بإرسال أكثر من ٢٠٠،٠٠٠ اتصال، جميعها مسجّلة مسبقاً بأصوات المشاهير في الأول من تشرين الثاني / نوفمبر وذلك لتشجيع مستخدمي الهواتف الخليوية على الاقتراع في الثاني من تشرين الثاني / نوفمبر وتوجيههم إلى العثور على صندوق الاقتراع المناسب. وقد سجّلت الرسائل بأصوات الكثير من الموسيقيين المعروفين أمثال آمبر تامبلين وكريستينا أبلغايت وماغي غيلينهال وجايك غلينيهال وجوش هارتنت وديول هيل.

من جهتها، قامت شركة "سينكولار للاتصالات اللاسلكية" Cingular Wireless بإرسال ما يقارب الـ ٥٠،٠٠٠ رسالة "إيقاظ" بأصوات المشاهير تابعة لمنظمة "أوصل صوتك" لمشتركيها يوم الانتخابات.

في السياق نفسه، وردّاً على الفضول المتزايد في الإعلام حول جسّ النبض السياسي لهذا الإحصاء الديموغرافي المتناغم تكنولوجياً والمرتكز برمّته على الهواتف الخليوية، قامت منظمة "زوغبي" الدولية Zogby International بالتعاون مع منظمة "أوصل صوتك"

في حملتها عبر الهاتف الخليوي، بشق درب جديدة قبل أيام على الانتخابات تمثلت في إطلاق أول استطلاع من نوعه لمستخدمي الهواتف الخليوية عبر الرسائل القصيرة.

خلال الدورة الانتخابية نفسها، استخدمت منظمة "موبايل فوتر" Mobile Voter الكائنة في سان فرانسيسكو خدمة الرسائل القصيرة لتشجيع عملية تسجيل الأسماء بين الناخبين المحليين. وقد هدفت حملة سان فرانسيسكو إلى الوصول إلى الناخبين الشباب في المناسبات الموسيقية المحلية. في خطوةٍ رائدةٍ لإطلاق تقنية أصبحت اليوم عاديةً، كان الفنانون يطلقون إعلانات من المسرح مباشرةً بين المقطوعات أو العروض يحثّون فيها الحضور على إرسال رسائل قصيرة إلى رمز خليوي قصير. يرسل المشارك رسالته فيتلقى الرد مباشرةً على هاتفه فيطلب إليه إرسال عنوان بريده الإلكتروني. بعد ذلك يتلقى على هذا العنوان استمارة تسجيل الناخب على شكل صيغة الوثيقة المحمولة PDF التي يمكن أن تملأ وترسل من البيت.

MOBILEVOTER.ORG

- تأسست منظمة "موبايل فوتر" في العام ٢٠٠٤، وهي منظمة غير حزبية وغير ربحية تسعى إلى تسهيل عملية المشاركة المدنية عبر تكنولوجيا الهاتف الخليوي. أنظر الموقع. www.mobilevoter.org
- TXTVOTER'06 هو المشروع ذو الأولوية لدى "موبايل فوتر" وهو يهدف إلى حث الناخبين الشباب على تسجيل أسمائهم أينما كانوا في أرجاء البلاد قبل انتخابات العام ٢٠٠٦. أنظر الموقع. www.txtvoter.org

يقول بن ريغبي من منظمة "موبايل فوتر": "كانت تلك مرحلة التجربة، ولم تكن تتوفر لدينا إلا أدوات تعقب قليلة." وقد قدّروا أنه خلال تلك الحملات، أرسل ١٦٪ من الحضور رسائل إلى الرمز الخليوي القصير فيما تابع ٧٥٪ من هذه المجموعة مراحل الاشتراك وأرسلوا عنوان بريدهم الإلكتروني.

في حين لم تتمكن منظمة "موبايل فوتر" من الحصول على أي معلومات قياسية خاصة بتسجيل الناخبين الفعلي من قبل المشاركين، فقد قدّمت هذه التجربة المبكرة مخططاً ونقطةً مرجعيةً للتواصل مع الناس في المناسبات والحفلات، وهي استراتيجية أصبحت منذ ذلك الحين السمة المميزة لجهود التواصل الأخرى عبر الهواتف الخليوية يلجأ إليها بعض الموسيقيين كـ"يو تو" U2 مثلاً لجمع الأموال لحملات المعونات الدولية.

وقد نظمت "موبايل فوتر" حملات أخرى في العام ٢٠٠٥ استخدمت فيها اللوحات والنشرات الإعلانية في أنحاء سان فرانسيسكو للوصول إلى الناخبين المحتملين. في إطار تلك الحملات، تعاونت "موبايل فوتر" مع وكالات من المجتمع المحلي كلجنة تثقيف الناخبين الصينية الأميركية Chinese American Voter Education Committee. بالنسبة إلى ريغبي، جاءت معدلات الاستجابة لهذه الحملة عبر الإعلام المطبوع دون الواحد بالمئة وقد ساعدته على تطوير فهمه لكيفية استخدام مختلف وسائل الإعلام للوصول إلى الجمهور المستهدف وتحفيزه للمشاركة عبر الخليوي.

أوجه استخدام الهاتف الخليوي

- **الرسائل القصيرة:** إبعث رسائل إلى حدّ الـ ١٦٠ حرفاً أو رمزاً إلى الهواتف الخليوية الخاصة بالمناصرين.
- **النغمات:** قدّم نغمات ذات توجهات سياسية لك أو للمتصلين بك للاستماع إليها.
- **الرموز القصيرة:** استعمل رمزاً خليوياً قصيراً من ستة أرقام لحشد المناصرين في الحفلات الموسيقية والمناسبات.
- **جمع الأموال:** إجمع الأموال من المناصرين في الحفلات الموسيقية والمناسبات من خلال الرمز القصير وذلك عبر فرض ثمنٍ محدّد يحسم من فاتورة الهاتف مقابل تبرّعات فورية.
- **التحويل إلى صديق:** شجّع المناصرين على تحويل الرسائل القصيرة والنغمات والرموز القصيرة إلى العائلة والأصدقاء.

منذ ذلك الحين، أصبحت جهود "موبايل فوتر" ترتكز أكثر فأكثر على الحفلات الموسيقية وغيرها من المناسبات التي تستقطب نسبةً كبيرةً من الحضور لتأمين معدل استجابة كبير.

أما خدمة الـTXTVoter فمصمّمة لتستعملها منظمات المجتمع المحلي لتسجيل الناخبين الشباب خلال الحفلات الموسيقية. وقد وضعت هذه المنظمات هدفاً للعام ٢٠٠٦ يتمثل في تسجيل أسماء ٥٥،٠٠٠ شاب للتصويت وهي قد تلقّت منحةً من صندوق مقاعد الكنيسة الخيري Pew Charitable Trust.

أما أحد شركاء "موبايل فوتر" لهذه السنة فهي منظمة "فوتو لاتينو" Voto Latino التي ستستعمل برنامج TXTVoter لتسجيل الناخبين اللاتينيين الشباب مع بداية آب / أغسطس من العام ٢٠٠٦. تستند جهود "فوتو لاتينو" في استخدام أجهزة الخليوي إلى شبكة اجتماعية وطنية من المجتمع المحلي تسعى للوصول إلى حوالى ثلاثة ملايين من الشباب اللاتينيين في المهرجانات والحفلات الموسيقية والاستعراضات وغيرها من المناسبات. أما الوسيلة لتحقيق ذلك فهي في استخدام تقنيات الاتصال المبتكرة كالبطاقات البريدية والأدوات التطبيقية المتوفرة على الإنترنت ونظام الجوائز للمشاركين الشباب الذين يقومون بأكبر كمية من الاتصالات بين الأقران. كما أنّ الهدف العددي، بحسب المديرة التنفيذية لـ"فوتو لاتينو" ماريا تيريزا بيترسن، يتمثّل في تسجيل ٥٠،٠٠٠ ناخب جديد من اللاتينيين الشباب.

VOTOLATINO.ORG

- تأسست منظمة "فوتو لاتينو" في العام ٢٠٠٤ وهي تؤمن أن الشباب الأميركيين اللاتينيين يملكون السلطة والصوت والرغبة في المشاركة في السياسة الأميركية. تزوّد "فوتو لاتينو" الأعضاء المنتسبين بالأدوات اللازمة للمشاركة بسهولة وارتياح كما تؤمن لهم المساحة لفتح باب النقاش السياسي على مصراعيه. أنظر الموقع.
- www.votolatino.org

"لتحقيق هذا الهدف، حدّدنا النقطة المرجعية للمشاركة في الرسائل القصيرة في حثّ ١٠٠،٠٠٠ شاب على إعطاء أرقام هواتفهم الخليوية، بما أن ٥٠٪ من بينهم بحسب افتراضنا سيتابعون مراحل الاشتراك وصولاً إلى تسجيل أسمائهم." يستند "معدل متابعة المشاركة" المرتفع هذا على الأبحاث الحديثة التي أكدت على أن الشباب مطلعون على الأجهزة الخليوية وأدوات الإنترنت ومرتاحون في استعمالها وهم ميّالون إذًا إلى متابعة الإجراءات حتى النهاية.

ولعل أحد الأوجه المبتكرة لجهود "فوتو لاتينو" يتمثل في تنظيم حملةٍ لتسجيل الناخبين تتميّز بغياب الأوراق والمطبوعات وترتكز على الإنترنت للتواصل مع المشاركين، ما يسمح بحسن متابعة المشاركين، وإرسال المواصلات عبر البريد الإلكتروني ورفع التقارير.

تتميز الحملة إذاً بكونها شبكة اجتماعية سترتكز على تجارب يكون الشباب مطلعين عليها وذلك عبر استخدام مواقع على الإنترنت كشبكة مايسبايس MySpace مثلاً. ويتمكن المشاركون الشباب من تكوين لمحات عن حياتهم الخاصة في نظام الفوتو لاتينو كما يكون بإمكانهم الوصول إلى أدوات الاتصال بين الأقران والفوز بنقاط من جرّاء تسجيل الأصدقاء كما يمكنهم معرفة عدد الأشخاص الذين سجّلوهم.

معلومات في سطور

- حدّدت منظمة "موبايل فوتر" في سان فرانسيسكو النقاط المرجعية اللازمة لتجنيد المناصرين عبر الهاتف الخليوي عند حضورهم الحفلات الموسيقية والمناسبات.

إذا تولى المنظّمون القيام بإعلان جهوري ومتكرّر من على المسرح، يتوقعون:

- معدل مشاركة أولي بنسبة ١٠٪ من الحضور
- معدل متابعة عبر البريد أو البريد الإلكتروني بنسبة ٧٥٪
- معدل متابعة للأعمال المستقبلية بنسبة ٥٠٪

ستلجأ منظمات أخرى من المجتمع المحلي كالموسيقى لأميركا Music for America وصوت أوكلاند الانتخابي Oakland Vote إلى أدواتٍ شبيهة تحثّ الحضور في الحفلات على تسجيل أسمائهم ضمن جهودها الخاصة بتسجيل الناخبين.

يعبّر ريغبي عن تفاؤله بأن الحملات عبر الهاتف الخليوي، والتي تشكّل جزءاً من حملات تسجيل الناخبين، ستحمل الأثر المتنامي على المشاركة الانتخابية. أما بالنسبة إلى جهودها الريادية، فقد فازت منظمة "موبايل فوتر" بجائزة الابتكار اللاسلكي للعام ٢٠٠٦ عن جمعية المواصلات الخليوية والإنترنت Cellular Telecommunications and Internet Association (CTIA).

دعم المرشحين والأحزاب السياسية
CANDIDATE AND POLITICAL PARTY SUPPORT

يقدّم الهاتف الخليوي كذلك منافع ملموسة لحملات المناصرين الخاصة بالمرشحين والأحزاب السياسية فيكتشفون الأساليب لتجنيد المناصرين والناخبين. كما هي الحال مع وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، يسمح الهاتف الخليوي بإيصال الرسائل المحددة الأهداف إلى المناصرين الذين اشتركوا للحصول على البلاغات.

إضافةً إلى ذلك، فإن القدرة العالية على الانتشار التي تتميز بها تقنية تحويل الرسائل قد أدّت إلى حركة "تنظيم ذكية" حيث أن المناصرين السياسيين أبقوا بعضهم البعض على اطلاع حول التطوّرات فور حدوثها الفعلي في الوقت الحقيقي.

وكما رأينا في مرحلةٍ سابقة في الشق الخاص بالانتخابات في تايلندة والفيليبين، يمكن أن يشكل الهاتف الخليوي أداةً قويةً بين يدي سلطة منظّمة، مصمّمة على تجنيد المناصرين.

وقد شهدت الانتخابات الوطنية في إسبانيا في العام ٢٠٠٤ تنظيماً سياسياً شعبياً عبر الرسائل الخليوية القصيرة والبريد الإلكتروني أدّى إلى تظاهراتٍ لا تخلو من المواجهات ضد الحزب السياسي المسيطر في معظم المدن الإسبانية الرئيسة. فبعد ساعات على نشر الرسائل القصيرة، والرسائل الإلكترونية والاتصالات الهاتفية، تجمّعت حشود سياسية احتجاجيّة ضخمة في برشلونة ومدريد وغيرها من المدن الإسبانية الهامة.

أتت حركة التعبئة المفاجئة هذه عفويةً جداً وكانت واسعة الانتشار إلى حدّ أن العائلة المالكة الإسبانية اضطرّت للتدخل في محاولة منها لتهدئة الشوارع.

ومن مدة غير بعيدة تعود إلى حزيران / يونيو من العام ٢٠٠٦، لجأ مناصرو أحد الاستفتاءات في إسبانيا إلى الهاتف الخليوي كأداةٍ سريعةٍ لنشر التصويت بكلمة "نعم". وكان قد طلب إلى الكاتالونيين في إسبانيا وقتئذٍ التصويت بالاستفتاء على اقتراح يقضي بمنح المزيد من الاستقلال الذاتي لمنطقة كاتالونيا.

استخدم مناصرو الاستفتاء الهاتف الخليوي في حشد الجموع. وخلال الاجتماعات الأربعة الحاشدة التي عقدت قبل الاستفتاء، أنشئت حجيرة خاصة بخدمة البلوتوث Bluetooth تمكن فيها المناصرون من تحميل أفلام الفيديو القصيرة والنغمات والصور إلى هواتفهم الخليوية ليحوّلوها إلى أصدقائهم وأفراد عائلتهم لدعم إقرار الاقتراح.

ويشكل هذان المثالان فكرةً لما يمكن فعله باستخدام الهاتف الخليوي في ثقافةٍ سياسيةٍ ناشطةٍ تتميز أصلاً بمعدّل استعمالٍ عالٍ للهاتف الخليوي وانتشارٍ كبيرٍ للرسائل القصيرة. ويؤدي الشباب دوراً فاعلاً في قيادة هذا التطوّر الثقافي من خلال التنظيم العفوي المباشر لاجتماعات شبابية عبر البريد الإلكتروني وخدمة الرسائل الخليوية القصيرة.

والقضية مسألة وقت، حتى تصل الحملات عبر الهاتف الخليوي إلى ديمقراطيات رئيسة أخرى، كما تنبّأ جو تريبي الأميركي، منظّم الحملة السياسية الرائدة عبر الإنترنت لهوارد دين عندما ترشّح للرئاسة عام ٢٠٠٤، بأن العام ٢٠٠٨ سيشهد انتشاراً واسعاً لتلك الحملات في السياسة الأميركية. "أعتقد أن الرسائل الخليوية القصيرة ستكون أكثر أهميةً من أي وقتٍ مضى. أنظر إلى النجاح الذي حققته الحملة المؤيدة للهجرة. لربما سترانا نتحدث عن حملة الرسائل القصيرة الكبرى في العام ٢٠٠٨ وليس حملة المدوّنات الكبرى."[٢]

أما المنافع الحزبية السياسية الواضحة فتتمثل في جمع الأموال، حيث تأمل الأحزاب السياسية الأميركية الرئيسة في جذب تبرّعات بقيمة عشرة دولارات وعشرين دولاراً عبر خدمة الرسائل القصيرة، ما يؤدي إلى إنشاء قناة جديدة للدعم الخاص للمرشحين للمناصب العامة. سنبحث في الوضع الحالي لجمع الأموال عبر الهاتف الخليوي في دليل آخر للاستراتيجيات الخاصة بـ"موبايل أكتيف" يبحث في الحملات السابقة والحالية وينظر إلى تكاليف حملات جمع الأموال عبر الرسائل القصيرة وفعاليتها.

٢. http://www.msnbc.msn.com/id/12876663/site/newsweek/

العبر المستخلصة
LESSONS LEARNED

يشكّل الهاتف الخليوي أداةً قويةً تضمن المشاركة الديمقراطية وتساهم في نمو المجتمع المدني. وكما أتينا على ذكره أعلاه، يمثّل الهاتف الخليوي وسيلة اتصال سهلة ومباشرة بالاستراتيجيات والحركات السياسية السائدة ويكشف عن تقنيات جديدة للتعبئة والتثقيف والالتزام. تعكس معظم العبر المستخلصة في هذا الميدان تلك المرتبطة بحالاتٍ تطبيقيةٍ أخرى للهاتف الخليوي:

١ حدّد أهدافك

ضع خطةً واضحةً للدور الذي سيؤدّيه الهاتف الخليوي في حملتك وكيف سيساعدك في تحقيق أهدافك المنظِّمة. حدّد غاياتٍ معينةً تحاول تحقيقها (الوصول إلى العدد "س" من الناس، الحصول على العدد "س" من الإجابات، إلخ.)

٢ إفهم المستهدف

أنتج لمحةً عن الجمهور المستهدف بحيث يمكنك أن تكوّن رسائلك بما يناسبه. عليك أن تفهم كيف يستخدم الناس هواتفهم الخليوية حالياً لتتمكن من بناء التوقعات الصحيحة حول استخدام الخليوي في حملتك. هل الجمهور الذي تستهدفه مستعد لحملة عبر الهاتف الخليوي؟ إن لم تكن واثقاً قم باستطلاع للرأي لمعرفة المزيد حول الموضوع.

٣ أعدّ موازنةً لحملتك

إعرف تكاليف مشروعك من حيث التكنولوجيا والناس والتسويق. إعرف ما هي العوامل التي تؤثّر على تكاليف التكنولوجيا في حال النجاح غير المتوقع أو الاعتماد الواسع النطاق للحملة.

٤ إحصل على الإذن

استعمل سياسات صارمة للمشاركة الأولية عند وضع لائحة المناصرين الذين ستتصل بهم. بسبب الطبيعة الشخصية للهواتف الخليوية، تأتي ردة الفعل تجاه البريد غير المرغوب فيه أو السخام سلبيةً أكثر مما تكون عليه على البريد الإلكتروني وتعمل عادةً شركات الخليوي على إيقافها. إضافةً إلى ذلك، أعط مناصريك الفرصة الكاملة للعدول عن المشاركة أو التوقف عن تلقي الرسائل في أي وقتٍ يريدون.

٥ فلتكن دعوتك إلى العمل واضحةً

عند استخدامك خدمة الرسائل القصيرة، فلتكن دعوتك إلى العمل محددةً للغاية ومباشرةً بحيث يكون نداؤك مغرياً كفايةً لحثّ الناس على العمل فوراً.

٦ كن خلاّقاً

الهاتف الخليوي وسيلة جديدة متعطشة للابتكار. لتتمكن من حثّ مناصريك على المشاركة، لا تتردد في اختبار تجارب جديدة لتفهم ما الذي ينجح أكثر من سواه.

٧ فكّر في الوصول إلى الكثيرين

استفد من المناسبات الحاشدة التي تستخدم فيها الهواتف الخليوية بكثافة، كالتجمّعات السياسية والحفلات الموسيقية. درّب المتحدثين باسمك ليكونوا فعالين في إيصال الدعوة إلى العمل من على المسرح.

٨ أخبر صديقك

كما تدلّ عليه أمثلتنا الكثيرة، يؤدي التسويق السريع الانتشار دوراً كبيراً في الاتصالات عبر الهاتف الخليوي. شجّع مناصريك على إعادة إرسال الرسائل القصيرة إلى الأصدقاء والعائلة لتفعيل "تأثير الشبكة".

٩ إدمج بين وسائل الاتصال

إن التواصل عبر الهاتف الخليوي يجب أن يكمّل أشكالاً أخرى من التواصل مع الناخبين بما فيها الوسائل المطبوعة وتلك المرتبطة بالإنترنت.