4. 4. 2 مؤشر أثر كسب التأييد

4. 4. 2. 1. المقدمة

قام برنامج تعزيز وتطوير المجتمع المدني في الأردن التابع للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) بتطوير هذا المؤشر لقياس التغييرات التي تحدث -علىصعيد المجتمع المحلي أو على الصعيد الوطني – نتيجة لأحد مبادراتالمجتمع المدني فيما يتعلق بقضية محددة. يحاول هذا المؤشر تحديد موقع القضية المستهدفة على مقياسيأخذ بعين الإعتبار مدىوضوح القضية، والمستويات المختلفة للنقاش العام، ومبادارات السياسات،والتشريع والتنفيذ، ويحاول أيضاً توضيح كيفية تغير موقع القضية على هذا المقياس مع مرور الوقت.

وفي الوقت الراهن، لا يزال هذا المؤشر في نسخته التجريبية ولذلك فقد تم تطبيقه على عدد محدود من القضايا.

لقد تم وضع جدول العلاماتالحاليبشكل عشوائي مما يستدعي وضعه للإختبار والتأكد من واقعيته، حيث يجب تكييف هذهالعلامات بالشكل الذييتناسب مع الدولة المعنية والمشهد السياسي والإعلامي فيها. كما يجب القيام بضبط وتحسين أداء هذه الأداة من خلال إضافة علامات عشرية يمكن من خلالها تقديم شرحدقيق عنالوضع الحالي.فعلى سبيل المثال، إذا تمإقرارقانون ماوخصصت ميزانية معينة لتمويل تنفيذ هذا القانون قبل البدء بتنفيذه، فإننا نستطيع إعطاء ذلك علامة(9.5).

إننا نشجع ونحثمنظمات المجتمعالمدني علىتعديلهذا المؤشربالشكل الذي يتناسب مع وضع الدول التي تعمل في داخلها، ومواصلة العمل على تطويره، واستخدامالطريقة التييعتقدون بأنها الأنسب والأكثر ملائمة لقضيتهم.

4. 4. 2. 2. جدول العلامات

العلامة	الأثر
1	عدموجود أي حضور للقضية في المشهد العام وبين منظمات المجتمع المدني المعنية،وعدم ذكر أو ظهور القضية في وسائل الإعلام خلال فترة الإثني عشر شهراً الماضية سوى 5-10 مرات فقط،وعدم تركيز المنظمات غير الحكومية والجهاتالحكومية على القضية.
2	اعتراف ما لا يقل عن 3-5 مكونات رئيسية، مثل: المنظامت غير الحكومية المتخصصة (منظمات معنية بالنساء أو الأشخاص ذوي الإعاقة وما إلى ذلك)،بأنّ القضية ذات مدعى للإهتمام بشكل كبير، وقيام هذه المنظمات بوضع القضية ضمنجدول أعمالهاالبرامجية، وبدء العمل فيأنشطة تعالجالمشكلة،مثل: توفيرالخدمات، وجمع الأموال، والتواصل المجتمعي، الخ
3	قيام المجموعات المختلفة بطرح القضية للرأي العام من خلال نقاش القضية بشكل علنيً والضغط على صناع القرار،وإقامة ما لا يقل عن 10 فعاليات عامة، تقوم خمس وسائل إعلام رئيسيةبتغطية خمس فعاليات منها على الأقل خلال فترة الإثني عشر شهراً الماضية.
4	تقبل عدد محدود من صناع القرار للقضية، وحضور ممثلين عن صناع القرارلعشر فعاليات عامة على الأقل يتم التركيز فيها على القضية –وذلك خلال فترة الإثني عشر شهراً الماضية– واعترافهم بأهمية القضية وبأنها جديرة باهتمام الرأي العام.
5	وضع بعض صناع القرار القضية على أجندة أولوياتهم، وقيام ما لا يقل عن 10-15من نواب البرلمان ورؤساء البلديات والوزراء والوجهاء، بطرح القضية في وثائقهم البرامجية وطرح القضية بشكل بارز وعلني في ما لا يقل عن 3 – 5 وسائل إعلام.
6	وجود ما لا يقل عن ثلاث أوراق سياسات مكتوبة ومنشورة عن القضية بحيث تم بحثها ودراستها بعناية. من الممكن أن تكون "أوراق السياسات" تحليل للتكاليف والمنافع، أو مشروع قانون ما، أو بيان عن الموقف أو الحالة.
7	قيام الحكومة ولجنة برلمانية واحدة على الأقل بمناقشة ورقة أو أكثر من أوراق السياسات

8	وجود مقترح تشريعي للتداول في البرلمان (أو فيالحكومة أو جهة حكومية)
9	إقرار البرلمان للقانون (أو قيام الحكومة أو أي جهة حكومية بإصدار مرسوم)
10	إصدار الأنظمة واللوائح الداخلية والميزانيات والأجهزة الضرورية للتنفيذ، والبدء في تنفيذ القانون/المرسوم.

4. 4. 2. 3. ما هي بطاقة العلامات؟

تم تطوير بطاقة العلامات خصيصاً لتساعد المنظمات غير الحكومية في إدارة علامات مؤشر أثر كسب التأييد، من خلال توثيق العلامات والأسس التي تم الإعتماد عليها لمنح هذه العلامات.

ومن شأن مؤشر أثر كسب التأييد أن يكونمنطقياً فقط في حال كانتالقضيةتخضع للرصد والمراقبة على مدار فترة من الزمن، وعليه يجب تخصيص بطاقة منفصلة لقياس كل فترة زمنية على حدة.

وإذا كانت العلامة التي يتوجب منحها لأنشطة كسب التأييد أو التواصل مع وسائل الإعلام تقع بين مستويين من العلامات، فمن المفترض في هذه الحالة، اختيار علامة ذات قيمة أعلى من المستوى الأدنى وأقل من المستوى الأعلى وفقاً لما يتناسب مع الحالة، حيث يعود السبب في حدوث التغير في مستوى العلامة الممنوحة إلى استمرارية أنشطة كسب التأييد. وبهذه الطريقة، نستطيع من خلال التعرف على درجة التغير في العلامة، قياس أثر مبادرة كسب التأييد والتغير الحاصل في البيئة.

إننا نقترح أن تضع منظمتك غير الحكومية علامة للقضية مرة واحدة على الأقل في السنة، وكل ستة أشهر في حال وجود حملات مكثفة أكثر.

يجب كتابة عنوان القضية في الزاوية العلوية اليسرى من البطاقة، والتاريخ في وسط البطاقة، والعلامة في الزاوية العلويةاليمنى للبطاقة.

كما يجب تقديم وكتابةوصفٍ تفصيلي عن الوضع الحالي والأسس التي تم الإعتماد عليها لمنح العلامة في الجزء العلوي من البطاقة

وفي حال عدم وجود علامة تشرح الوضع الحالي بشكل دقيق، يتوجب القيام بتحديد علامتين بحيث تكون كل واحدة منهماالأقرب لوصف الحالة، وعلى أثر ذلك القيام بتعيين علامة عشرية بينهما. على سبيل المثال: إذا تم إقرار قانون ما وتم تخصيص ميزانية خاصة لتنفيذه بالرغم من أنّ عملية التنفيذ لم تبدأ بعد، فبالإمكان تعيين علامة 9.5 لهذه الحالة، وهي أعلى من علامة 9 (التي تعطى عند إقرار القانون) وأقل من 10 (والتي تعطى عندما يكون القانون قيد التنفيذ). وبمجرد القيام بذلك، يتوجب إضافة العلامة التي تم منحها مسبقاً وهي (9.5)،بالإضافة إلى الأسس التي تم الإعتماد عليها لوضع العلامة في الجدولالخاص بعلامات مؤشر أثر كسب التأييد والذي يتم تحديثه باستمرار.

كماينبغيمراجعة العلامات السابقة والأسس التي أعتمدت لمنح هذه العلامات قبل البدء بتقييم الوضع لوضعالعلامة التالية، ويجب أن ينتج تخصيصالعلاماتعن جهد جماعي من قبلأفراد الفريق، ومن الأفضل أن يتم تحديد موعد لقاء مع اللجنة التوجيهية وراجع التطورات التي حصلت في الحملة والمجتمع منذ آخر علامة تم منحها.

أما في الجزء السفلي من البطاقة، فيجب تدوينأنشطة الحملة والتطورات التي حصلت في المجتمع بالإضافة إلى المخاطر والفرصالتي تم رصدهافي الفترة ما بين منح العلامة الأولى ومنح العلامة الثانية، والتي يسود الإعتقادبأنها ساهمت بتغيير العلامة السابقة إلى العلامة الحالية.

في النهاية، يجبالقيام بإعداد قائمة بأسماء جميع الأشخاص الذي اشتركوا في عملية تحديد العلامة، وضع هذه القائمة في أسفل الصفحة، وذلك حتى يمكن التواصل معهم لاستشارتهم في المستقبل إذا ما دعت الحاجة إلى الحصول على معلومات إضافية.

4. 4. 2. 4. نموذج بطاقة العلامات

القضية:..... التاريخ:..... العلامة:.....

الأسس المعتمدة لاختيار العلامة:

(يجب توخي أن تكون الإجابة محددة قدر الإمكان، ومن الممكن إيراد عدد من التقارير الإعلامية الإيجابية والسلبية، والإجتماعات التي عقدت مع المسؤولين الرسميين، والفعاليات العامة، والحملات التسويقية، والنقاشات، وأجزاء من السياسة العامة الموضوعة وما إلى ذلك)

العوامل المؤثرة:

(ما هي الأحداث أو التغييرات التي حدثت خلال الفترة، منذ آخر علامة تم منحها، والتي قد تكون أثرت على القضية؟ ما الذي فعله فريق المنظمة العاملة أو المنظمات غير الحكومية الأخرى في إطار عمل الحملة؟ ماذا حدث في المجتمع الذي ساعد فريق العمل في قضيته أو كان ضد قضيته؟ ماذا حدث داخل مؤسسات صنع القرار؟

أسماء أعضاء لجنة وضع العلامات: