برنامج المجتمع المدني العراقي

Iraq Civil Society Program

الدليل الإرشادي

لمساعدة منظمات المجتمع المدني على توعية المجتمع للحد من الفســـاد الإداري

صدر هذا الدليل في أبريل 2006

الفساد الإداري

مقدمة

تعتبر ظاهرة الفساد الإداري من أبرز المشكلات التي اتفقت تقارير الخبراء والمتخصصين علي ضرورة مكافحتها وتطويقها وعلاجها خاصة في الدول النامية كهدف أساسي لابد من تحقيقه. ومن الجدير بالذكر أن الدول النامية لا تنفرد وحدها بهذه الظاهرة ولكن الفساد الإداري موجود أيضا في المجتمعات المتقدمة. ولا يوجد اتفاق أو إجماع حول تعريف الفساد الإداري فمنهم من يربطه بالبعد الحضاري وما فيه من قيم وتقاليد ونظم عقائدية وسياسية وبيئية، ومنهم من جعل الفساد الإداري نتاج التسيب وسوء الإدارة أو استجابة للحاجة والعوز أو رد فعل لأوضاع سياسية أو نفسية أو اجتماعية محددة.

ولا يعد اهتمام المجتمع الدولي بمسائل الفساد ظاهرة عابرة، إذ صار من المسلم به حاليا أن الفساد يؤدي إلي عرقلة النمو الاقتصادي والاجتماعي، علاوة على ما قد يسفر عنه من انتهاكات لحقوق الإنسان في الدول التي يمارس فيها. ومن ثم، كان على كل الأطراف الفاعلة، بما فيها الحكومات والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني العمل على وضع حلول لهذه الظاهرة وتنفيذها.

وفي اطار هذا الجهد من المهم في البداية ان تتوفر لدي المجتمع المعارف والمعلومات لإجراء التغيرات التشريعية او الادارية الفعالة بما يكفي لاحتواء الفساد كما يلزم ان تعمل يدا في يد القطاعات الرئيسية الثلاث الفاعلة في المجتمع وهي: **المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص، ومنظمات المجتمع المدني**، وثمة حاجة الى تضافر طاقات هذه العناصر الثلاثة لضمان احداث تغير إيجابي في اتجاهات ومواقف أفراد المجتمع من اجل تحقيق اصلاحات هادفة تواجه تلك الظاهرة السلبية.

تعريف الفساد الإداري

يستحيل على المرء أن لا يذوق عسلا أو سماً امتد إليه لسانه، فأنه يستحيل أيضا على من يدير أموال الحكومة ألا يذوق من ثروة الملك ولو نزرا قليلا.

{من كتابات كوتيليا " رئيس وزراء الملك في الهند القديمة " 300 قبل الميلاد }

الفساد: في اللغة هو العطب والتلف وخروج الشيء عن الاعتدال ونقيضه الصلاح. وقد وردت مادة فسد في القران الكريم في خمسين آية تضمنت شتى أنواع الفساد مبينة خطورته ونتائجه السيئة وحذرت المفسدين كما في قوله تعالى: { وأصلح ولا تتبع سبيل المفسدين }.

أما عن تعريف الفساد الإداري، فإنه يعني استغلال موظفي الدولة لمواقع عملهم وصلاحياتهم للحصول على كسب غير مشروع أو منافع ومآرب شخصية يتعذر تحقيقها بطرق مشروعة. وبعبارة أخرى، هو سلوك غير رسمي تفرضه ظروف معينة، ويقتضيه التحول الاجتماعي والاقتصادي الذي تتعرض له المجتمعات من حين لآخر.

ويعرّف صندوق النقد الدولي الفساد الإداري في تقريره الصادر عام 1996 بأنه: سوء استخدام السلطة العامة من اجل الحصول على مكسب خاص يتحقق حينما يتقبل الموظف الرسمي رشوة أو يطلبها أو يستجديها ويبتزها.

وجاء في موسوعة العلوم الاجتماعية تعريف الفساد الإداري: بأنه استخدام النفوذ العام لتحقيق أرباح أو منافع خاصة بما في ذلك، كافة أنواع رشاوى المسئولين المحليين أو الوطنيين أو السياسيين أو القضاء. ولكنه يستبعد الرشاوى التي تحدث في مؤسسات القطاع الخاص.

أنماط الفساد الإداري:

هناك ثلاثة أنواع رئيسية للفساد الإداري هي: العرضي أو الصغير، والفساد المنتظم والفساد الشامل، وفيما يلي تفصيل كل نوع:

1. الفساد العرضي أو الصغير Petty Corruption، وهو التعبير الذي صكه البنك الدولي، ويشير إلى كافة أشكال الفساد الصغيرة والعرضية التي تعبر عن سلوك شخصي أكثر مما تعبر عن نظام عام بالمنظمة. مثال على ذلك: الاختلاس والاستحواذ على نطاق صغير بما في ذلك تلقي الرشاوى، والمحسوبية، وسرقة الأدوات المكتبية أو بعض المبالغ الصغيرة، أو المبالغة في تقدير أثمان الأنشطة أو الجهود الميدانية من خلال الادعاء باستخدام عمالة أكثر مما جرى الاستعانة بها بالفعل بهدف الحصول على المكافآت والرواتب الخاصة بهم.

2. الفساد المنتظم أو النظامي Systematic Corruption، وهو الذي يحدث حين تتحول إدارة المنظمة إلى إدارة فساد. بمعنى آخر أن يدير العمل برمته شبكة مترابطة للفساد يستفيد ويعتمد كل عنصر منها على الآخر. مثال على ذلك، الفساد الذي يحدث نتيجة شبكة من الفساد تضم رئيس الدائرة ومدير المشروعات والمسئولين عن الشئون المالية.

3. الفساد الشامل، وهو النهب الواسع النطاق لأموال وممتلكات المجتمع عن طريق صفقات وهمية، أو تسديد أثمان سلع وهمية؛ تحويل ممتلكات عامة إلى مصالح خاصة بدعوى المصلحة الوطنية، الرشاوى والعمولات، التواطؤ من أجل سلب العموم؛ النهب والاستحواذ على نطاق واسع عن طريق المناقصات العامة،ومنح الامتيازات الاقتصادية الخاصة وتقديم الهبات والرشاوى السياسية الكبيرة لتحقيق أغراض سياسية.

تحليل الفساد الإداري:

يمكن التركيز من الناحية التحليلية على أربعة اتجاهات رئيسية، يركز كل منها على أحد جوانب مفهوم الفساد الإداري على النحو التالي:

الاتجاه الأول: ويركز على الوظيفة العامة، وينظر إلى ظاهرة الفساد الإدارياعتبارها خروج للموظف عن مقتضيات الوظيفة العامة والقواعد المحددة لها التي يتعين عليه الالتزام بها رغبة منه في تحقيق نفع خاص على حساب هذه الوظيفة.

الاتجاه الثاني: ويركز على إدخال منطق وتأثير السوق أو الوضع الاقتصادي للدولة على الوظيفة العامة، حيث يكون على المواطن أو الموظف دفع أسعار عالية للحصول على المنافع المرغوبة من سلع وخدمات.

الاتجاه الثالث: ويركز على المصلحة العامة من حيث ممارسة الموظف للسلطة الرسمية تحت ستار المشروعية القانونية لتحقيق مصالح خاصة على حساب المصلحة العامة.

الاتجاه الرابع: ويركز على السلوك الأخلاقي، الذي يتمثل في الخروج عن القواعد والمعايير الأخلاقية لتحقيق مآرب خاصة، غالبا ما تكون على حساب المصلحة العامة.

مظاهر الفساد الإداري

المجموعة الأولى: الفساد التنظيمي:

1- عدم احترام وقت العمل
2- امتناع الموظف عن تأدية العمل المطلوب منه
3- التراخي
4- عدم الالتزام بأوامر وتعليمات الرؤساء
5- النكوص (الإحجام عن العمل)
6- السلبية والانعزالية
7- عدم تحمل المسؤولية
8- إفشاء أسرار العمل

المجموعة الثانية: الانحرافات السلوكية:

1- عدم المحافظة على كرامة الوظيفة
2- جمع الموظف بين الوظيفة وبين أعمال أخرى
3- سوء استعمال السلطة

4-المحسوبية
5- الوساطة

المجموعة الثالثة: الانحرافات المالية:

1- مخالفة القواعد والأحكام المالية المنصوص عليها بالقانون
2- مخالفة القواعد والأحكام المالية المنصوص عليها داخل المنظمة
3- مخالفة التعليمات الخاصة بأجهزة الرقابة المالية
4- فرض المغارم
5- الإسراف أو إهدار المال العام

المجموعة الرابعة: الانحرافات الجنائية:

1- الرشوة
2-اختلاس المال العام
3- التزوير

الآثار السلبية للفساد :

يترتب على الفساد عدد من الآثار السلبية التي تقوض البنية المؤسسية للإدارة الحكومية، من بينها:

1. يؤدى الفساد إلى هز مصداقية وثقة الجمهور في منظمات المجتمع المختلفة، مما قد يؤدي إلى شيوع مشاعر السخط وعدم الرضاء بين أصحاب المصلحة/الجمهور وبين منظمات المجتمع، وقد يتجهوا إلى نقدها بشكل علني، مما يؤثر سلباً على شرعيتها.
2. يؤدى الفساد إلى إثراء القلة على حساب الكثرة، مما يساعد على تعميق الفجوة بين من يملكون ومن لا يملكون. و تصبح "الخدمات العامة" مسألة خاضعة للبيع والشراء، مما يؤدى إلى خلق حالة من التمييز والطبقية وعدم العدالة داخل المجتمع.
3. يقضى الفساد على أهم ما يجب أن يتصف به العمل في المجتمع – وهو الاستقرار والتوقع Predictability بحيث يحل الفساد أو الممارسات اللا أخلاقية "الخاصة" محل القواعد "العامة" المعروفة سلفاً للجميع.
4. يؤدي الفساد إلى ظهور حالة "الصفوة" التي لا أساس لها، حيث يؤدى إثراء القائمين على العمل في المنظمات المختلفة إلى حالة إثراء "غير مبررة".

أسباب الفساد:

هناك جملة من الأسباب المتنوعة التي تؤدى إلى شيوع الفساد والممارسات اللاأخلاقية داخل منظمات المجتمع المختلفة وهي كالتالي:

أ – أسباب ترجع إلى طبيعة المنظمة:

هناك أسباب تكمن في طبيعة المنظمة وهي:

- إذا زاد اعتماد المنظمة على التمويل الأجنبي في ظل ضعف أنظمة الرقابة والمساءلة قد يؤدى ذلك إلى إيجاد بيئة تسمح بانتشار الفساد.
- إذا كانت القيادات التي تتولى العمل في المنظمة تميل إلى احتكار السلطة وعدم الاهتمام بمشاركة المواطنين فإن ذلك قد يكون سبباً في تفشى الفساد.
- إذا تولت العمل التنفيذي بالمنظمة نخبة إدارية "منغلقة" تمارس العمل بشكل نمطي، فقد يؤدى ذلك إلى ظهور ما يعرف باسم البرجوازية البيروقراطية. ومن أهم سمات هذه الحالة : وجود نخبة إدارية لم تتغير منذ فترة طويلة تدير العمل ، وتقوم بإغلاق النوافذ أمام معرفة ما يجرى داخل المنظمة. ونظراً لبقائهم في مواقعهم لمدة طويلة فقد أصبحوا أكثر احترافا في مواجهة كافة سبل وأشكال المساءلة.
- إذا كانت القواعد الحاكمة للعمل في المنظمة جامدة Rigid على نحو يضع العديد من "العراقيل" الإدارية و"الروتين" قد يكون ذلك عاملاً وراء انتشار الفساد.

ب – الفقر والأجر المتدني:

يعتبر الفقر وتدنى معدلات الأجور من الأسباب التي تؤدى إلى انتشار الفساد في المجتمع في دول العالم الثالث، وعادة يؤدى تراجع سعر العملة وزيادة معدلات التضخم إلى ضعف القدرة الشرائية للعملة الوطنية مما يعمق الإحساس بالفجوة بين المأمول والمتوقع، وبالتالي قيام العاملين ببعض الممارسات اللا أخلاقية لتعويض أجورهم المتدنية.

ويلاحظ بصفة خاصة في مجال الدوائر الحكومية أن الخلل في مستوى الرواتب بين القيادات العليا والعاملين على المستوى التنفيذي قد يكون سبباً وراء شيوع الفساد حيث يشعر صغار العاملين في الميدان أنهم يتحملون العبء الأكبر في العمل ولا يحصلون على ما يستحقونه من رواتب ومزايا مالية، الأمر الذي قد يدفعهم إما إلى القيام بوظائفهم بفتور شديد أو إلى الفساد. ويعود كل من الأمرين بالسلب على المجتمع ككل، و يرتبط ذلك ارتباطا وثيقاً بضعف أنظمة الرقابة والمحاسبة الداخلية في العديد من الدوائر الحكومية، وهو ما يمنح صغار العاملين على المستوى التنفيذي صلاحيات واسعة وسلطات تقديرية.

جـ – العوامل الثقافية:

يولى العديد من الدارسين لظاهرة الفساد في المجتمع دوراً للعوامل الثقافية، حيث لاحظوا أن القيم التي تسود العمل قد لا تساعد على نشوء نظام إداري حديث يتسم بالموضوعية والنزاهة والحياد. فمثلاً يكون الولاء الضيق للأسرة أو القبيلة أو العشيرة أو لدين بعينه من الممارسات المستقرة والتي يكون الخروج عليها "عاراً" اجتماعيا. هذه القيم تشجع بصورة متسعة على تبنى ممارسات لا أخلاقية في العمل المؤسسي وتجعل من الفساد "آلية" لإدارة العمل. ومن الملاحظ أنه كلما ضعف الولاء الوطني، وكلما ضعف دور الحكومة في سد مطالب الجماهير المتزايدة ينسحب المواطنون – عادة – إلى الو لاءات الأولية Primordial بحثاً عن شبكة أمان اجتماعي بديلة.

د – العوامل التنظيمية:

هناك العديد من العوامل التنظيمية التي تشكل ظروفاً مواتية للفساد، منها:

- **مركزية صنع القرار:** إذا كان نمط صناعة القرار داخل المنظمة يتسم بالمركزية الشديدة دون إشراك مختلف المستويات الإدارية في صناعة القرار فإن ذلك يكون عاملاً أساسياً

  وراء انتشار الفساد، هنا قد ينشأ ما يعرف في أدبيات الإدارة باسم علاقة السيد بالتابع Patron – client Relationship يقصد بها أن يتحول العاملون في المنظمة إلى عملاء clients للسيد / المدير الذي يتمتع وحده بسلطة اتخاذ القرارات، ويمنح السيد أتباعه مزايا مالية نظير تبعيتهم له. وتتحول المنظمة بأسرها إلى كيان مؤسسي يتمحور حول شخص المدير
- **بطء عملية الإدارة :** تؤدى المركزية الشديدة، في صناعة القرار إلى بطء عملية وضع البرامج وتنفيذها داخل المنظمات، في بعض الحالات قد يكون ذلك سبباً وراء اللجوء إلى سلاح "المال" للإسراع بالعملية الإدارية داخل الدائرة.
- **ضعف أنظمة الرقابة والمساءلة:**

  يؤدى ضعف أنظمة الرقابة – المالية والإدارية – والمساءلة إلى إيجاد مناخ موات للفساد. ويحتاج تفعيل المساءلة إلى دعم الشفافية، وتداول المعلومات، وإيجاد أنظمة محاسبية متطورة، وتمكين أصحاب المصلحة Stakeholders للمشاركة في عملية تنفيذ المشروعات، ومساءلة القائمين على تنفيذ هذه المشروعات.

سبل مكافحة الفساد :

تأخذ سبل مكافحة الفساد والسلوكيات اللاأخلاقية عدة أشكال تدور في مجملها حول تجفيف المنابع التي تشجع على وجود الفساد في المنظمة والتي سبق الحديث عنها.

ويمكن تلخيص هذه الأساليب فيما يلي :

1 – تقوية أنظمة المساءلة والشفافية داخل منظمات المجتمع.

2 – تقوية دور المواطنين في المجتمع الذين يستطيعون دائماً الحفاظ عل نزاهة عملية تنفيذ البرامج التنموية على أرض الواقع.

3 – تبنى المنظمة لما يعرف باسم "الميثاق الأخلاقي" ويشمل جملة المبادئ اللاأخلاقية التي يجب على العاملين بالمنظمة احترامها والعمل بمقتضاها (مثل التأكيد على عدم استخدام موارد المنظمة وإمكاناتها في غير الأغراض التي خصصت لأجلها). إن الإعلان عن هذه المبادئ قد يشكل جداراً أخلاقياً لكل شخص /فرد في مواجهة إغراءات سوء استخدام الموقع الوظيفي.

4 – التأكيد على أن يكون نظام الإدارة السائد في المنظمة يقوم على عدد من المبادئ الأساسية التي يصعب أن ينتشر الفساد في ظل وجودها مثل الانفتاح والديمقراطية والمشاركة وتداول المعلومات، يساعد ذلك على تحقيق النزاهة في العمل.

المجتمع المدني ومحاربة الفساد الإداري

المجتمع المدني هو شبكة العمل التطوعي التي تشمل جميع المؤسسات والمنظمات غير الحكومية التي يقوم بتشكيلها أفراد المجتمع وذلك لتحقيق رسالة واحدة هي المساهمة في تنمية المجتمع ورفع مستوي معيشة أفراده.

وعليه فإن المجتمع المدني هو الإطار الذي ينظم علاقات الأفراد والجماعات والمؤسسات علي أسس ديمقراطية، أي ذلك المجتمع الذي تحترم فيه حقوق المواطن السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، أي المجتمع الذي تقوم فيه دولة المؤسسات ويشمل جميع المؤسسات والتنظيمات غير الحكومية التي تملأ الفجوة بين الدولة والمجتمع الصغير ممثلا في الأسرة أو العشيرة.

ويقصد بالمجتمع المدني تلك المنظمات غير الحكومية/منظمات المجتمع المدني وغير الأرثية التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة وتنشأ لخدمة قضية أو تحقيق مصلحة أو التعبير عن هموم ومشاعر مشتركة بشكل سلمي متحضر. ومن أمثلة منظمات المجتمع المدني الأحزاب السياسية والمنظمات غير الحكومية والنقابات والروابط المهنية. وتتسم هذه المنظمات بعدة سمات:

- عضوية هذه المنظمات اختيارية حيث ينضم الأفراد لهذه المنظمات بإرادتهم الحرة تحقيقاً لمصلحة مادية أو معنوية. وتختلف عضوية منظمات المجتمع المدني عن عضوية التكوينات الأرثية Primordial التي ينضم إليها الأفراد بسبب صدفة الميلاد (الأسرة ـ العشيرة ـ القبيلة ـ الجماعة الدينية).
- هذه المنظمات تملأ المجال العام بين الأسرة (أصغر وحدة أرثية) وبين الدولة (الكيان السيادي الأكبر) حيث تخلق شبكة أمان اجتماعي Safety Network وذلك من خلال تمثيل الأفراد وبلورة مطالبهم والتعبير عنها بشكل سلمي متحضر.
- هذه المنظمات تعد منظمات مجتمعية لتعليم وممارسة الديمقراطية وينضم الأفراد لعضوية هذه المنظمات بإرادتهم الحرة المنفردة دون التمتع بأي أفضلية ناتجة عن انتماء أسري أو قبلي أو ديني. ويتعلم الأفراد داخل المنظمات الديمقراطية من خلال النقاش والتعبير عن الرأي والترشيح والانتخابات والمساءلة وتبادل المواقع.

ما هو الرادع المجتمعي لممارسات الفساد؟:

1. الخوف من:

- التعرض للمراقبة
- العقوبة

2. **الوعي / الإدراك:**
   - للأنظمة الغير قانونية
   - للعواقب
3. **الفضيحة / وصم العار:**
   - النشر الإعلامي للتحقيقات والإجراءات القانونية

منظمات المجتمع المدني ومحاربة الفساد الإداري:

هناك علاقة عكسية بين مستوى الفساد ومستوى نشاط منظمات المجتمع المدني، إذ كلما زاد الفساد في مجتمع ما كان ذلك علامة على انحسار دور منظمات المجتمع المدني وبالمثل، فإن تدني جهود المجتمع المدني يؤدي إلى تفاقم ظاهرة الفساد في المجتمع. ومن ثم، يجب توجيه كل ما يلزم من جهود وموارد للعمل على ظهور مجتمع مدني مبدع وحيوي وفي إطار قانوني يستطيع المجتمع المدني من خلاله أن يقيم مؤسساته وأن يؤدي دوره في محاربة الفساد بالتعاون مع باقي مؤسسات ومنظمات المجتمع. وهنا تبرز الأسئلة الهامة التالية:

1. **هل لدى المجتمع المدني تخويل أو تفويض لمحاربة الفساد؟**

   في حقيقة الأمر، يكتسب المجتمع المدني شرعيته من القاعدة الشعبية العريضة والجماهير التي يمثلها، وذلك لما يقوم به من دور في الدفاع عن المصلحة العامّة واهتمامه بقضايا حقوق الإنسان والبيئة والصحة والتعليم..إلخ.

2. **كيف يستطيع المجتمع محاربة الفساد ؟**

   تتكون عملية محاربة الفساد في أي مجتمع من ثلاثة عناصر رئيسية هي :
   - منع الفساد
   - كشف الفساد
   - اتخاذ الاجراءت الرادعة

3. **ما الذي يمكن أن يقوم به المجتمع المدني لمحاربة الفساد؟**
   - التوعية / زيادة الوعي لدى أفراد المجتمع
   - الدعم والمساندة / الدعوة

وتعد التوعية إحدى الوسائل الهامة التي يمكن لمنظمات المجتمع المدني من خلالها إعلام الجمهور بمساوئ وأخطار الفساد، وتطوير الأدوات اللازمة لمحاربته والقضاء عليه.

في حين تعد جهود المساندة والدعوة من أكثر الأساليب فعالية في التأثير على وضع وصياغة القوانين والسياسات ذات الصلة بمحاربة الفساد.

أهمية دور منظمات المجتمع المدني في محاربة الفساد الإداري:

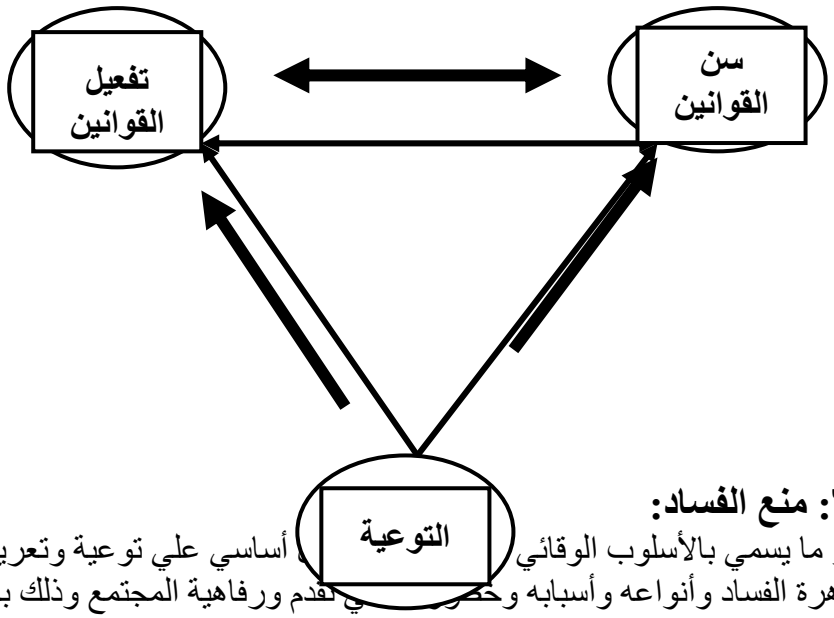
- لمنظمات المجتمع المدني دور حاسم في وضع سياسات وبرامج عمل لمحاربة الفساد.
- لمنظمات المجتمع المدني القدرة على تشخيص وتحديد مواطن وأسباب الفساد.
- تعتبر منظمات المجتمع المدني أداة فعالة ومؤثرة في مراقبة وتنفيذ برامج العمل لمحاربة الفساد.
- منظمات المجتمع المدني لها أفضلية حقيقية لقدرتها على حشد الخبرات والموارد والإمكانيات التي يمكن استخدامها في محاربة الفساد.
- منظمات المجتمع المدني لديها المصداقية في الدفاع عن مصالح الوطن وممتلكاته.
- منظمات المجتمع المدني يمكنها حشد القاعدة الشعبية وتعبئة المواطنين للضغط علي صناع القرار لسن وتفعيل تطبيق القوانين اللازمة لمواجهة الفساد.

كيف تستطيع منظمات المجتمع المدني أن تحارب الفساد ؟

يمكن مواجهة ظاهرة الفساد من خلال ثلاث عناصر رئيسية:

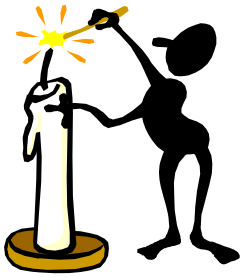
1. **منع الفساد**: وهو ما يسمي بالأسلوب الوقائي والذي يعتمد بشكل أساسي علي توعية وتعريف المواطنين بظاهرة الفساد وأنواعه وأسبابه وخطورته علي تقدم ورفاهية المجتمع وذلك باستخدام أساليب وأدوات التوعية والتثقيف والتعريف بالفساد وخطورته علي المجتمع Awareness raising
2. **كشف الفساد**: وهو ما يسمي بالأسلوب العلاجي والذي يعمل علي تمكين منظمات المجتمع المختلفة من المشاركة بفاعلية في مراقبة ممارسات وأداء المؤسسات الحكومية لرصد وكشف الأنواع المختلفة من الفساد باستخدام آليات المساءلة والشفافية Transparency & Accountability.
3. **مواجهة الفساد**: وذلك باتخاذ الاجراءت الرادعة لمنع انتشار الفساد والحد منه وتكوين رأي عام قوي داخل المجتمع لمحاربة تلك الظاهرة وذلك باستخدام أسلوب تنظيم حملات الدعوة والمساندة Advocacy Campaigns لبناء قاعدة شعبية وتشكيل التحالفات لدعم ومساندة الجهود الرامية لمواجهة ظاهرة الفساد.

يوضح الشكل التالي تكامل العناصر الثلاثة السابقة لمواجهة ظاهرة الفساد، حيث يتبين لنا أهمية التوعية كمدخل أساسي في بناء وعي المجتمع وتمكينه من حشد كل موارده وخبراته وإمكانياته من أجل بناء آليات وتحالفات تمكن المواطنين من الضغط علي صناع القرار من أجل سن وتفعيل تطبيق القوانين والقرارات اللازمة لمواجهة ظاهرة الفساد في المجتمع.



أولا: منع الفساد:

وهو ما يسمي بالأسلوب الوقائي أساسي علي توعية وتعريف المواطنين بظاهرة الفساد وأنواعه وأسبابه وخطورته علي تقدم ورفاهية المجتمع وذلك باستخدام أساليب وأدوات التوعية والتثقيف والتعريف بالفساد وخطورته علي المجتمع Awareness raising



التوعية كأحد المداخل لوقاية المجتمع من الفساد:

تعريفات:

التوعية هي عملية اتصال تهدف إلى نقل مجموعة من المعارف والأفكار والاتجاهات الايجابية مستخدمين في ذلك الوسائل المناسبة و الرسائل المؤثرة لإحداث التغيير في السلوكيات.

التوعية :هي عملية اتصال أو تبادل رسائل و معلومات محددة بين طرفين و تعتمد عملية التوعية علي نقل المعرفة و اكتساب المهارات و تغيير الاتجاهات و تعديل السلوك

التوعية هي عملية تسويق لفكرة معينة بهدف إحداث تغيير في الاتجاه و تعديل في السلوك

أهمية التوعية:

1-إكساب معرفة جديدة أو تأكيد وزيادة معرفة قائمة
2- تغيير في الاتجاه والسلوكيات
3- حث المواطنين على المشاركة في حل مشاكلهم بأنفسهم والتالي، تحقيق التنمية المستدامة.

مبادئ التوعية الفعالة:

1. تزيد فاعلية التوعية كلما كانت هناك رغبة في التغيير
2. تزيد فاعلية التوعية كلما كان هناك قبول بين المسئول عن التوعية وبين المستهدفين
3. تزيد فاعلية وتأثير عملية التوعية كلما تنوعت وسائل التوعية وتناولت أكبر عدد ممكن من الحواس
4. تزيد فاعلية وتأثير عملية التوعية كلما كانت مركزة نحو هدف محدد وواضح
5. تزيد فاعلية وتأثير عملية التوعية كلما وضحت رسائل التوعية
6. تزيد فاعلية وتأثير عملية التوعية إذا شعر المستهدفين منها أنها تتناول أمرا يمس حياتهم ويعود عليهم بالنفع

عوامل نجاح حملات التوعية:

1. التشجيع المستمر للمستهدف مما يشجعه علي المزيد من المشاركة
2. الوضوح و تكرار المعلومة بطرق متعددة للتأكد من وصول المعلومة بشكل صحيح وكامل
3. استخدام الاتصال غير اللفظي الذي يتمشى مع الاتصال اللفظي بما في ذلك الابتسامة والتقاء العينين والإنصات الجيد
4. القدرة علي الإقناع
5. التدرج و المرونة في عرض الرسالة
6. اختيار الوقت المناسب لعرض الرسالة
7. مناسبة الوسيلة لجمهور المستهدفين
8. ملائمة الرسالة للوسيلة المستخدمة
9. مصداقية مسئول لدي المستهدفين من التوعية
10. أن يكون لدى مسئول المعرفة الجيدة بموضوع التوعية
11. أن تكون الرسالة واضحة و بسيطة و قابلة للتطبيق و واقعية و مأخوذة من البيئة

معوقات عملية التوعية:

- الاختيار الخاطئ لمسئول التوعية
- عدم اختيار الوقت المناسب للتوعية
- عدم اختيار الرسالة المناسبة
- عدم مصداقية الرسالة
- الرسالة معقدة
- عدم ملائمة الوسيلة للجمهور

- عدم التنويع في استخدام الوسائل التوضيحية
- التشويش
- تناقض الرسائل
- قلة الوقت
- الأمية
- العادات و التقاليد
- السلبية
- نقص التمويل
- استخدام وسيلة واحدة

مراحل عملية التوعية

1-مرحلة الانتباه للفكرة:

يتعرف فيها الفرد أو المستقبل لأول مرة علي فكرة ما.

2-مرحلة الاهتمام و الرغبة في المعرفة:

يكون لدي الفرد رغبة لتقصي الحقائق و جمع المعلومات عن الفكرة الجديدة

3- التقييم و المفاضلة:

في هذه المرحلة، تتم المفاضلة بين الفكر القديم و الجديد ويقوم الفرد بأخذ القرار بتبني الأسلوب أو الفكرة الجديدة أو التخلي عنها

4- مرحلة التجريب

علي ضوء معرفته بالمعلومات الجديدة يقوم الشخص بالتجريب و تطبيق الأسلوب أو الفكرة الجديدة علي نطاق ضيق حتى يتمكن من لمس نتائج هذه الفكرة

5-مرحلة الممارسة المستمرة

يكون الفرد مقتنعا تماما بنجاح و فائدة الفكرة فيقرر الاستمرار في استخدامها و تصبح جزء من سلوكه

المهارات المطلوبة في عملية التوعية

أولا: مهارة الإقناع:

هي إحدى المهارات اللازمة لأي فرد يعمل في مجال التوعية وتعتمد بالأساس علي مهارات الاتصال خلال المقابلات الشخصية والمناقشات الجماعية والحديث مع القيادات. ويعرف الإقناع في هذا السياق بأنه ترغيب الآخرين عن طريق العقل والمنطق والمعرفة لقبول تغير آرائهم أو اتجاهاتهم و سلوكياتهم

ولنجاح عملية الاقناع، هناك بعض الإرشادات يجب اتباعها هي:

1. اقتنع أنت أولا بما تحاول إقناع الآخرين به
2. جهز نفسك بأ تعرف من ستقنع و كيف و لماذا؟
3. من المعروف أن المصالح و القيم هي التي تحرك الناس ومن ثم، فإن دورك هو اكتشاف هذه المصالح حتى تستطيع التعامل معها بصورة فعالة
4. استخدم أسلوبا مناسبا لعرض فكرتك
5. استخدم كل ما لديك من مهارات وأدوات الاتصال الجيد (المعلومات والإشارات وحركات الجسم)
6. قسم الموضوع حتى تسهل عليك المهمة
7. كن صبورا طويل البال و لا تكن يئوسا
8. ضع نفسك مكان من تحدثه و احترم وجهة نظرة
9. أنصت لتعليقات من تحدثه
10. لا تهاجم وجهة نظر من أمامك حتى لا تبدو متعصبا لأفكارك

وهنا تجب الاشارة إلى أن الاقناع لا يحدث من جولة واحدة، وهناك بعض الحالات يكون من الصعب إقناع الآخرين بالأفكار الجديدة وذلك لان الإنسان غالبا ما يكون في حالة توائم مع أفكاره وبالتالي، تكون ردود أفعاله على النحو التالي:

أما ينكر الفكرة أو يتعايش معها أو يبحث عن أفكار تفسد الأفكار الجديدة

ثانيا: مهارات التحدث:

التحدث مع الآخرين عملية يمارسها الإنسان منذ الصغر في أشكال و صور مختلفة و لذلك فان التحدث فن يمكن تعلمه

كيف تعد نفسك قبل الحديث:

1. **الإعداد الجيد للموضوع هو خير مصادر الثقة**

يتضمن الاعداد الجيد التأكد من فهمك للموضوع الذي ستتحدث فيه و أن تكون ملما بكل جوانبه، بالإضافة إلى الاجابة عن الأسئلة التالية:

- إلى من سوف تتحدث؟
- كيف ستتحدث؟
- كيف تستطيع أن تتأكد من أنك قد أرسلت فكرتك بشكل واضح و مفهوم؟
- كيف ستقيس مدي اقتناع من أمامك بحديثك؟

2. **تكوين فكرة مسبقة عن الشخص الذي ستتحدث إليه؟**

- من هو الشخص أو الجمهور الذي ستتحدث إليه؟
- ما هي ثقافته-لغته-تعليمه-خلفياته-اهتماماته؟
- ماذا تعرف عن أفكاره المسبقة ؟

3. **تجهيز المواد المساعدة لتدعم بها حديثك**

- خرائط – إحصائيات - رسوم توضيحية –صور فوتوغرافية

4. **الاسترخاء الذهني**

- تأكد من انك لو نجحت في الانتهاء من الخطوات من 1 إلى 3 ستتمكن من الاسترخاء ذهنيا

5. **الاسترخاء العضلي**

- تأكد انك إذا نجحت في الانتهاء من الخطوة 4 ستتمكن من الاسترخاء عضليا

6. **اختيار الزي الملائم**

لكي تكون متحدثا جيدا، وظف:

أولا: تعبيرات وجهك: تجنب الوجه غير المعبر و التعبيرات المبالغ فيها وتعبيرات الضيق

ثانيا: الاتصال بالعينين: تجنب النظرات الحادة و النظر المباشر عن قرب

ثالثا: حركتك: تجنب الانحناء والحركة المتكررة كبندول الساعة

رابعا: مظهرك العام: تجنب الملابس غير اللائقة أو المبالغ فيها

خامسا: صوتك: تجنب اللعثمة و الصوت المنخفض والحديث المستمر علي نغمة واحدة

الوصايا العشر للمتحدث الجيد:

1. أعطى انطباعا بالحيوية والروح المتفائلة
2. اعرف نقاط ضعفك في الحديث
3. كن طبيعيا
4. اجعل تعبيراتك مرتبطة بالموضوع الذي تتحدث فيه
5. صحح كلماتك عندما تخطئ
6. كن هادئا في حركة رأسك
7. تكلم بصوت واضح وبصوت مرتفع

8. تنفس بهدوء و انتظام
9. تجنب البرطمة
10. قابل النقد بابتسامة ثقة

ثالثا: مهارة الإنصات:

الإنصات هو تركيز الانتباه علي آراء وأفكار ومشاعر وتعبيرات الآخرين اللغوية و الجسدية وعدم الاعتماد علي محتوي الكلمات ولكن الوصول إلى اتجاهات المتحدث

الفرق بين الاستماع و الإنصات

الاستماع قاصر علي استقبال الرسالة عضويا عن طريق إحدى الحواس العضوية أو بعضها/جميعها (الأذن/العين/الأنف/الإحساس/التذوق)

الإنصات هو أعمال العقل بكامل طاقته في كل ما تم استقباله بمعرفة الحواس المستقبلة ويتم ذلك بمعالجة الرسالة المستقبلة ذهنيا بالتفسير والترجمة الموضوعية كمرحلة أولية تتلوها مرحلة تالية من المعالجة الذهنية بالتقييم والربط بينها وبين غيرها من الموضوعات والأحداث وبناء علي نتيجة هذه المعالجات تتم الاستجابة للمؤثر المتمثل في الرسالة وبذلك يتحقق الهدف من الاتصال

لماذا لا ننصت؟

- نحن نفكر بأسرع مما نتكلم بسبعة أضعاف و هذا يجعلنا ننشغل بأحكامنا علي حديث المتحدث
- رغبتنا في التعبير عن أنفسنا بدلا من الإنصات (اعطني فرصة لأتكلم)
- عدم اهتمام المستمع بما يقال
- تشتيت الانتباه (الأحاديث – الضوضاء الخارجية - ------- الخ)
- الالتفات لمتحدث جديد أثناء الاستماع للحديث
- المستمع غير مستعد نفسيا لاستقبال الرسالة

الوصايا العشر للإنصات الجيد

1. جهز نفسك لعملية الإنصات، استرخ وهيئ ذهنك
2. رتب المعلومات التي تسمعها منطقيا في ذهنك
3. استمع للأفكار كاملة وليس مجرد كلمات
4. لا تتسرع في الحكم بل دع محدثك يكمل حديثه
5. لا تبعد وجهك عن محدثك (العين تنصت أيضا)
6. اكتب نقاطا تتذكرها أثناء الحديث
7. لا تدع مشاعرك تؤثر علي إنصاتك إذا اختلفت مع محدثك
8. استفسر من محدثك في حالة عدم وضوح الحديث
9. تأكد من أن محدثك يقول المعني الذي وصلك (هل تقصد؟)
10. هيئ الظروف الملائمة لتفادي التشتت (الضوضاء..الخ)

تذكر أن:

- لديك وحدك القدرة علي أن تنصت أو لا تنصت
- الاتصال يعطيك فرصة للتمعن في المعلومات التي لديك
- إذا تكلمت بعد صمت طويل سيكون لكلامك وقع اقوي
- رغم أننا نعشق الكلام إلا أن الإنصات اكثر متعة

رابعا: مهارة إعداد وصياغة الرسالة:

- ابني رسالتك علي معرفتك بالمعارف والاتجاهات والسلوك السلبي والأسباب
- المؤدية لذلك والعناصر المؤيدة والمعارضة والعادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع فالرسائل التي تصلح لمجتمع ما قد لا تصلح لمجتمع أخر
- الرسائل تخاطب المدخل الصحي والبيئي والاجتماعي والديني والاقتصادي

- الرسائل القصيرة ذات المعني المتكامل افضل من الرسائل الطويلة التي يصعب تذكرها
- يجب البعد عن العموميات في صياغة الرسالة
- اجعل رسائلك تتناسب مع الفئة المستهدفة فقد تكون أسباب معارفهم واتجاهاتهم وسلوكهم
- السلبية تكون مختلفة من مجتمع لأخر
- اختبر رسائلك قبل استخدامها للتأكد من أنها بسيطة ومفهومة ومقبولة وقابلة للتطبيق

خامسا: مهارة إعداد واستخدام وسائل التوعية:

- التعرف علي وسائل نقل الرسالة والتعرف علي مميزات وعيوب كل منها
- التأكد من كيفية استعمال كل وسيلة من الناحية الفنية
- اختيار الوسيلة التي تتناسب مع الإمكانيات والرسالة والمستهدفين من الرسالة
- اختبار الوسائل قبل الاستخدام
- كلما كانت الوسائل تخاطب اكبر عدد من الحواس كلما زادت كفاءة عملية التوعية

سادسا: مهارات خاصة بمسئول التوعية:

لكي تنجح في عملك كمسئول توعية، يجب عليك ملاحظة النقاط التالية:

1. أبدا في كلامك بلهجة ودودة وصادقة لكسر الحاجز النفسي بينك وبين الآخر
2. أنصت دائما لمحدثك فلا شيء يزعج الإنسان اكثر من إحساسه بان الآخرين غ مكترثين بحديثه
3. شارك بإيجابية في الحوار دون محاولة فرض آرائك ومعتقداتك علي الآخرين
4. لا تستخدم الصوت العالي أو العصبية كوسيلة للإقناع وتأكد أن احتفاظك بهدوئك أهم وسائل الإقناع
5. اجعل الشخص الآخر يشعر أن الفكرة التي تقترحها نابعة من أفكاره هو وانه هو الذي اقترحها وبالتالي سيتبناها ويكون أول من يدعو إليها
6. درب نفسك علي تلوين صوتك تبعا لمعاني الكلام ولا تحاول الإسراع أو الإبطاء فيه
7. تأكد من أن حل المشاكل يعتمد علي تفهم مصالح الطرف الآخر كاهتمامك بحاجاتك ومصالحك
8. إذا تأزم الموقف يمكن طرح حلول بديلة واطلب من الطرف الآخر أن يطرح حلولا هو الآخر لأنه قد يأتي بحل كنت تريده
9. أنصت جيدا لما يقوله الآخرين وافهم ما وراء الكلمات ولا تتسرع بالرد لان الكلمة التي تخرج من السان من الصعب علاج آثارها إذا جرحت الآخرين
10. أن تكون خلاقا
11. أن تكون متعاونا
12. أن تكون صبورا
13. أن تيسر ولا ترهب
14. شجع ولا تحبط..... لا تهديد ولا وعيد
15. استخدم اكثر من حاسة يزيد من كفاءة عملية التوعية
16. كن مؤمنا بالقضية وبعملك
17. كن صادقا مع نفسك
18. تعامل مع الناس وجمهور المستهدفين كأصدقاء
19. اختار الوقت المناسب للتوعية
20. اجعل رسائلك بسيطة

21.حدد المستهدفون بدقة
22.أن لا تقوم بالتوعية بدون توافر الخدمة
23.حدد هدفك بدقة
24.استخدم أكثر من وسيلة في التوعية
25.اختبر وسائلك قبل الاستخدام
26.اتصالك غير الفظي يتمشى مع اتصالك اللفظي
27.القدرة على عرض واستخدام الوسائل المساعدة (المطبوعات- الكتيبات- الملصقات)
28.الإقناع والتأثير علي المستقبل بموضوع الرسالة
29.المصداقية والثقة والاحترام
30.المعرفة والخبرة بالموضوع

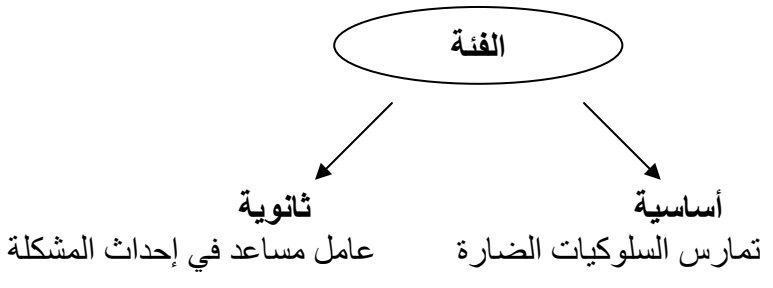
خطوات حملة التوعية:

1- تحديد الموضوع أو الاتجاه الإيجابي الذي تريد نقله للجمهور المستهدف

وذلك عن طريق أفراد من المجتمع والمتخصصين حتى نصل إلى تحقيق الهدف من عملية التوعية

2-تحديد الفئة المستهدفة

وهم من ساهموا في إحداث المشكلة بشكل مباشر أو غير مباشر



وصف الفئة:

الفئة المستهدفة	النوع	الحالة التعليمية	الحالة الصحية	الحالة الاجتماعية	الحالة الاقتصادية

3- تصميم رسائل التوعية

مواصفات الرسالة

1-اجعل رسالتك واضحة وكاملة وصحيحة ومركزة وذات مصداقية (5 Cs)
(1-clear 2-complete 3-correct 4-concise 5-credible)

العوامل التي تؤثر على نجاح وصول الرسالة

المرسل	بيئة الاتصال	المستقبل
▪ اختلاف اللغة والمفاهيم وطريقة التفكير ▪ طريقة التغيير ▪ الخوف من المستقبل ▪ إيمان المرسل بالرسالة ▪ وضوح الهدف ▪ الإدارة والتسويق	▪ مكان وتوقيت غير مناسب ▪ عناصر خارجية يمكن أن تتدخل ▪ المبالغة في الوسيلة ▪ العادات-التقاليد-الثقافات ▪ استخدام المعينات السمعية والبصرية ▪ الوسيلة المستخدمة	▪ استعداد المستقبل ▪ الموقف من المرسل ▪ توقعات المستقبل ▪ أهمية الرسالة بالنسبة للمستقبل ▪ قبول الرسالة

4-اختيار وسائل التوعية:

أنواع الوسائل

مرئية: مثل الملصقات والكتيبات والنشرات والصور والمجلات والمطويات والصحف والإعلانات والشرائح والقصص،

مسموعة: مثل الشرائط الكاسيت والأغاني، البرامج الاذاعية

مرئية ومسموعة: مثل شرائط الفيديو والمسرحيات والبرامج التلفزيونية

أولا الوسائل المرئية

1- الملصق:

وهو لوحة تحتوي علي رسالة تجاه قضية معينة ويستخدم لعمل إعلان ولتوصيل رسالة بصورة مستمرة وتستهدف عدد كبير من الناس

ويجب أن يكون مفهوم ويتناسب مع المكان ولا يحمل أكثر من رسالة – ألوانه ظاهرة وثابتة-ملائم للبيئة- بسيط-رموزه مفهومة-يعمل علي تشغيل العقل-يحوي رسالة سهلة ومبتكرة وجيدة

مكان تعليق الملصق:

مكان عام وواضح –بعيد عن العبث-في مستوي النظر بحيث لا يشكل خطورة-مكان قريب من المستهدفين

ملاحظات:

- لابد من إعداد رسم كروكي للملصق وعرضه علي الآخرين قبل البدء في التلوين والتوزيع ولابد من اختبار الملصق قبل تعميمه كما يجب إشراك الأهالي في عمله
- أن دور الملصق يعتبر دورا إلحاحيا لإثارة الوعي

2-مجلة الحائط

تستخدم في توصيل مجموعة من المعلومات إلى أشخاص متعلمين في أماكن التجمعات مثل المدارس والجمعيات

ومن شروط مجلة الحائط:

أن تعلق في مكان واضح في متناول الجميع وبه إضاءة كافية- مقالات قصيرة – واضحة الخط-بساطة المعلومات وتحوي عناصر وموضوعات شيقة مع عرض شيق –استخدام أشكال مختلفة في التصميم دون المبالغة في التزيين-لها بطاقة شخصية –تصدر بصفة دورية وتحتوي علي معلومات صحيحة-بها مصدر معلومات كمرجع –تواكب الأحداث- تدعم الأماكن الضعيفة بها-يشترك بها أكثر من شخص وتحتوي علي عناصر جذب مثل فزورة أو مسابقة أو فكاهة.....الخ –يمكن وضع صندوق بجوار المجلة لوضع التعليقات أو الاقتراحات ويمكن تصميمها بطريقة تسمح بالاستخدام أكثر من مرة

3-الشرائح:

- يحدد الهدف بوضوح
- وتكون أحداثه مسلسلة

4-القصة

وتعتمد علي أسلوب السرد أي الاستمتاع عند القراءة

وعند كتابة القصة يجب أن تسرد القصة أحداث وقعت لأشخاص لهم أسماء كما يجب أن تقتصر علي وصف تصرفات الأشخاص وندع المستمعين يتوصلون إلى أحكامهم

وسرد القصة لا يجب أن يأخذ أكثر من 5 أو 10 دقائق

وعند إلقاء القصة يجب الاستعانة بالمواد المساعدة مثل الصور والدمى والملصقات.

ويجب أن تعقب القصة مناقشة وأسئلة حتى يمكن أن نبين الهدف منها ونظهر القيم أو السلوك الذي نود أن نركز عليه

ثانيا :الوسائل المسموعة

مثل الشرائط الكاسيت والأغاني والقصائد

ثالثا الوسائل المسموعة والمرئية

1- المسرحية (المسرح الجوال): لابد أن تكون:

- مسلية
- واضحة
- تترك اثر في النفس ويستمر الأثر طويلا

والمسرحية هي قصة ذات هدف ومعني وتثير التفكير وتفهم الواقع

وعناصر المسرحية: الفكرة أو الموضوع والنص حيث تتحول الفكرة إلى دراما –الشخصيات لتجسيد النص-الماكياج-الأقنعة/الملابس-الديكور –الإضاءة

وتحتوي علي اكثر من فن مثل القصة والشعر والأغنية والموسيقي والرسم والديكور والرقص والعرائس وغيرها وفيه عنصر المشاركة والعمل الجماعي لدي العاملين بالمسرحية.

6- أساليب التوعية

ا-الندوة:

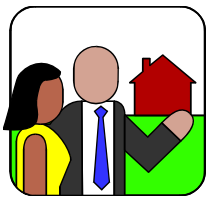
هي مناقشة متكاملة تامة التفاعل بين مجموعة من المتخصصين في موضوع معين محدد مسبقا ومجموعة معينة من الجمهور ممن له اهتمام بالموضوع

ومن مميزات الندوة أنها:

1. تتيح الفرصة للجمهور للاستماع إلى اكثر من صاحب خبرة وتنوع الآراء وتعدد المتحدثين يزيد من جذب الانتباه واهتمام الجمهور بموضوع الندوة
2. تتيح فرصة الاتصال في اتجاهين من خلال المناقشة بين المتخصصين والمستهدفين
3. وتصبح الندوة علي درجة عالية من الأهمية إذا كان الموضوع شيق لأغلب الحاضرين

نقاط يجب تذكرها عند التخطيط للندوة:

1. حدد الهدف من الندوة
2. ضع جدول زمني من سيقوم بماذا وكيف؟
3. اختر مكانا جيدا للندوة ولا تجعل الجلوس في شكل صفوف بل في شكل دائرة
4. اختر الوقت المناسب للندوة
5. أعطى وقتا لأسئلة الحاضرين
6. اختر الوسائل السمعية والبصرية قبل الندوة
7. تأكد من وجود مناخ مريح
8. التزم بالمواعيد المحددة بالجدول الزمني
9. لخص ما دار في الندوة
10. شجع المشاركين علي توجيه أسئلة
11. أبدا الندوة بأسلوب شيق
12. ما هو موضوع الندوة
13. من هم المستفيدين من الندوة
14. مقيم الندوة



ب-الزيارة المنزلية

لضمان نجاح الزيارات المنزلية:

1. حدد الهدف من الزيارة
2. اجر الزيارة في الوقت المناسب
3. حدد الرسالة المطلوب توصيلها
4. استمع لأهل المنزل بدلا من الحديث طول الوقت أي اجعل الاتصال في اتجاهين
5. أبدا الزيارة بالتحية والترحاب وأذب الثلج وابني علاقات طيبة

6. انهي الزيارة بالتحية
7. لا تلوم بالكلام أو بلغة الجسم
8. كن منطقيا وواقعيا وبسيطا في لغتك وفي كلامك
9. استخدم لغة أهل المنزل
10. قدم الثناء علي العمل بالتقدير الجيد
11. لا تستعجل في توصيل الرسالة
12. أوجد الود بين مسئول التوعية والأسرة
13. الزيارة المنزلية من أهم طرق التوعية بالقرية

ج-المحاضرة:

هي دعوة المحاضرين ذوي الخبرة لإعطاء النصائح والإرشادات والآراء السليمة للجمهور في موضوع ما.

د-طريقة المناقشة الجماعية:

- ضع أهداف المناقشة الجماعية
- شجع مناقشة كل عضو من أعضاء الجماعة ولا تسمح بسيطرة أحد
- لا تسمح بالمقاطعة
- حافظ علي أن كل عضو يبني علي ما قاله الآخر وليس تكرارا له
- لا تحول المناقشة الجماعية إلى محاضرة بكثرة حديث المنظم للمناقشة
- اختر مكان مناسب واجعل المكان وديا
- المناقشة الجماعية هي مناقشة موضوع ما في مجموعة بأسلوب مرتب وشيق وتبادل للمعرفة في الموضوعات المطروحة

المزايا:

1. إعطاء كل مستمع الفرصة
2. تبادل الخبرة
3. درجة الإثارة عالية

العيوب:

1. يمكن أن تتحول المناقشة إلى مجادلات عقيمة
2. يمكن أن يسيطر علي المناقشة فرد أو مجموعة صغيرة من الأفراد
3. تستهلك وقت كبير
4. دائما ما تخرج عن المسار

هـ- المقابلة

تعد المقابلات من وسائل الاتصال الهامة التي لا تستغني عنها أنشطة التوعية وهي تفاعل لفظي بين فردين في موقف مواجهة بحيث يحاول أحدهما التأثير علي الآخر لإحداث تغيير في سلوكه أو استثارة ذهنه لاستخلاص بعض المعلومات والتي تدور حول خبراته وآراءه ومعتقداته

أهم الخصائص الأساسية للمقابلة:

1. التفاعل الاجتماعي بين أطراف المقابلة يعني تبادل واخذ وعطاء
2. أن هذا التبادل يرتبط بالمحادثة اللفظية وما يصاحبها من تعبيرات وإيماءات وسلوك
3. أنها تسعي لتحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف العديدة فقد تكون أهدافا خاصة
4. أنها تتضمن مواجهة كمقدمة ضرورية للتفاعل بين المشتركين فيها

أنواع المقابلات:

فردية وهي التي تجري مع فرد أو شخص واحد مثل مقابلة الرائدات في مجال التوعية للأمهات

جماعية وهي التي يتم عقدها مع اكثر من شخص كمقابلة الرائدات للام والأب والإخوة

ومن خصائص المقابلة الناجحة:

- أبدا المقابلة بالتحية والسلام
- كن واسع الأفق أثناء المقابلة
- لا تزيد المقابلة اكثر من 25 دقيقة
- استمع إلي من تقابله
- اجعل رسالتك واضحة وكاملة وصحيحة ومركزة وذات مصداقية (5 Cs)

1-clear 2-complete 3-correct 4-concise 5-credible

- استخدم أحد أدوات التوعية في المقابلة كصور وكتيبات تحتوي علي الكلمة والصورة.
- الهدف محدد
- تواضع وقبول من يجري المقابلة
- اختار الوقت المناسب
- الاتصال اللفظي ملائم للاتصال الغير لفظي
- احترام عادات وتقاليد من تتقابل معهم
- شجع المستهدفين علي التحدث
- اختم المقابلة بالشكر علي هذا اللقاء

و- المؤتمرات والاجتماعات العامة

هو الوسيلة التي يتم بها إقناع الجمهور بفكرة أو موضوع معين مثل الترويج لمشروع حماية البيئة بهدف كسب تأييد الرأي العام أو تهيئة الجو الملائم للتبادل الفكري حول مشكلة أو مسالة معينة ويكون الهدف توصيل رسالة المشروع لأعضاء المجتمع والفئات المستهدفة.

نقاط للتذكر عند عقد مؤتمر أو اجتماع عام

1-امنح نفسك وقتا كافيا للتخطيط
2- وضح الغرض من الاجتماع
3- ضع جدول زمني تحدد فيه الأدوار
4-احتر مكانا مناسبا للاجتماع
5-اختر وقتا مناسبا واخطر المدعوين مقدما
6-جهز الوسائل السمعية والبصرية واختبرها قبل الاجتماع
7-يجب الالتزام بالجدول الزمني

7-قنوات الاتصال

وهي الأماكن التي تحدث بها التوعية

وتختلف علي حسب هدف الاتصال والفئة المستهدفة وموضوع الاتصال والرسائل المطلوب توصيلها والموارد المتاحة. ومثال للاماكن الجمعية الزراعية-مراكز الشباب-مبني الإرشاد الزراعي-الحضانة-دور العبادة-مشغل الفتيات

8-خطة التنفيذ

ماذا	متى	كيف	من

من ماذا لمن كيف ومتي؟

9- المتابعة

المتابعة :لمعرفة أننا علي الطريق السليم الذي خططنا له وهى مقارنة المخطط بالمنفذ

خطة المتابعة تتضمن الأتي:

ماذا نتابع؟ من يتابع؟ متى؟ كيف نتابع؟

وتساعد المتابعة علي :

1. التأكد من أن عملية التوعية تسير وفقا لما هو مخطط له

2. قياس التقدم الحادث في التوعية
3. التأكد من القوي البشرية والإمكانيات المادية يتم استخدامهما بفاعلية
4. تحديد المشكلات والصعوبات التي تواجه عملية التوعية وإيجاد الحلول المناسبة لها

10- التقييم

التقييم هو مقارنة الأهداف بالنتائج

خطة التقييم تتضمن الأتي:

ماذا يقيم ؟ من ؟ متى ؟ كيف ؟

أهمية التقييم:

1. **رؤية ما تحقق من التوعية**
2. معرفة الإنجازات والمعوقات الرئيسية
3. يساعد علي وضع خطط افضل لعمليات التوعية في المستقبل
4. قياس ما إذا كانت الموارد البشرية والإمكانيات المادية قد استخدمت بكفاءة للوصول إلي الهدف

متى يتم التقييم:

قبلي – مرحلي – بعدي

أدوات التقييم:

مقابلات – اجتماعات- مناقشات – ملاحظات – استبيان – مصادر ثانوية

11- الميزانية

البند	الوحدة	عدد الوحدات	ثمن الوحدة	أجمالي التكلفة	المساهمات

تقسيم الناس طبقا لعملية التوعية

1- المبتكرون

- متشوقون لتجربة أفكار جديدة لحد التملك والاستحواذ
- الدخل مرتفع
- الانفتاح علي الثقافات داخل المجتمع وخارجه
- التعليم العالي
- قليل التمسك بعرف الجماعة
- الثقة بالنفس
- يحصلون علي معلوماتهم من الجهات العلمية والخبراء

2-المتبنون الأوائل:

- ليسوا أول من يتبنون ولكنهم يتبنون في مرحلة مبكرة
- أكثر تمسكا بعرف الجماعة وقيمها

3-الغالبية المبتكرة:

- يفكرون كثيرا قبل تبني الفكرة
- يسعون لجمع معلومات لأكثر ولذلك تأخذ عملية التبني وقتا طويلا
- من المحتمل أن يكونا قادة رأي ولكن من المحتمل أن يكونوا أصدقاء أو جيران لقادة الرأي
- الغالبية المبتكرة تعتبر حلقة وصل هامة في نشر الأفكار المستحدثة وذلك بسبب توقفهم بين المبتكرون الأوائل والأواخر

4-الغالبية المتأخرة

- شكاكون
- يتبنون الفكرة لان اغلب أصدقائهم تبنوها
- التبني نتيجة لضغط واقع عليهم
- كبر السن
- يعتمدون علي الاتصال الشفهي اكثر من وسائل الإعلام

5-المتلكئون

- مرتبطون بالتقاليد
- لا يتبنون الفكرة إلا بعد تبنيها وظهور فكرة أخرى (شراء تليفزيون ابيض واسود بعد ظهور التليفزيون الألوان)

ثانيا: كشف الفساد:

وهو ما يسمي بالأسلوب العلاجي والذي يعمل علي تمكين منظمات المدني المختلفة من المشاركة بفاعلية في مراقبة ممارسات وأداء باقي منظمات المجتمع لرصد وكشف الأنواع المختلفة من الفساد باستخدام آليات المساءلة والشفافية Transparency & Accountability.

المساءلة والشفافية كأحد آليات كشف الفساد في المجتمع

المساءلة قيمة عظمى من قيم الديمقراطية، وسواء كانت المساءلة على المستوى العام للمجتمع أو على المستوى الداخلي للمنظمة فهي – مع الشفافية – تمثلان صمام أمان يؤكد أن الأداء الديمقراطي العام للمنظمة يمثل بالفعل رصيدا مضافا للصالح العام للمجتمع.

لذلك، فإن كل من المساءلة والشفافية ليستا مجرد آليات داخل أنظمة الحكم الداخلي الديمقراطي بقدر ما هما قيمتان إنسانيتان من قيم المجتمع الناضج والصحي. فالمجتمع يحتاج أن ينشر تلك القيمة بطرق تعليمية أكثر من فرضها كنمط إداري، وبالتالي، يجب أن نغرس قيم الشفافية والمساءلة في ثقافة المجتمع بطرق تربوية تصل إلى منظومة ونسق القيم العامة.

ويرتبط مفهوم كل من الشفافية بالمساءلة ارتباطا وثيقا، حيث ينعكس معنى كل منهما على الآخر، ويرتبط به، ويؤثر فيه، إذ يؤدى التمسك بالمساءلة إلى ازدياد مساحة الشفافية، كما يؤدى الإيمان بالشفافية إلى مزيد من الاستعداد للمساءلة، وهكذا.

المساءلة هي:

"التزام منظمات الدوائر العامة بتقديم حساب عن طبيعة ممارساتها للواجبات المنوطة بها بهدف رفع كفاءة وفعالية هذه المنظمات".

وفى تعريف آخر تظهر المساءلة على أنها:

"متطلبات توضع على عاتق منظمات المجتمع حتى يجيبوا على أية تساؤلات يقدمها المواطنين والمستفيدين من المنظمة، وبخاصة فيما يتعلق باستخدام المسئولين للسلطات والقوى الممنوحة لهم، والتجاوب مع أي نقد يوجه لهم، وأية متطلبات ترفع إليهم. وبالتالي استعدادهم لقبول وقوع المسئوليات الكاملة وتحمل تبعاتها سواء عن التقصير أو الفشل أو النقائص التي تشوب أداء دور المنظمة".

الشفافية هي:

"كشف الحقائق والنقاش العام الحر حول تلك الحقائق، وضرورة إطلاع الأعضاء والمواطنين والمهتمين على تفاصيل تلك الحقائق، ومناقشة السياسات المختلفة بطرق متاحة للجميع، والكشف الذاتي لأوجه القصور في أداء المنظمة".

أهمية آليات المساءلة والشفافية:

تزداد أهمية آليات كل من المساءلة والشفافية داخل منظمات المجتمع يوما بعد يوم، وهناك دوافع وأسباب كثيرة وراء ذلك، وقد تختلف هذه الدوافع والأسباب من منظمة إلى أخرى نظرا لطبيعة تكوين المنظمة والقوانين المنظمة لعملها والعلاقات مع المواطنين في المجتمع، وبالتالي يمكن القول أن لكل منظمة أسبابها الخاصة ودوافعها المتميزة لتطبيق المزيد من آليات المساءلة والشفافية داخلها، حيث أن لكل من المساءلة والشفافية تأثير على أمور أخرى هامة في العمل، ومنها عمليات زيادة معدلات الكفاءة والفاعلية في الإنجاز والأداء.

المساءلة والشفافية وعملية التمكين:

يرتبط معني المساءلة والشفافية بتحقيق التمكين الأفضل للمجتمعات وللأفراد على السواء، ويجب ألا ننسى أن فلسفة الديمقراطية في الحياة المعاصرة لا تتخلى عن التمكين كأسلوب أساسي يحقق الاستدامة والاستمرارية للنظام الديمقراطي والحفاظ على منجزاتها. وعملية التمكين هي "تطوير قدرات المواطنين وتنميتهم بحيث يصبحون قادرين على الاستفادة من الموارد المتاحة في المجتمع"

وبالتالي فعملية التمكين هي مساعدة أفراد المجتمع مهما كانت اتجاهاتهم أو انتماءاتهم (وبخاصة المهمشين والضعفاء) على إدارة موارد المجتمع. وبالرغم من وجود آليات مختلفة للتمكين فإن إتباع طرق المساءلة والشفافية تؤدى بسهولة وسرعة إلى تمكين أكبر عدد ممكن من الأعضاء وإلى تعميق مدى التمكين الحادث وإلى تغيير علاقات القوة داخل المجتمع والمنظمة. من ذلك كان الاهتمام بالمساءلة والشفافية.

المساءلة والشفافية وعملية المشاركة:

مما لا شك فيه أن تطبيق المساءلة والشفافية سيؤدى إلى تدعيم مشاركة المواطنين والأعضاء في عملية مراقبة المنظمة، كذلك تساعد آليات المساءلة والشفافية المواطنين على بقاءهم وعلى زيادة مساحة مشاركتهم في العمل والرأي واتخاذ القرار وبالتالي مواجهة جميع صور ومظاهر الفساد المختلفة التي تؤثر سلبيا علي نمو وتقدم المجتمع.

ثالثا: مواجهة الفساد:

وذلك باتخاذ الاجراءت الرادعة لمنع انتشار الفساد والحد منه وتكوين رأي عام قوي داخل المجتمع لمحاربة تلك الظاهرة وذلك باستخدام أسلوب بناء/تشكيل و تنظيم عملية الدعوة Advocacy في بناء قاعدة شعبية عريضة في المجتمع وبناء التحالفات لدعم ومساندة جهود مواجهة ظاهرة الفساد.

منهج الدعوة وكسب التأييد كأحد مداخل مواجهة الفساد في المجتمع:

يسعى برنامج المجتمع المدني العراقي إلى استخدام منهج الدعوة كوسيلة محورية لتطوير القدرات المؤسسية لدى المنظمات غير الحكومية العراقية بحيث تصبح قادرة على التعبير عن آراء وطموحات أفراد المجتمعات التى يمثلونها، وإعطائهم الفرصة للمشاركة فى صنع القرار والتصدى للقضايا التنموية التى تواجههم وعلى رأسها محاربة الفساد.

ما هى الدعوة ؟

هناك العديد من التعريفات المطروحة حول مفهوم الدعوة من بينها:

- هى التحدث بصوت مرتفع بهدف وضع القضايا العامة على جدول أعمال الأجهزة المعنية، وإثارة الحوار حول هذه القضايا حتى يمكن التوصل إلى أنسب الحلول لمعالجتها وبناء قاعدة الدعم اللازمة للتصدى لها.
- الدعوة هى تلك الجهود الرامية إلى التأثير أو إحداث التغيير فى السياسات أو في عملية صنع القرار أو فى المواقف والبرامج فى أى من المؤسسات أو الهيئات على كافة المستويات.

- الدعوة هى تبنى فكرة ما والدفاع عنها أمام الآخرين سواء كانوا أفراداً أم منظمات أو هيئات.
- الدعوة هى عملية تحول اجتماعي يهدف إلى توجيه حركة الجماهير والعمل على إعادة تشكيل السياسات والبرامج العامة بهدف إحداث تغيير إيجابي فى المجتمع لصالح الفئات الفقيرة والمستضعفة.

أما برنامج المجتمع المدني العراقي فإنه ينظر إلى مفهوم الدعوة على أنه:
" تلك الجهود المنظمة التي تقوم من خلالها إحدى منظمات المجتمع المدني بتبني إحدى القضايا أو المشكلات محور الاهتمام العام/ذات الأولوية وتعبئة كافة الموارد البشرية والمادية المتاحة والتعاون مع الأجهزة المعنية الحكومية وغير الحكومية بهدف إحداث تغيير إيجابي فيما يتعلق إما بالسياسات أو القرارات والقوانين ذات الصلة أو في تفعيل إجراءات وآليات تطبيق هذه القرارات أو القوانين أو التأثير في الاتجاهات والممارسات المتعلقة بهذه القضية.
ومن ثم، فإن جهود الدعوة تهدف إلى:

- بناء قاعدة شعبية لدعم القضية محور الاهتمام
- التأثير على صناع القرار لإحداث التغيير الإيجابى المطلوب لمعالجة القضية.
- السعي إلى إصدار تشريعات جديدة أو تعديل التشريعات القائمة بهدف خدمة القضية.
- مراجعة الإجراءات واللوائح التنفيذية المتعلقة بالقضية للتأكد من سلامة تطبيق القوانين والقرارات ذات الصلة.
- العمل على تغيير الاتجاهات والممارسات العامة لدى الجماهير فيما يتعلق بقضية الدعوة

العناصر الرئيسية لعملية الدعوة:

1- أهداف/نتائج حملة الدعوة: أهداف/نتائج فورية/عاجلة، وأهداف/نتائج قصيرة المدى، وأهداف/نتائج بعيدة المدى وهى ما تعرف بالأهداف الإصلاحية.
2- قضية الدعوة
3- القاعدة الشعبية: أفراد المجتمع المتأثرين والمهتمين بقضية الدعوة
4- الجمهور المستهدف من جهود الدعوة: الجمهور المستهدف الأولى والجمهور المستهدف الثانوى
5- رسالة الدعوة(المحتوى، اللغة، ناقل الرسالة، شكل الرسالة، الوقت والمكان)

المراحل الرئيسة لتخطيط وتنفيذ حملة الدعوة:

أ. تحديد وتحليل قضية الدعوة:

- اختيار قضية الدعوة
- التحليل الثلاثي لقضية الدعوة
- وضع الأهداف/ النتائج المرجوة من حملة الدعوة
- تحديد وتحليل الأطراف المعنية بقضية الدعوة

ب. تكوين القاعدة الشعبية لدعم قضية الدعوة:

- تحديد وتصنيف القاعدة الشعبية
- تكوين الشبكات والتحالفات

ج. إعداد ونقل رسالة الدعوة إلى الجمهور المستهدف:

- تطوير وصياغة رسائل الدعوة
- تحديد قنوات نقل رسالة الدعوة
- اختيار وتدريب المسئولين عن نقل رسالة الدعوة

- التعاون مع وسائل الإعلام

د. متابعة وتقييم حملة الدعوة

أمثلة لمبادرات فعالة لتحقيق أهداف الدعوة:

- تنفيذ حملة التماسات بهدف التأثير على صناع القرار
- تشكيل جماعات للضغط والتأثير على صناع القرار
- إقامة الشبكات والتحالفات مع المنظمات الأخرى المعنية بقضية الدعوة
- إجراء البحوث بهدف تحديد حجم المعارضة وحجم التأييد القائم لقضية الدعوة

القدرات المؤسسية اللازم توافرها لدى المنظمة لتنفيذ حملة دعوة ناجحة:

- القدرة على فهم وتحليل المحيط السياسى والاجتماعي السائد فى المجتمع (بما فى ذلك الحقوق والواجبات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد المجتمع)
- القدرة على صياغة الرؤية الاجتماعية، وتحديد الأهداف، وتطوير الإستراتيجيات والتخطيط والتنفيذ والمتابعة والتقييم واستخلاص الدروس المستفادة وتطبيقها
- القدرة على تحديد وتحليل المشكلات والقضايا محور الاهتمام العام فى المجتمع
- الإلمام بعملية صنع القرار وعلاقات القوة بين الأطراف المختلفة فى المجتمع
- معرفة العناصر اللازمة للإعداد لحملة الدعوة وتنفيذها
- القدرة على استخدام الأنواع المختلفة من أساليب وإستراتيجيات وأدوات منهج الدعوة
- القدرة على تحديد الجمهور المستهدف والتعامل معه.
- الإلمام بأجهزة الإعلام المتاحة والقدرة على الاستفادة منها فى نشر رسالة الدعوة
- القدرة على تشكيل جماعات الضغط ومخاطبة الجماهير والتفاوض وإجراء الحوار والإقناع
- المهارات الخاصة بجمع البيانات وإدارة المعلومات
- القدرة على تعبئة الموارد، وتنظيم التحالفات والشبكات، وبناء قاعدة الدعم الجماهيري للقضية بالتعاون مع الجماعات الأخرى المعنية بقضية الدعوة.