



# منظمة "موبايل أكتيف"



استخدام الهاتف الخليوي لإشراك المجتمع المدني.

**MobileActive.org**  
Cell phones for civic engagement.

STRATEGY GUIDE #2  
USING MOBILE PHONES IN  
ADVOCACY CAMPAIGNS

by Michael Stein  
Edited by Katrin Verclas

دليل الاستراتيجيات الثاني  
استخدام الهاتف الخليوي في  
إطار حملات المدافعة

إعداد: مايكل ستاين  
تدقيق: كاترين فركلاس



## MobileActive

## منظمة "موبايل أكتيف"

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

### لمحة عن سلسلة أدلة الاستراتيجيات الصادرة عن منظمة "موبايل أكتيف"

تشكّل منظمة "موبايل أكتيف" من مجموعة عالمية من الخبراء الاستراتيجيين، والناشطين، والتقنيين الذين يستخدمون الهاتف الخليوي في مضمار عملهم لإحداث تغيير اجتماعي. فتدرس هذه السلسلة من أدلة الاستراتيجيات قدرة المنظمات غير الربحية على استخدام الهاتف الخليوي بشكل فعال لإعداد لوائح الناخبين، والتأثير على القضايا السياسية، وجمع الأموال. وبالتالي، نبتغي أن نجتمع في هذه الأدلة بين الاستراتيجيات، والحالات المدروسة، والعبر المستخلصة، من باب تشجيع المنظمات غير الربحية على القبول باستخدام الهاتف الخليوي.

### نبذة عن المؤلف

مايكل ستاين هو مؤلف وخبير استراتيجي في شؤون الإنترنت، يقيم في "بركلي"، كاليفورنيا، ويعمل على تمكين المنظمات غير الربحية من استخدام الإنترنت وسيلة للاتصال، وجمع الأموال، والمدافعة. وقد ألّف ثلاثة كتب وعدداً من المقالات المتعلقة بالإنترنت. زره على الموقع الإلكتروني: <http://www.michaelstein.net>

### نبذة عن المدققة

تشغل كاترين فيركلاس، وهي من مؤسسي "موبايل أكتيف"، منصب المدير التنفيذي في الشبكة غير الربحية للتكنولوجيا؛ وتضم هذه الشبكة مجموعة خبيرة من العاملين ومقدمي الخدمات الذين يساعدون المنظمات غير الربحية في مجال التكنولوجيا.

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

تحتوي سلسلة أدلة الاستراتيجيات، الصادرة عن "موبايل أكتيف"، بدعم من مؤسسه "سوردنا" Surdna Foundation، مقدّم على شكل منحة.



### Mobile Active

Post Office Box 3195  
Amherst Massachusetts  
01003-3195  
United States  
[www.mobileactive.org](http://www.mobileactive.org)

ترجم هذا الدليل ونُشر بإذن من المؤلف والناشر.

© جميع حقوق النسخة الإنكليزية محفوظة لمنظمة MobileActive.org.

ترجمة ناتالي سليمان.

© 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 فجائز، شرط ذكر المعهد مصدراً للمادة المنشورة.



Attribution-NonCommercial-NoDerivs 2.5  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/>

الرجاء إرسال أي تعليق أو سؤال حول ترجمة هذا الكتاب إلى الموقع الإلكتروني: [arabictranslation@ndi.org](mailto:arabictranslation@ndi.org)



## Contents

## المحتويات:

|    |  |   |
|----|--|---|
| ٣  | إستخدام الهاتف الخليويّ في حملات المدافعة  | ■ |
| ٥  | دراسة حالات عن حملات المدافعة عبر الخليويّ | ■ |
| ١٤ | العِبَر المستخلَصَة                        | ■ |



## هل يوافقك استخدام الهاتف الخليوي؟



← اقرأ الحالات التي درستها منظمات أخرى، وشارك في حملات مباشرة تستخدم الهاتف الخليوي للأطلاع على طريقة تطبيقها، واتصل بشركات الخليوي للاستفسار عن الأدوات والأسعار، وأخيراً ناقش هذه الاستراتيجيات مع منظمي حملات آخرين يستخدمون الهاتف الخليوي، ويعملون لدى منظمة "موبايل أكتيف".

الهيئة التشريعية وإلى أبرز اللاعبين، المشاركين في مختلف جلسات الاستماع المعقودة لمناقشة مشاريع القوانين. ويستخدمون أيضاً خدمة الرسائل القصيرة لتنظيم لقاءات وتظاهرات عفوية. فبعد مضي ١٥ شهراً على تنظيم الحملات، نجح السكان المحليون في نيل مآربهم من حملة "صفر نفايات" في أواخر العام ٢٠٠٥، مبشرين بمستقبل يقل فيه استعمال مطامر النفايات، ويتجه أكثر فأكثر نحو إعادة تدويرها، وتتوارى فيه محارق النفايات في إحدى أكبر مدن العالم. وقد أثبتت منظمة "غرينبيس" في الأرجنتين أن الهاتف الخليوي سيستخدم كأداة حيوية للتعبيث في المستقبل، حيث تشكل

## إستخدام الهاتف الخليوي في حملات المدافعة

### MOBILE PHONES IN ADVOCACY CAMPAIGNS

كان صيف العام ٢٠٠٥ صيفاً محموماً بالنسبة إلى منظمة "غرينبيس" Greenpeace في الأرجنتين. فقد جال في أنحاء مدينة بوينس آيرس، المأهولة بثلاثة ملايين نسمة، منظمو الحملات من أجل نيل الدعم لحملتهم التي ترفع شعار "صفر نفايات". ولما كان القانون يرمي إلى تقليص حجم النفايات في المدن بشكل دراماتيكي على مدار الخمس والعشرين سنة القادمة، صبّ هؤلاء جهودهم على المجلس البلدي في بوينس آيرس الذي كان محوياً، بموجب السلطات التشريعية التي يتمتع بها، أن يرسم السياسات المتعلقة بإدارة النفايات. وكانت منظمة "غرينبيس" تستمد قوتها العظمى للحملات من المواطنين المحليين المعنيين بهذا الشأن، ولكنها أضافت اليوم سلاحاً جديداً إلى ترسانة أسلحة التعبيث التي تملكها، وهو الهاتف الخليوي. فقد سخر أكثر من ٤٥٠٠ ناشط يستخدم الخليوي كأداة اتصال في الحملات في بوينس آيرس أجهزتهم الخليوية، لتلقي رسائل تنبيهية عبر الخليوي من "غرينبيس" في مراحل حرجة من حملة "صفر نفايات"، حيث تطلب منهم المنظمة أن يتصلوا بالمشرعين المحليين وبالسياسيين المنتخبين ليقوموا بالمدافعة باسم الحملة الرامية إلى تقليص النفايات.

يرسل الناشطون الذين يستخدمون الخليوي رسائل قصيرة إلى أعضاء

### ما فائدة الهاتف الخليوي في حملات المدافعة؟

- إيفاءً بأغراض حملات المدافعة والتوعية المنظمة على نطاق واسع، في كثير من البلدان (وبالأخص في بلدان العالم النامي)، حيث ينتشر استخدام الهاتف الخليوي ويشيع استخدامه أكثر من الإنترنت، يُعتبر الهاتف الخليوي وسيلة ناجعة للاتصال بشريحة واسعة من المواطنين الناخبين.
- يبدي الشباب الذين تستهويهم حملات المدافعة ارتياحاً بالغاً حيال استخدام الهاتف الخليوي وخدمة الرسائل القصيرة، بوجه خاص.

- يشغل عامل السرعة حيزاً هاماً في حملات المدافعة، لجهة أن الهاتف الخليوي يتيح نشر الرسائل بسرعة بين شبكة من المناصرين الذين يتلقون أيضاً دعوات خاصة إلى التحرك. وانطلاقاً من ذلك، يتمكن الناشطون الذين يستخدمون الهاتف الخليوي من توقيع العرائض، والمشاركة في نشاطات أخرى، مخفضين بذلك فترة الاستجابة إلى الطلب إلى بضع ساعات، في حين أن الرد على البريد الإلكتروني يمكن أن يستغرق عدة أيام.



تطالب بمنع صيد الفقمات في المملكة المتحدة، أو بالجهود التي تبذلها منظمة "غرينبيس" في بوينس آيرس لإقرار تغييراتٍ على مستوى إدارة النفايات الصلبة في تلك المدينة، أو بالجهود التي يبذلها الناشطون لنشر معلومات مؤيدة للديمقراطية في مناطق ريفيّة من زيمبابوي، أو بتنسيق تظاهرات احتجاج في شوارع مدينة نيويورك، بالتزامن مع انعقاد المؤتمر الوطني للحزب الجمهوري في العام ٢٠٠٤، فسواء كان الأمر يتعلق بأيّ مظهر من هذه المظاهر، فقد جعل الهاتف الخليوي، بطريقةٍ أو بأخرى، جزءاً لا يتجزأ من الحملة.

## حملات المدافعة

← تشكل حملات المدافعة التي تقودها منظمات غير حكوميّة أحد الميادين التي أحدث فيها الهاتف الخليوي وقعاً كبيراً. ونعرّف حملات المدافعة بأنها "جهد منظم يُبذل للتأثير على الرأي العام؛ وللمدافعة عن أو ضدّ سياسة أو موقف تتخذهما الحكومة أو الأوساط الصناعيّة؛ ويُبدّل أيضاً من أجل استنفار أصحاب المصالح لاتخاذ نوع من التدابير الخاصة التي تساهم في تحقيق النتائج المرجوة من الحملة، ونذكر منها توقيع العرائض، أو إجراء الاتصالات الهاتفية، أو إرسال الرسائل، أو حضور المناسبات".

لقد خلصنا إلى استنتاج الكثير عن خصائص حملات المدافعة الناجحة التي تدرج استخدام الهاتف الخليوي. فنتقاسم هذه الاستنتاجات مع قراء دليل الاستراتيجيات هذا الصادر عن منظمة "موبايل أكتيف"، وهو واحدٌ من سلسلة أدلة تتحدّث خصيصاً عن موضوع استخدام الهاتف الخليوي في حملات المجتمع المدني.

١ فازت الحملة بالجائزة المنشودة التي يقدمها منتدى 160Character لاستخدام تكنولوجيا الهاتف الخليوي بشكل مبتكر في مضمار الصناعة وفي المجتمع المدني.

160characters.org/news.php?action=view&nid=2035

توجّه "دعوة إلى التحرك"، بصيغةٍ ملخّصة، من خلال شاشة الهاتف الصغيرة، على أن يعقبها دعوة إلى متابعة الاتصالات إن عبر شبكة الإنترنت أو البريد الإلكتروني.

• تتيح متابعة الاتصالات عبر الهاتف الخليوي للمنظمة التي تقود حملة مدافعة، بأن تستدرج المشاركين كمناصرين دائمين.

الحملة الناشطة التي تستخدم الخليوي أبرز أداة لتحقيق الهدف.<sup>١</sup> يشكّل الهاتف الخليوي، في كثير من بلدان العالم، وفي البلدان النامية تحديداً، الوسيلة الأسهل والأدنى كلفةً للحصول على خطّ هاتفي، وكذلك وسيلة اتصال أوسع انتشاراً من الإنترنت؛ لا بل يكاد يكون موجوداً في كلّ مكان، استناداً إلى تقديرت تفيد باستخدام حوالي ٣ ملياراتٍ ونصف المليار هاتف خليوي في أنحاء العالم عند صياغة هذا الدليل. فالمنحنى المنخفض نسبياً، الخاص بإتقان استخدام الهاتف الخليوي، إنّما يدلّ على أن مجموعة أكبر من الناخبين تستخدمه أكثر بكثير من جهاز الكمبيوتر. وبما أن الهاتف الخليوي يشكّل وسيلة اتصال، ذات طابع شخصي كبير، فهو يصل إلى الناخبين المستهدفين بصورة مباشرة وفورية، ويحثهم بالتالي على المشاركة والاستجابة للدعوات بشكلٍ عاجل – وهما سِمَتان تميّزان حملات المدافعة. بالإضافة إلى ذلك، يُعدّ الهاتف الخليوي من الأدوات الصغيرة الحجم والنقالة بامتياز، ممّا يسهّل الاتصال بصاحبه أثناء التنقل، وحينما يكون في أماكن أقلّ أماناً. وختاماً، يشكّل الهاتف الخليوي أداة اتصال مرنة وسريعة التطور، تتميز بتنوع محتوياتها، وبأوجه شبه لها مع أدوات إعلامية أخرى، كالبريد الإلكتروني، والموقع الإلكتروني، وجهاز الفيديو، والصوت، والرسالة الفورية، عدا عن أنها توفر مجموعة واسعة من الخيارات المرتبطة بإيصال رسائل حملة المدافعة إلى المشاركين المعنيين.

لقد راقبنا طريقة استخدام الهاتف الخليوي في مجموعة متنوّعة من حملات المدافعة التي نُظمت في أقطار العالم كافة، فدهشنا لِمَا أبدته المنظمات غير الحكوميّة من إبداعيةٍ حينما أدرجت استعمال الرسائل القصيرة والنغمات الهاتفية ضمن جهود التنظيم التي بذلتها. فسواء كان الأمر يتعلق بحملةٍ لجمع التوقيعات على عريضةٍ

• يمكن استخدام الهاتف الخليوي بطرقٍ تهدف بشدّة إلى استقطاب المناصرين، عن طريق شغل أماكن خاصة لإحياء الحفلات الغنائية، والمهرجانات، والمناسبات، مثلاً، والاستعانة بإعلانات، ومنشورات دعائية، وبيانات يدويّة توزع من على خشبة المسارح.

• تتيح خدمة الرسائل القصيرة، المرسلّة عبر الهاتف الخليوي، للمنظمة بأن



## بعض الأفكار القابل تطبيقها في الحملات عبر الخليوي

← **خدمة الرسائل القصيرة:** أرسل إلى المنصرين، عبر هاتفهم الخليوي، رسائل قصيرة لا تتجاوز ١٦٠ حرفاً مطبوعاً.

← **النفقات:** إسمح لنفسك وللمتصلين بك الاستماع إلى نغمات صوتية ترمز إلى مواضيع سياسية.

← **الرموز القصيرة:** إعمد "رمزاً خليويّاً قصيراً" يتألف من ستة أرقام لاستقطاب منصرين أثناء الحفلات والمناسبات.

← **جمع الأموال:** إجمع الأموال من المنصرين أثناء الحفلات والمناسبات، باستعمال الرمز القصير الخاص بك، عبر فرض ثمن محدد يحسم من فاتورة الهاتف مقابل تبرعات فورية.

← **التحويل إلى صديق:** شجّع المنصرين على تحويل الرسائل القصيرة، والنغمات الصوتية، والرموز القصيرة إلى العائلة والأصدقاء.



استنهاض أكبر عدد ممكن من الأشخاص، في غضون شهر واحد، لتوقيع عريضة تطلب من الحكومة الكندية أن توقف ممارسة صيد الفقما. فتضمنت رسالة الحملة رمزاً خليويّاً قصيراً، مؤلفاً من خمسة أرقام، يتيح للأفراد بقبول المشاركة في التوقيع على العريضة. وشارك أكثر من خمسين ألف شخص في حملة جمع التواقيع المؤيدة للعريضة عبر الهاتف الخليوي. وهكذا، بعد أن أرسل أحدهم نص رسالة إلى الرمز الخليوي القصير، إستجاب ٩٣٪ من الأشخاص لطلب الحصول على أسمائهم بهدف متابعة الاتصال بهم، فيما أفصح ٦٨٪ منهم عن عناوينهم الإلكترونية، وزار ١٣٪ منهم موقع الحملة الإلكتروني، مقدمين لمثل هذه الحملات نقاطاً مرجعية أولية مفيدة.

وفي المملكة المتحدة أيضاً، قادت منظمة "أو كسفام" Oxfam جهوداً في حزيران/يونيو العام ٢٠٠٥، في سبيل تنظيم تجمعات أثناء انعقاد

## دراسة حالات عن حملات المدافعة عبر الخليوي

### MOBILE ADVOCACY CASE STUDIES

تشكل حملات المدافعة التي تقودها منظمات غير حكومية حدثاً اجتماعياً وثقافياً فريداً من نوعه من إعداد المجتمع المدني. فهي تعكس الجهود التي تبذلها فئة معينة من الأفراد والمؤسسات، إما لاتخاذ موقفٍ مناهض أو مؤيدٍ لبعض السياسات التي تنتهجها الحكومات، أو الهيئات التشريعية، أو الشركات. فقد سعت حملات المدافعة، في أيامنا هذه، إلى تسخير قنوات الاتصال كلها، خدمة لمصالحها، بما في ذلك الصحف، والمحطات التلفزيونية والإذاعية، والدعايات، وإعلانات الخدمة العامة، والبريد المباشر، والإنترنت، للاتصال بالمنصرين وبغيرهم من الأشخاص المعنيين. فضلاً عن ذلك، تتطلع مجموعة كبيرة من حملات المدافعة إلى استخدام المناسبات الخاصة الحاشدة، وسيلة اتصالٍ بمنصرين جدد. فالهاتف الخليوي هو أداة جديدة يستخدمها منظمو حملات المدافعة، وهم يسعون جاهدين للاتصال بمنصرين جدد وقدامى، وتوفير معادل جديدة لإشراكهم في العمل، وتقليص وقت الاستجابة للدعوات، واستنباط أفكار مبتكرة لطرق تنظيم حملات المدافعة.

وفي المملكة المتحدة، تم استخدام الهاتف الخليوي بشكلٍ استراتيجي في أهم الحملات الوطنية المنظمة للاحتجاج على صيد الفقما ومراقبة الأسلحة النووية. فقد أطلق الصندوق الدولي للرفق بالحيوان (IFAW) حملة في ربيع العام ٢٠٠٦ في كل أرجاء المملكة المتحدة، ترمي إلى تقليص الرأي العام ضد صيد الفقما الذي تمارسه كندا. فاستعانت الحملة بمجموعة متنوعة من قنوات الاتصال، بما فيها نشر الإعلانات التقليدي في المجالات، والصحف، ومحطات القطار لنقل الركاب في لندن، وكذلك عبر الإنترنت بزيارة الموقع الإلكتروني (<http://www.stopthesealhunt.com>)، وبواسطة الهاتف الخليوي. وتركزت استراتيجية الحملة على



## معلومات في سطور



← أثناء الحملة التي نظّمها الصندوق الدولي للرفق بالحيوان في ربيع العام ٢٠٠٦، لجمع التواقيع على عريضة تطالب بمنع صيد الفقمات في كندا، وقّع العريضة أكثر من خمسين ألف شخص عبر الهاتف الخليوي. وبعد أن أرسل أحدهم نصّ رسالة إلى الرمز الخليوي القصير، إستجاب ٩٣٪ من الأشخاص لطلب الحصول على أسمائهم بهدف متابعة الاتصال بهم، فيما أفصح ٦٨٪ منهم عن عناوينهم الإلكترونيّة، وزار ١٣٪ منهم موقع الحملة الإلكترونيّ.

بريسيبي قائلةً: "كنت أتوقّع أن يستجيب لدعوتنا نصف هذا العدد من الأشخاص، لأنّ استجابة الأشخاص يمكن أن تأتي بمنتهى العفويّة. ولكننا في هذه الحملة، وجّهنا دعوةً شخصيّة للغاية لتقديم مساعدة، لا تكبّد مالاّ أو تستدعي إجراء اتصال هاتفيّ." نبّهت بريسيبي أيضاً، وهي تستعرض بإيجاز العبر التي استخلصتها على مرّ السنوات القليلة المنصرمة، إلى:

- إرسال رسالة قصيرة لمتابعة الاتصال بالمناصرين في ختام كلّ حملة من حملات التعبئة، من قبيل دعوتهم إلى تلقي الرسائل عبر بريدهم الإلكترونيّ في المستقبل، والأطّلاع عبر الخليوي على آخر الأخبار عن نشاطات حملة أو كسفام.
- تذكير الأشخاص بإحالة رسالتك القصيرة إلى بعض الأصدقاء.
- ضرورة أن يكون نصّ الرسالة مقتضياً للغاية، وأن يكون قادراً على لفت انتباه المتلقّي، وإعلامه بالحدث، ودفعه إلى التحرك في آنٍ واحد.
- عدم إرسال الرسائل القصيرة إلاّ إذا كنت بحاجة إلى الإبلاغ عن موضوع معيّن، يستدعي التحرك.

قمة الدول الثماني الكبرى في مدينة إيدنبرغ، اسكتلندا، فكثفت استخدام الرسائل القصيرة المنقولة عبر الهاتف الخليوي لإبقاء منظّمي الحملة على اطّلاع على آخر الأخبار الواردة من التجمعات. وأثناء انعقاد هذه القمّة، زنر أكثر من مئة ألف مناصر إيدنبرغ بشريطٍ بشريّ أبيض اللباس، للمطالبة بتطبيق مبدأ العدالة في التبادل التجاريّ، وإلغاء الديون، وتقديم المزيد من العون إلى بلدان العالم الأشدّ فقراً. ثمّ بدأ هؤلاء بتنفيذ جملة نشاطات في أسبوع، تأييداً للحملة التي تحمل شعار "لنجعل الفقر جزءاً من الماضي" (Make Poverty History) والموجّهة إلى قادة العالم المجتمعين في قمّة الثمانية.

إستخدمت منظمة "أوكسفام" خدمة الرسائل القصيرة لإطلاع المناصرين على أخبار القمّة، محدّدةً زمان التجمّع ومكانه. وقد ذكرت كارينا بريسيبي، العاملة لدى "أوكسفام" كمنظّمة حملات الإعلام التفاعلي، أن: "نقل الرسائل التنبهية خوّلت "أوكسفام" إطلاع المناصرين باستمرار على آخر المستجدات في حينه، ووفّرت وسيلةً أخرى من وسائل تنظيم الحشود نظراً إلى العدد الهائل الذي كان متوقّعا أن يشارك في النشاطات على امتداد الأسبوع. فضلاً عن ذلك، أتاح لنا حدث انعقاد قمة مجموعة الثماني في العام ٢٠٠٥ أن ننشئ قاعدة بيانات حول المناصرين المهتمّين بنقل الرسائل القصيرة. واليوم، أبدى ٢ في المئة من أعضائنا في المملكة المتحدة قبولهم بالاشتراك في خدمة تلقّي الرسائل التي نبعث بها. صحيح أنّ عددهم ليس كبيراً، إنّما يشكّل انطلاقةً جيّدة، وتزداد خبرتنا كلّما نظّمنا حملات."

اكتسبنا معلومات إضافية بفضل حملة أخرى نظّمناها عبر الرسائل الخليويّة القصيرة "أوكسفام" بريطانيا في نيسان/أبريل ٢٠٠٦. فقد اتصلت المنظمة بألفي مناصر عبر خدمة الرسائل القصيرة، لاستقطاب متطوّعين يساعدونها في صياغة مضمون الأحداث المحليّة لعرضها على موقعها الإلكترونيّ. فاستجاب لطلبها ١٠٪ من الأشخاص، مزوّدين المنظمة بعناوينهم الإلكترونيّة لمتابعة الاتصال بهم. وبهذا الخصوص، علّقت كارينا



- التفكير ملياً بالطرق التي ستعتمدها للإعلان عن حملتك عبر الرسائل الخليويّة القصيرة، لأنّ الأشخاص يشاركون بشكل عفويّ جداً. فعلى سبيل المثال، يصل الإعلان إلى الناس عندما يَرَجِّح أن يكون هاتفهم الخليوي سهل المنال وحيث يسمح لك الإرسال بنقل رسالة قصيرة.

"تتيح الرسائل التنبيهية القصيرة لمنظمة "أوكسفام" أن تُعلم المناصرين بأخر المستجدات في حينه. فقد اعتمدنا هذه الوسيلة أثناء إحياء المناسبات والتجمعات، من أجل توجيه الأشخاص والحشود إلى مواقع محدّدة. ولاحظنا أيضاً أنّ مناصرينا كانوا، بدورهم، يحيلون رسائلنا التنبيهية إلى أصدقائهم. أمّا أصعب ما تواجهه في نطاق نقل الرسائل القصيرة عبر الخليويّ فهو تحرير نص الرسالة، نظراً لكونه شديد الاختصار. فهذا النص يجب أن يكون قادراً على لفت انتباه المتلقّي، وإعلامه بالحدث، ودفعه للتحرك في آن واحد. لهذا السبب، لا نرسل الرسائل القصيرة إلاّ إذا كان يلزمنا أن ننقل موضوعاً محدّداً يستدعي التحرك."

— كارينا بريسبي

منظمة حملات الإعلام التفاعلي لدى "أوكسفام"  
البريطانية

## "أوكسفام" OXFAM

← تعمل منظمة "أوكسفام" في مجالات التنمية، والمدافعة، والإغاثة، من أجل القضاء على الفقر في أنحاء العالم كافة. وتؤمن "أوكسفام" بأنّ الفقر ليس أمراً محتوماً، بل إنّه دائماً قابلاً للعلاج وينبغي وضع حدّ له.

← [www.oxfam.org.uk](http://www.oxfam.org.uk)



## التكاليف الناشئة عن حملة المدافعة عبر الهاتف الخليوي

يمكن أن تختلف تكاليف حملات المدافعة التي تُنشر وتُنظَّم عبر الخليوي اختلافاً كبيراً من بلدٍ إلى آخر، تبعاً لعدّة عوامل، نذكر منها الرسوم التي يفرضها مشغلو نظام الخليوي، والخدمات التي تقدّمها الشركات المتخصصة لإطلاق الحملات ودعم المنظمة في إطار الجهود التي تبذلها.

نستعرض في ما يلي أنواع التكاليف المتوقع أن تتكبدها المنظمة:

على إتمام عملية الشراء. فهذا التطور سيفسح المجال واسعاً أمام جمع الأموال من خلال الهاتف الخليوي، حالما ينتشر استخدام هذا النظام، ويمتد جامعياً الأموال أملاً كبيراً بالاتصال بالأشخاص "في الوقت المناسب"، حين يبذلون استعداداً لتقديم تبرعاتهم (حين يسمعون إعلاناً في محطة إذاعية، أو يشاهدون إعلاناً مطبوعاً متحركاً، أو ما شابههما) ولا يكون جهاز الكمبيوتر في متناول يدهم.

← **تكريس الموظفين وقتاً للتدريب ووضع المحتوى وإدارة الحملة:** لا تستهين بالوقت الطويل الذي ينبغي أن يكرسه الموظفون لنشر حملة المدافعة عبر الهاتف الخليوي بشكل فعلي. أمّا أهمّ دورين يضطلع بهما الموظفون فيتمثلان بإدارة الحملة التي تستدعي منهم أن يتفاعلوا مع شركة الخليوي وأن يصيغوا فحوى الرسالة، وكذلك بتنفيذ مختلف المهام المتعلقة بإدارة شؤون التكنولوجيا، كتنظيم اللوائح، وإدراج المعلومات في قاعدة البيانات داخل المنظمة، ومراجعة المعايير القياسية الخاصة بالخليوي مع شركة الخليوي.

← **إنشاء برنامج تقليدي للهاتف الخليوي:** يوفر آخر الصرعات في مجال برمجة الكمبيوتر خيارات جديدة أمام المنظمات غير الحكومية، وبالأخص أمام المنظمات الشعبية الأصغر حجماً.

ومثالاً على هذه البرامج، نذكر نظام "فرونتلين إس. إم. إس" [www.frontlinesms.kiwanja.net](http://www.frontlinesms.kiwanja.net)، وهو مجموعة برامجيات أعدتها منظمة غير حكومية "كيوانجا" [www.kiwanja.net](http://www.kiwanja.net)، تعمل في مجال التكنولوجيا، وتتخذ مقرّاً لها في المملكة المتحدة. وتشكّل مجموعة البرامج هذه حلاً مقبولاً قائماً بذاته، وخارجاً عن المألوف تفيد منه الهيئات، والمنظمات غير الحكومية، والمؤسسات الخيرية.

فبعد أن صُممت هذه البرامج الإلكترونية أصلاً للمنظمات غير الحكومية في أفريقيا، وأطلقت أولاً في أيلول/سبتمبر، العام ٢٠٠٥، عمد اليوم عدد من المنظمات غير الحكومية، المحلية والدولية، إلى وضعها موضع اختبار في حقل التجارب. فنظام "فرونتلين إس. إم. إس"، شأنه شأن تطبيقات البرامجيات الخاصة بالخليوي "المفتوحة المصدر"، يوفر إمكانية تخفيض التكاليف الناشئة عن التراخيص والمعاملات الجارية مع شركات الخليوي، وتفيد منه خاصة الحملات الأصغر نطاقاً، والمحصورة في بقعة معينة.

← **الترخيص لبرنامج تشغيل الهاتف الخليوي:** يُسمح عادةً باستخدام أدوات التكنولوجيا من أجل تنظيم حملة مدافعة عبر الهاتف الخليوي بموجب عقدٍ يُوقّع مع شركات متخصصة. وقد اعتادت هذه الشركات أن تفرض رسوم تصميم البرنامج والرسوم الشهرية للشاؤور مع المنظمة بشأن صياغة استراتيجية الحملة، وتصميم البرنامج على نحوٍ يلبي الحاجات الخاصة لدى المنظمة، وإدارة حملات خدمة الرسائل القصيرة المرسلّة والمتلقّاة عبر الهاتف الخليوي. وينصّ هذا الترخيص عادةً على "رمز خليوي قصير" مشترك أو غير مشترك، ستستخدمه المنظمة بهدف الترويج للحملة.

← **رسوم عمليات نقل الرسائل:** حال إطلاق حملة المدافعة عبر الهاتف الخليوي والسير فيها، ستتكبد المنظمة تكاليف معينة عن كل رسالة قصيرة ترسلها أو تتلقاها عبر الهاتف الخليوي. وستختلف تكلفة الرسالة الواحدة باختلاف طولها، وتبعاً لسياسة التسعير التي ينتهجها مشغل نظام الخليوي في بلد التشغيل.

← **رسوم معاملات جمع الأموال:** إذا كانت المنظمة تنوي استخدام الحملة عبر الخليوي لجمع الأموال من المناصرين، فستفرض رسوم إضافية، على أساس نوع المعاملة، والبلد الذي تجري فيه. ونلاحظ في الوقت الراهن، في معظم البلدان، أنّ التكاليف التي يحملها مشغل نظام الخليوي في إطار إنجاز معاملات دفع فواتير الخليوي، والمحملة مباشرة إلى فاتورة الزبون، هي تكاليف مرتفعة للغاية، باعتبار أنّها تتراوح ما بين ٣٠ و٥٠٪ لكلّ معاملة. وتدير شركة "بايبال موبايل" [www.paypal.com](http://www.paypal.com) نظاماً منفصلاً لإنجاز معاملات دفع فواتير الخليوي، تتحوّل إليه فواتير الهاتف الخليوي المترتبة على الزبون، شرط أن يفتح هذا الأخير حساباً لدى الشركة المذكورة، ولكنّ فئة محصورة من المستخدمين تعتمد هذا النظام.

وفي الآونة الأخيرة، عقدت شركة "فيزا" (لبطاقات الائتمان) صفقة مع أضخم شركة من شركات تصنيع أجهزة الخليوي، "نوكيا" [www.nokia.com](http://www.nokia.com)، فأطلقت نظاماً عالمياً لاستخدام الهاتف الخليوي كنظام للدفع. وبالتالي، يتسنى للمستهلكين أن يسدّدوا قيمة مشترياتهم – ويقدموا تبرعاتهم – من خلال تمرير جهاز التلفون فوق جهاز قارئ يتصل إلكترونياً برقاقة صغيرة موجودة في الجهاز. وتصبح الصفقة ناجزة بمجرد أن يضغط صاحب الجهاز على الزرّ للتأكيد

طريقة إدارة النفايات الصلبة في المدينة. وقد سجّل ما يزيد عن ٤٥٠٠ شخص أسماءهم عبر الهاتف الخليوي للاشتراك في الحملة التي تستدعي من مدينة بوينس آيرس أن تلتزم بجدول زمني لتخفيض استعمال مطامر النفايات، وتقليل النفايات من خلال تطبيق سياسات إعادة تدويرها، ومنع استعمال محارق النفايات، وخلق فرص عمل غير نظامية، لعمال يفتشون في أكياس النفايات المرمية في الشوارع. وقد استعانت "غرينبيس" بمجموعة متنوعة من قنوات الاتصال للتواصل مع السكّان المحليين، باستخدام المجلة الصادرة عن مطابع "غرينبيس أرجنتيننا"، والملصقات، وموقع على الإنترنت، والمطويات الموزعة في الأماكن العامة - بما فيها المراحيض - وبفضل حملة قوية تنقل الخبر شفهيّاً بين صفوف المناصرين القدامى.

أمّا العامل الأبرز الذي ساهم في إنجاح هذه الحملة فكان الإعلان باستمرار عن الرمز الخليوي القصير، وتفعيل دور "الناشطين الذين يستخدمون الخليوي" في الأوقات الحرجة فقط، من خلال الطلب منهم فوراً ومباشرةً بالتحرك (وفي هذه الحالة، الطلب منهم بطريقة لائقة بإجراء اتصال هاتفي) لتعزيز مفعول الحملة إلى أقصى حد. ولكن هذه الجهود تُبدّل في المدن المكتظة بالسكّان، وتستغلّ التغطية الإعلامية، وتصل إلى شريحة هامة من الناشطين المحتملين. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تستخدم حملات المدافعة الهاتف الخليوي بطريقة فريدة من نوعها في المناطق الريفية والناحية. وكانت منظمة "غرينبيس" في الأرجنتين قد عملت مع سكّان "ويتشي" Wichi المحليين، لتتبع متعهدي المشاريع الإنمائية الجارية في الغابة المطربة ضمن محمية "بيتزارو" Pizarro في الأرجنتين. فزوّدت المشاركين من سكّان "ويتشي" بأجهزة خليوية وبالتدريب اللازم لإرسال الرسائل القصيرة، حين أقبل المتعهدون على جرف الأراضي بالجرافات وبمعدّات ثقيلة أخرى. وفي هذا السياق، ألح أوسكار سوريا، مدير الاتصالات لدى "غرينبيس" في الأرجنتين: "لا تتوافر في هذه البقعة من الأرجنتين خطوط هاتفية ثابتة لمتابعة الاتصالات إذا أقدم مالكو الأراضي على هدم البيوت والقضاء على الغابات".

أدرج الناشطون في مدينة نيويورك استخدام الرسائل القصيرة عبر الهاتف الخليوي، كجزء من التظاهرات التي جالت الشوارع، بالتزامن مع انعقاد المؤتمر الوطني للحزب الجمهوري في أيلول/سبتمبر العام ٢٠٠٤. فهذه التجربة التي تعتبر الأولى من نوعها في الولايات المتحدة، تتطلّب إرسال رسائل قصيرة من نقطة اتصال مركزيّة لتنبية الناشطين المحليين إلى الطرق التي بقيت سالكة أمام المحتجين خارج حديقة ساحة "ماديسون"، بما أن الشرطة منعت الوصول إلى شوارع واسعة من المدينة. فضلاً عن ذلك، أفادت هذه الرسائل في تنبيه الصحفيين المستقلين بالتوجه نحو الأماكن التي تستدعي تصوير الأحداث بالكاميرات من أجل الحصول على أدلة موثقة عن الاحتجاجات، وفي تنبيه المحامين الذين يقدمون المساعدة القانونية بالتوجه إلى حيث تلوّم هذه المساعدة للتبليغ عن حالات يُشتبه فيها بانتهاك الحقوق، وأخيراً تنبيه المعنيين بالتوجه إلى حيث تكون المساعدة الطبيّة مطلوبة. ولكن، رغم القيود اللوجستية والتقنية المفروضة على النظام المستخدم بكثافة في تغطية هذا الحدث، فإنّ هذا النظام يزوّد الناشطين ومنظمي الحملات في المجتمع المحلي بمخطّط تفصيلي قيّم ليدركوا ما يسعهم إنجازه باستخدام الهاتف الخليوي، وليفهموا مستلزمات الأنظمة المستقبلية.



في الأرجنتين، استخدمت منظمة "غرينبيس" الهاتف الخليوي، في إطار حملة المدافعة الناجحة "صفر نفايات" التي نظمتها في بوينس آيرس، في العام ٢٠٠٥، بهدف إقرار التغييرات الطارئة على



يتنام الهاتف الخليوي بوتيرة أسرع من تنامي البنية التحتية لخطوط الاتصال الثابتة في أفريقيا وحسب، بل تجاوز شبكة الإنترنت كأداة اتصال أساسية بأشواط.

وبالتنسيق مع شركاء التجمع، أطلقت منظمة "فاهامو" حملة لتجميع التوقيعات في تموز/يوليو ٢٠٠٤، مناشدةً المناصرين والتوقيع على العريضة المنشورة عبر الإنترنت، وتشجيع أصدقائهم وزملائهم على القيام بالمثل، وسائلةً المنظمات المعنية بحقوق المرأة أن تطلب الحصول على المنشورات الإعلانية المتعلقة بالحملة لتوزيعها داخل بلدان الاتحاد الأفريقي. وبذلك، يتمكن مستخدمو الهاتف الخليوي من إرسال توقيعاتهم عبر الرسالة القصيرة، ومعاودة إظهارها في صفحة العريضة عبر الإنترنت. وإذذاك، عمد العاملون لدى "فاهامو" إلى تطوير برنامج كمبيوتر لمعالجة الرسائل القصيرة الواردة عبر رقم هاتف مقره في جنوب أفريقيا، حيث طُلب من المتصلين إرسال رسائلهم عبر الخليوي وفق صيغة معتمدة، ألا وهي: إرسال كلمة "عريضة" وتعقيها بأسمائهم. وبالتالي، يتم تلقي الرسالة القصيرة عبر الخليوي على شكل بريد إلكتروني، يُصار في ما بعد إلى معالجته إلكترونياً بقصد استخراج الاسم والبلد المرسل منه.

## "فاهامو" FAHAMU

تتكون لدى منظمة "فاهامو" رؤية عن عالم تنظم فيه الشعوب صفوفها، لتحرر نفسها من أشكال الظلم والاضطهاد كافة، وتقر بمسؤولياتها الاجتماعية، وتراعي نقاط التمايز في ما بينها، وتعي كامل إمكانياتها.

[www.fahamu.org](http://www.fahamu.org)

جمعت العريضة مجموع ٤٠٠٠ آلاف توقيع، ٥٠٠ منها وردت على شكل رسائل قصيرة عبر الخليوي - وهو عدد ضئيل نسبياً - من ٢٩ بلداً أفريقياً. وبالتالي، تكون حملة العلاقات العامة، المنظمة بالتزامن مع العريضة، ساهمت في التصديق على البروتوكول في تشرين الثاني/نوفمبر العام ٢٠٠٥.

## منظمة "غرينبيس"

تعتبر منظمة "غرينبيس" من أكثر المجموعات الناشطة على المستوى العالمي في مجال البيئة، والمختصة بمعالجة القضايا المتعلقة بتغير المناخ، وإنقاذ غاباتنا العريقة، وضبط التلوث، والتخلص من التهديد النووي، والحد من أعمال الهندسة الجينية، ووقف انتشار الأسلحة النووية، وإنقاذ محيطاتنا، والمدافعة عن التجارة المستدامة.

[www.greenpeace.org](http://www.greenpeace.org)

لذلك، زوّدنا مختلف قادة المجتمع المحلي بأجهزة خليوية، واستخدمناها لتلقي الرسائل من الأفراد، بحيث يتسنى للناشطين فور تنبيههم إلى أعمال المتعهدين من خلال الرسائل القصيرة، أن يتوجهوا بسرعة إلى المناطق المحددة بهدف تقديم الدعم.

إستخدمت المنظمات غير الحكومية في أفريقيا خدمة الرسائل القصيرة، للسفر عبر هذه القارة الشاسعة المساحات، بقصد تجميع التوقيعات على عريضة تسعى إلى دعم الحملات عبر الدول الإفريقية، دفاعاً عن حقوق الإنسان وإرساءاً للعدالة الاجتماعية. ففي العام ٢٠٠٤، انضمت المنظمة غير الحكومية البريطانية، "فاهامو" Fahamu، الكائنة في جنوب أفريقيا، إلى تجمع للهيئات العاملة في مجال حقوق الإنسان، والتي تدعم التصديق على بروتوكول الميثاق الأفريقي لحقوق الإنسان والشعوب بشأن حقوق المرأة في أفريقيا. ويحمي هذا البروتوكول الذي أقره الاتحاد الأفريقي في العام ٢٠٠٣، منظومة واسعة من حقوق الإنسان العائدة للمرأة، منطلقاً نوعاً ما من المنجزات السابقة المشهود لها في القانون الدولي، ولكنه يجب أن يحظى بتوقيع ١٥ بلداً من بلدان الاتحاد الأفريقي حتى يدخل حيز التنفيذ. وبالتالي، أتاحت الحملة الفرصة لاختبار إمكانية تسخير خدمة الرسائل القصيرة لصالح حملة تنادي بالعدالة الاجتماعية. ففيما استخدم ما بين ٥ و٨ ملايين أفريقي البريد الإلكتروني في كانون الثاني/يناير ٢٠٠٤، بلغ عدد المشتركين في الهاتف الخليوي في أفريقيا في تلك الفترة ٢٥ مليوناً. وقد شهدت أفريقيا نمواً متسارعاً على نحو خاص؛ فلم



ولكن، تجدر الإشارة إلى أنّ الرسائل القصيرة المنشورة بين الشبان والناشطين عبر الخليوي كانت تحرك في الواقع التظاهرات الجماهيرية، فيما كانت المنظمات الناشطة في مجال المدافعة تعرب عن استيائها من الاستراتيجيات التي تتبّعها لتشكيل لوائح المشتركين في خدمة الهاتف الخليوي. ويذكر تقرير صدر في الآونة الأخيرة، تحت عنوان دور الهاتف الخليوي في سياسات القرن الحادي والعشرين Mobile Media in 21st Century Politics، عن مجموعة Media 50 Group إلى الآتي:

"مع أنّ أضخم تظاهرات الاحتجاج نُظمت بطريقة تقليدية، بالتعاون مع الاتحادات، والكنائس، ومجموعات الناطقين بالإسبانية، والمحطات الإذاعية الناطقة باللغة الإسبانية، فقد طرحت هذه الاحتجاجات موضوعاً ثانوياً يسترعي الانتباه. كانت تنطلق، إلى جانب التظاهرات الاحتجاجية الضخمة، مئات الحركات الاحتجاجية الضيقة النطاق، من غير أن تساهم بها أي هيئة مركزية. بل كانت تنطلق، بشكل متزامن تقريباً، في أنحاء البلد كله، وتشمل مئات المدن، وتضمّ عشرات الآلاف من تلامذة الصفوف الثانوية في أغلب الأحيان، بدفع من مواقع إلكترونية لنسج العلاقات الاجتماعية، ومن الرسائل القصيرة عبر الخليوي. من شأن الاقتباسيين التاليين أن يلخصا هذا الجانب أفضل تلخيص:

يمكن أن يؤدي الهاتف الخليوي دوراً هاماً، لجهة أنّه يساعد منظمي الحملات على استقطاب المناصرين، أثناء الأحداث التي تتطلب تعبئة جماهيرية بوجه خاص. وقد أشرنا إلى هذه النقطة حين تحدّثنا عن الجهود التي بذلتها منظمة "أوكسفام" أثناء التظاهرات المنظمة، احتجاجاً على انعقاد قمة الثمانية في اسكتلندا. وكذلك، حاول منظمو الحملات في الولايات المتحدة الذين نظّموا تجمّعات حاشدة في كل أنحاء البلد، خلال ربيع العام ٢٠٠٦، دعماً لحقوق المهاجرين، أن يستغلوا هذه التجمّعات أيضاً.

## معلومات في سطور

← إتصلت منظمة "أوكسفام بريطانيا" بألفي مناصر عبر خدمة الرسائل القصيرة في نيسان/أبريل ٢٠٠٦، لاستقطاب متطوعين يساعدون في صياغة محتوى النص المعد للنشر في موقعها الإلكتروني حول المناسبات المحلية. فتلقّت ردّاً من ١٠٪ من الأشخاص الذين زوّدها بعناوينهم الإلكترونية لتابعة الاتصال بهم. وبهذا الخصوص، علّقت كارينا بريسيبي، وهي منظمّة حملات الإعلام التفاعلي لدى "أوكسفام بريطانيا"، قائلة: "كنت أتوقّع أن يستجيب لدعوتنا نصف هذا العدد من الأشخاص، لأنّ استجابة الأشخاص يمكن أن تأتي بمنتهى العفوية. ولكننا في هذه الحملة، وجّهنا دعوة شخصية للغاية لتقديم مساعدة، لا تكبّد مالياً أو تستدعي إجراء اتصال هاتفياً."

إنّ الحملة الدولية لإحقاق العدالة التي نظّمها الاتحاد الدولي لخدمة الموظفين (Service Employees International Union/SEIU)، والتي تركّزت على صون حقّ العمال المهاجرين في العمل، اختبرت تجربة استقطاب المناصرين عبر استخدام الهاتف الخليوي. وكانت استراتيجيتها تتمحور حول توزيع بطاقات باللغتين الإنكليزية والإسبانية معاً، تحمل رمزاً قصيراً ترسل إليه الرسائل القصيرة، والدفع بالمتحدّثين إلى الإعلان عن نشاطات من على منصة الحدث. وبهذا الخصوص، علّقت ميليسا روي التي ساعدت في تنظيم هذا المجهود للاتحاد الدولي قائلة: "لقد حقّقنا نجاحاً محدوداً"، لكنّ أهمّ ما تعلّمناه من هذه التجربة هو أن نكون واضحين تماماً حين نطلب من الأشخاص إتمام عمل معين، وأن نجد سبيلاً إلى تكرار الطلب عدّة مرّات."

المنظمات في إعداد الحملات عبر الخليوي من خلال خدمات تقدمها شركته Politxt، معلّقاً: "من الأفضل ألا تطلق حملة عبر خدمة الرسائل القصيرة من غير أن تحظى هذه الحملة بدعوةٍ جيّدة، تركّز على دعوة الأشخاص إلى التحرك لمعالجة موضوع معين".

وقد بيّن منظمو الحملات المحليّة في الولايات المتحدة، في مضمّار استخدام الهاتف الخليوي بهدف الترويج للحملات، أنّهم خلّاقون وخبراء في الشؤون الإعلاميّة. فعلى مثال الحملة الشعبيّة التي استخدمت نغمات الخليوي في الفلبين، وساهمت في الكشف عن أعمال التزوير الحاصلة أثناء الانتخابات الرئاسيّة في العام ٢٠٠٤، إبتكر إريك غوندرسن، العامل لدى منظمة "دفلومنت سيد" Development Seed، عدّة نغمات سياسيّة للكشف عن سوء إدارة الحكومة لإعصار كاترينا. وبعد ذلك، لاقت هذه النغمات، الأولى من نوعها، تغطيةً واسعة في بعض الوسائل الإعلاميّة، كالموقع الإلكترونيّ MSN.com، ومحطّة Radio Free Europe، وصحيفة Washington Post، وموقع CNET، وسواها. ونسجاً على المنوال ذاته، أطلقت الفرقة الموسيقيّة المشهورة They Might Be Giants نغمةً في الولايات المتحدة، في أيار/مايو العام ٢٠٠٦، احتجاجاً على السياسات التي انتهجتها وكالة الأمن القومي الأميركيّة في مجال مراقبة الاتصالات الهاتفية المحليّة.

وردنا من مدينة "شينو"، في ولاية كاليفورنيا أنّ "الهاتف الخليوي شكّل أيضاً أداةً فعّالة، فأتاح لمجموعات أن تعيّن موقع مجموعاتٍ أخرى، بهدف تعزيز حضورها... أظنّ أنّ موقع MySpace والهاتف الخليوي ساهما بنسبة ٩٥ في المئة في تنظيم تظاهرات احتجاجيّة في جميع أنحاء كاليفورنيا".

— كلام مقتبس من أموس ج. يونغ جونور، مفوض سابق لشؤون الشباب في مدينة بومونا

وجاءنا من مدينة "فينيكس"، في ولاية أريزونا أنّ "الاحتجاجات داخل المدارس شكّلت، على الأرجح، أولى مظاهر بروز جيل جديد من الناشطين الخبراء في استخدام الأدوات الإلكترونيّة، وخدمة الرسائل القصيرة، وشبكة الإنترنت".

— كلام مقتبس من جاي باغاو، مدرّس لدى الثانويّة المحليّة في شرقيّ أوكلاهوما

## الاتحاد الدوليّ لخدمة الموظفين SEIU

← يُعدّ هذا الإتحاد الأسرع انتشاراً في أميركا الشماليّة، كونه يضمّ مليون وثمانمئة ألف عضو في الولايات المتحدة، وكندا، وبورتوريكو.

← [www.seiu.org](http://www.seiu.org)

## POLITXT / RIGHTS GROUP

← يُنشئ موقع "رايتس غروب" شبكات للتحرك عبر الخليوي، ويتولّى إدارتها. وتشكّل هذه الشبكات أداة قويّة للاتصال بناخبك القدامى، واستدراج مناصرين جدد، وكلّ ذلك من خلال استخدام الجهاز الأكثر خصوصية بالنسبة إليها. ← [www.rights-group.com](http://www.rights-group.com)

يستنفّر الشبّان من الناشطين طاقاتهم، بدفعٍ من الأحداث، فور وقوعها، وفي الوقت المناسب، فيما تكون مجموعات المدافعة لا تزال تتخبّط في استخدام الهاتف الخليوي كأداة اتصال. فالجهود المنظّمة التي بذلها الاتحاد المحليّ ١١٩٩ للعاملين في مجال الرعاية الصحيّة (في المقاطعات الشرقيّة) United Healthcare Workers East، والذي يمثّل ٢٧٥٠٠٠ عضو ومتقاعد في مقاطعات نيويورك، وميريلاند، وكولومبيا، ومسااتشوسيتس، فهذه الجهود وضعت حملةً منظّمة عبر خدمة الرسائل القصيرة موضع انتظار، ريثما يتبلور موضوع سريع يوافق الحملة. وهنا يقول جيد ألبرت الذي يساعد

"fahamu: Pan-Africa Text Messaging for Social Justice," by Emily Gertz, October 31, 2005. <http://worldchanging/archives/003694.html>

## ست خطوات لتنظيم حملة مدافعة ناجحة عبر الخليوي

← **الخطوة الرابعة: حدّد آليات العمل ضمن حملتك، والخطوات التي تشبّعها لإرسال الرسائل القصيرة عبر الخليوي.** ضع خطة التسويق التي أعدتها موضع تنفيذ، من خلال درس الخطوات التي ستتبّعها في إرسال الرسائل القصيرة، وتخيّر كلمات حملتك بإتقان. فلا يكفيك أن تُدرج رمزك الخليوي القصير ضمن المواد التي تستخدمها (في اللوحات الإعلانية، وموقعك الإلكتروني، والبريد الإلكتروني، والمحطات التلفزيونية والإذاعية، وسواها)، بل عليك أن تحدّد أيضاً نصّ الرسالة التي تردّ بها على الأشخاص، تأكيداً على استلام رسائلهم، وكيفية الحصول على عناوينهم الإلكترونية، أو عناوينهم البريدية، أو أرقام هواتفهم، وبأيّ وتيرة ستُرسل إليهم آخر أخبار الحملة المنظّمة عبر الخليوي.

← **الخطوة الخامسة: زوّد نفسك بنظام لإدخال المعلومات التي تردّ عبر جهازك الخليوي إلى قاعدة بياناتك داخل المنظّمة.** إعمل مع شركات الخليوي أو مع المستشارين الذين يقدّمون المساعدة التقنية أو مع العاملين في المنظّمة، على تحديد الوسيلة التي ستنقل بواسطتها المعلومات الواردة إلى الخليوي، كأرقام الهاتف الخليوي والأسماء والعناوين الإلكترونيّة والعناوين البريدية، إلى قاعدة بياناتك. فاشرك الخبراء في شؤون التكنولوجيا، العاملين لديك، في هذه العملية، كي تجمع المعلومات الصحيحة وتخزّنها بالطرق المناسبة لاستخدامها في المستقبل.

← **الخطوة السادسة: حدّد النشاطات التي تنظّمها لتقييم حملتك واختتامها.** بما أنّ حملتك ستنتهي في وقتٍ معيّن، يلزمك أن تصيغ رسالة ختامية تشكر فيها الأشخاص على مشاركتهم في الحملة، وتخبرهم عن نجاح الحملة، وتشجّعهم على المشاركة باستمرار في الحملات، وتطلب منهم الحصول على معلومات إضافية عن شخصهم، بحيث يتسنى لك أن تحفظها في قاعدة بياناتك. أعقد جلسة لتحليل المعايير القياسية، وأدر نقاشاً حول الحملة بعد حدوثها، لتقييم مدى فعالية حملة المدافعة التي نظمتها عبر الخليوي.

← **الخطوة الأولى: حدّد الأهداف وأعدّ خطة لحملة المدافعة التي تنظّمها عبر الخليوي.** فالتخطيط هو أول خطوة تقوم بها، حين تعمد إلى ربط حملتك هذه بجهود المدافعة التي تبذلها في العالم العمليّ القائم. فاجمع ما بين فريقك، واتصالاتك، وأدواتك التكنولوجية لتقود جهودك وفق خطة محدّدة، وتعيّن المواعيد الموافقة لك، وتضع موازنة مبدئية، وتوكّل المهمة المناسبة إلى الشخص المناسب.

← **الخطوة الثانية: عيّن شركة خليوية تدير لك حملة المدافعة عبر الخليوي.** يُسمَح عادةً باستخدام أدوات التكنولوجيا اللازمة لإدارة حملة مدافعة عبر الخليوي بموجب عقد يُوقّع مع شركة متخصصة. وقد اعتادت هذه الشركات أن تفرض رسوم تصميم البرنامج ورسوم شهرية، للتشاور مع المنظّمة بشأن رسم استراتيجيّة الحملة، وإعداد برنامج الحملة المُعدّ لتلبية حاجات المنظّمة الخاصة، وإدارة حملات الرسائل القصيرة المرسلّة من الخليوي وإليه. لذلك، فكّر في شراء "رمز خليوي قصير" مشترك أو غير مشترك، تستخدمه المنظّمة في سبيل الترويج للحملة. أمّا في ما يخصّ الحملات الشعبية المحدودة النطاق، فكّر في استخدام مجموعة البرامج "المفتوحة المصدر" المطبّقة على الخليوي.

← **الخطوة الثالثة: أعدّ خطة تسويقية للاتصال بناخبك الذين يستخدمون الخليوي.** بفضل مساعدة العاملين داخل منظمتك وبالتعاقد مع الشركة الخليوية المناسبة، يمكنك أن تباشر العمل على وضع خطة للاتصال بناصريك، وحلفائك، وشركائك الذين سيساعدونك، بدورهم، في اغتنام أكبر عدد ممكن من الفرص لنشر حملة المدافعة التي تنظّمها عبر الخليوي على نطاق واسع. لذلك، يجدر بك أن تطرح على نفسك الأسئلة الآتية: ما الأهداف التي تنشدها من الحملة المنظّمة عبر الخليوي؟ وما الأهداف التي تبغي تحقيقها؟ من خلال أيّ رسالة وأيّ "مطلب" وكيف تندرج الحملة التي تقودها عبر الخليوي ضمن إطار الجهود الأخرى التي تبذلها في مجال التسويق والاتصال؟



## العبر المستخلصة

### LESSONS LEARNED

تشكّل أجهزة الهاتف الخليوي أدوات مفيدة ومبتكرة، يتّسع نطاق استخدامها في الحملات الوطنية، والتظاهرات في الشوارع، والحملات السياسيّة المحددة الأهداف، وتتخذ أشكالاً أخرى من التحرك الاجتماعيّ.

ونستعرض في ما يلي لائحة من العبر المستخلصة حول أفضل السبل لاستخدام الهاتف الخليوي في حملات المدافعة:

١ **تعمّق بمعرفة جمهورك.**  
وُطد معرفتك بجمهور الناخبين (أو جمهور المناصرين) الذين تتوجّه إليهم في إطار حملتك عبر الخليوي، بحيث يتسنى لك أن تُعدّ حملتك وتصيغ رسالتك اللتين تتمحوران حوله، بشكل متقن. لذلك، ينبغي بك أن تعرف مدى استخدام الناخبين لأجهزة الهاتف الخليوي، حتى تستطيع أن تضع توقعات صحيحة حول أوجه استعمالها. فهل يبدو لك أنّ جمهورك هو على استعداد للمشاركة في حملة عبر الهاتف الخليوي؟ إذا لم تكن واثقاً من هذه المسألة، استطلع رأيهم حول هذا الموضوع. وبأية لغة يجب أن تصدر الدعوة الموجهة عبر الخليوي؟ وما هي فئات جمهورك العمريّة؛ ولأيّ أغراض يستخدم جمهورك أجهزة الهاتف الخليوي – الإرسال رسائل قصيرة، أم لإجراء اتصالات، أم لتصفّح مواقع الإنترنت؟

٢ **إعمل مع شركة خليويّ.**  
لتنظيم حملة مدافعة فعّالة، واسعة النطاق، عبر الخليويّ، ستضطرّ إلى التعاون مع شركة خليويّ يمكنها إن تساعدك في عمليات التشغيل، والتطبيق، وإدارة اللوائح، وفهم المعايير القياسية. فهذه الشركة ستساعدك في أن تشغل رمزاً خليويّاً قصيراً، وتوائم البرنامج مع متطلبات الخليويّ، بما يميّنك من طرح أسئلة على من يقبلون بالمشاركة في حملتك لمتابعة الاتصال بهم، ومن تقدير التكاليف المترتبة عليك سلفاً. وبما أنّك ستطلب على الأرجح من الأشخاص الذين يوجّهون رسائل قصيرة إلى رمزك الخليويّ القصير، أن يزودوك بعناوينهم الإلكترونيّة ليتسنى لك

٣ **أعدّ خطتك لاستخدام الخليويّ في مرحلة مبكرة.**  
يُثبت الهاتف الخليويّ فعاليّته القصوى في حملات المدافعة حين يرتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجيات الحملات المعمول بها، فيقدم بالتالي تقنيات جديدة لاستنهاض الجماهير، وتوعيتها، وإشراكها. ولإيجاد هذا الرباط، ناقش استراتيجيات استخدام الخليويّ، وكذلك سبل استخدام الإنترنت والوسائل الإعلاميّة الأخرى، في أبكر مرحلة ممكنة من مراحل إعداد الحملة.

٤ **وجّه دعوة واضحة إلى التحرك.**  
يجب أن تقرّر الحملة التي تنظّمها عبر الخليويّ بدعوة واضحة إلى التحرك. فحين تستخدم خدمة الرسائل القصيرة عبر الخليويّ، وجّه، من خلال حملتك، "طلباً" محدّداً ومستعجلاً للغاية، كي تتخذ دعوتك طابعاً إلزامياً كافياً لحثّ الأشخاص على التحرك بشكل فوريّ. ولعلّك تجد في ذلك أهمّ عامل، على بساطته، لتحقيق نسبة عالية من المشاركة في الحملات عبر الخليويّ. فضلاً عن ذلك، شجّع المشاركين على إحالة الرسائل القصيرة إلى عددٍ من أصدقائهم. لذلك، احرص على أن تصيغ رسالتك بأسلوب واضح للغاية وملزم أشدّ الإلزام، ثم ضعها موضع اختبار!



## العبر المستخلصة (تابع)

### LESSONS LEARNED (CONTINUED)

#### ٥ حدّد حاجاتك.

تستدعي الحملات المنظّمة عبر الهاتف الخليوي تنسيق العمل مع وسائل الإعلام وتوثيق العلاقات العامة، ممّا يرتّب مزيداً من التكاليف، والجهود، والتنظيم لضمان نجاحها. لذلك، عليك أن تُدرج حملتك هذه على قائمة النقاط المرجعية التي تراعيها عندما يدور النقاش حول الإعلانات عن الخدمات العامة، والدعايات، والمصمّمين الطباعيين اللّازمين لحملتك.

#### ٦ كن مبدعاً.

كن مبدعاً من غير أن تنسى أنّ الحملات الناشطة عبر الخليوي ما زالت وسيلة جديدة متعطّشة لأفكار مبتكرة. فلاشراك مناصريك، تقبّل الرّضوخ لكلّ أشكال التجارب والاختبارات، كي تتعرّف على أفضل الاستراتيجيات القابلة للتطبيق، ولكن، خذ بعين الاعتبار أنّ مناصريك المنضمّين إلى شبكة الخليوي قد يكونون غير ضليعين بإرسال الرسائل القصيرة، أو بتلقّي الرسائل القصيرة آلياً. فصارح جمهور ناخبك بأنك تحتاج إلى دعمهم، لأنك ما زلت تضع هذه الأداة قيد التجربة.

#### ٧ إجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات.

عندما تستخدم الهاتف الخليوي في حملات المدافعة، ينبغي بك أن تجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات، لتدرك الأفكار القابلة للتطبيق، ولتتابع تقدّم العمل مع مرّ الوقت. وفي هذا الإطار، تستطيع شركة الخليوي أن تساعدك في استخراج المعايير القياسية المفيدة، وفي تفسير معانيها. فأبّ نشاط من نشاطات الاتصال

يستجلب إلى رمزك الخليوي القصير أكبر قدر من الرسائل القصيرة التي تعرب عن قبولها المشاركة في حملتك؟ وكم عدد الأشخاص الذين أحالوا رسالتك، أو زاروا موقعك الإلكتروني، أو زودوك بعناوينهم الإلكترونيّة؟

#### ٨ شارك الآخرين بمعلوماتك.

يهمّنا أن نضع مقاييس معيارية لحملات المدافعة التي تستخدم الخليوي كأداة اتصال جديدة. ولكن، رغم الصعوبات المحتملة لتحديد هذه المقاييس خلال الحملات التي تنظّمها عبر الخليوي، في تجاربها الأولى، فستكون هذه المقاييس مفيدة، للسير باتجاه إعداد الموازنات ووضع التوقعات. أمّا المقاييس التي تثير اهتمامنا فهي تتمثّل بعدد الأشخاص الذين سيرسلون رسائلهم إلى رمزك الخليوي القصير، وعدد الأشخاص الذين سيزوّدونك بمعلومات عن عناوينهم الإلكترونيّة مثلاً، لمتابعة الاتصال بهم. وقد برزت حاجة واضحة لدى أولى المنظمات التي استخدمت الخليوي كأداة للحملات الناشطة، بأن تتقاسم مع المنظمات الأخرى المقاييس ومعدلات المشاركة في الحملات عبر الخليوي. ومن هذا المنطلق، ستواصل منظمة "موبايل أكتيف" جمع المعلومات والنتائج الناجمة عن الحملات عبر الخليوي، سعياً إلى وضع مقاييس معيارية لحملات المدافعة التي تستخدم الخليوي كأداة اتصال.



