ملف أدوات الناشطين

فلنطالب بالكرامة

منظمة العفو الدولية

فلنطالب بالكرامة فلنطالب بالكرامة فلنطالب بالكرامة فلنطالب بالكرامة فلنطالب بالكرامة

ACT 35/034/2009

ملف أدوات الناشطين
«فلنطالب بالكرامة»

منظمة العفو الدولية

فلنطالب بالكرامة. صوتك. حقوقك.

© Silvia Izquierdo AP/PA Photos

إمراة وطفل في حي «فيديجال» للفقراء، ريو دي جانيرو، البرازيل، أغسطس/آب 2006. أما العربة المصفحة التي تظهر في الخلفية، والمعروفة باسم «الجمجمة»، فهي جاهزة للاستعمال العشوائي من جانب الشرطة في التعامل مع مثل هذه المجتمعات.

«فلنطالب بالكرامة» حملة لمنظمة العفو الدولية من أجل وقف انتهاكات حقوق الإنسان التي تبقي على فقر البشر

الفقر ليس ببساطة أمر يتعلق بالاقتصاد وحسب. وهو ليس مجرد مسألة تتعلق بالنقود والنمو الاقتصادي. الفقر هو انعدام الأمن بسبب التهديد بالإجلاء القسري أو العنف. وهو الاستثناء من الخدمات الأساسية. وهو التمييز والحرمان من العدالة. إنه زعماء العالم وشركاتها الكبرى ممن يتجاهلون الأصوات التي لا يرغبون في سماعها، ولا يجدون من يخضعهم للمساءلة عما يرتكب من انتهاكات لحقوق الإنسان تبقي الفقراء على فقرهم.

إن من يعانون من هذه الانتهاكات لا منبر لهم لإسماع أصواتهم.

وحملة «فلنطالب بالكرامة» تستخدم مضخِّم الصوت رمزاً لها لأننا نريد العالم أن يسمع الأصوات التي يسكتها الفقر نفسه، كما تسكتها الانتهاكات التي تدير عجلة الفقر. والأمر هنا لا يتعلق بالتحدث باسم الناس الذين يئنون تحت وطأة الفقر، وإنما بتضخيم صوت هؤلاء حتى يستطيع الآخرون سماع حقيقة حالهم ويفهموها.

وهذا جزء من عمل مستمر لمنظمة العفو الدولية يرمي إلى لفت الأنظار إلى انتهاكات حقوق الإنسان.

فأعضاؤنا وأنصارنا هم الشمعة التي تلقي بضوئها على انتهاكات حقوق الإنسان، لأننا نعتقد أنه إذا ما عرف عدد كاف من الناس بهذه الانتهاكات، فسيكون بالإمكان وقفها.

إن رزمة تحركات الحملة هذه تهدف إلى مساعدة الناشطين على جذب اهتمام الناس وتحريكهم من أجل قضية حقوق الإنسان وما يشدها إلى الفقر من أحابيل. وهي تتضمن بطاقات للتحرك في نطاق الحملة تتضمن أفكاراً حول كيفية المبادرة إلى التحرك والمطالبة بالكرامة للجميع:

فلكي تنجحوا في مسعاكم:

اقرأوا البطاقات 1 – 6 قبل أن تبدأوا بتحرككم ضمن الحملة. فهي توفر لكم المشورة والإرشادات التي تساعدكم على أن يكون تحرككم فعالاً إلى أقصى حد ممكن.

ودعوا الناس يتحدثون:

بطاقات التحرك 7 – 10 تطرح أفكاراً حول السبل التي يمكنكم بها إبراز صورة حملة «فلنطالب بالكرامة» من خلال طيف من التحركات.

«فلنطالب بالكرامة»:

بطاقات التحرك 11 – 14 تقترح طرقاً للنضال بشأن جوانب محددة من قضايا «فلنطالب بالكرامة». استخدموا أفكار التحرك العامة هذه واربطوها بمطالب محددة ستكون حاضرة على مدار أيام العمل ضمن حملة «فلنطالب بالكرامة».

وقوموا بزيارة موقع www.demandignity.org للاطلاع على تحديثات منتظمة تطلعكم على المتطلبات المقبلة للحملة.

موارد أخرى

ثمة طيف من الموارد لحملة «فلنطالب بالكرامة» تم تجهيزها لدعم تحركات حملتكم. وتشمل هذه نسخاً مطبوعة من رمز الحملة وبطاقات بريدية ودراسات حالة. فاتصلوا بفرعكم لمنظمة العفو الدولية للاطلاع على ما هو متوافر من الموارد. أو قوموا بزيارة www.demandignity.org

منظمة العفو الدولية

إرشادات لتصميم تحركات ناجحة للحملة

تصميم خطة تحركات للحملة

© Maude Dorr

محتجون خارج المقر الرئيسي لشركة داو في مومباي، بالهند، يطالبون بتخليص بوبال من التلوث، ديسمبر/كانون الأول 2002. ونُظمت المظاهرة بمناسبة ذكرى تسرب الغاز في 1984 الذي أدى إلى مقتل ما يربو على 22,000 شخص على مر السنوات الخمس والعشرين التي تلت.

من شأن وضع خطة لتحركات الحملة أن يقلص المشكلات إلى الحد الأدنى ويكفل نجاح تحرككم

الخطوة 1: ما الذي تريدون تحقيقه؟

فكروا فيما تريدون تحقيقه من تحرككم في إطار الحملة. فعلى سبيل المثال، هل تريدون زيادة وعي الجمهور بحملة «فلنطالب بالكرامة»، أم بجانب معين من الحملة؟ هل ترغبون في أن يستمع القادة السياسيون إلى ما يريد من يعيشون تحت وطأة الفقر قوله؟ أم تريدون تغيير تصورات الناس بشأن مجتمعات الصفيح؟

ينبغي أن تفكروا أيضاً بشأن الصورة التي سيكون النجاح عليها. وعلى سبيل المثال، يمكن للنجاح أن يعني استدراج تغطية إعلامية تمكّن المزيد من الأشخاص من السماع بانتهاكات حقوق الإنسان والمطالبة بالكرامة. فكروا في الطريقة التي ستقيسون بها هذا.

الخطوة 2: ما هي طبيعة التحرك في إطار الحملة؟

من شأن تحديد ملامح ما ترغبون في تحقيقه على وجه الدقة والطريقة التي ستقيسون بها نجاحكم أن يساعدا على تحديد الشكل الأنسب لتحركات الحملة. فعلى سبيل المثال، إذا كنتم تريدون التوعية بحملة «فلنطالب بالكرامة»، ربما تكون بعض الأفكار الواردة في البطاقات 7 – 10 هي الأنسب. أما إذا كنتم بصدد القيام بنشاط بشأن مسائل محددة في إطار الحملة، فلربما تكون الأفكار الواردة في بطاقات التحرك 11 – 14 هي الأوثق صلة.

وقد ترغبون أيضاً في عقد جلسة للخروج بأفكار متنوعة – وهنا يمكن العودة إلى بطاقة التحرك 2 المتعلقة بوضع أفكار خلاقة للحملة.

الخطوة 3: المسائل العملية

فيما يلي بعض الأشياء التي ينبغي التفكير بشأنها لتنفيذ تحرككم:

- هل لديكم أي شركاء يمكن أن يساعدوكم في تنفيذ فكرتكم – كأن يكون هؤلاء جماعات أو منظمات مشاركة في الحملة من قبيل نقابات العمال، مثلاً؟ هل هناك شخص متعاطف أو منظمة مهتمة ممن يملكون فضاء يمكنكم استخدامه؟ وهل تحتاجون إلى العثور على فنان أو خبير فني يمكن أن يساعدكم في تنفيذ فكرتكم؟ فكروا في طريقة للاتصال بهؤلاء الأشخاص. يمكنكم الاتصال بالأشخاص عبر www.demanddignity.org – انظروا بطاقة التحرك 3.

منظمة العفو الدولية

© Amnesty International

إريبيرتو أيالا، العضو في مجتمع «ساوهوياماكسا» للسكان الأصليين، يعرض نضالات شعبه من أجل استرداد أرض أجدادهم في باراغواي أثناء ورشة عمل حملت عنوان «حقوق الإنسان والنضالات بشأن الأرض والموئل» وعقدت في إطار «المنتدى الاجتماعي العالمي»، بيليم، البرازيل، يناير/كانون الثاني 2009.

- ما هو جدولكم الزمني؟ كم سيستغرق تنظيمكم لتحرككم؟ وما هي المراحل المهمة؟ وإذا ما كنتم بصدد القيام بفعالية، عليكم البدء بالعمل من حيث ستنتهون.
- ما هي توقعات ناشطي الحملة الآخرين من المشاركين في تحرككم؟ هل أنتم جميعاً متفقون على ما تقومون به وما ترغبون في تحقيقه؟ هل تحتاجون إلى معالجة توقعات الأشخاص بشأن ما تستطيعون تحقيقه فعلياً؟
- هل هناك أية جوانب عملية أو صحية أو قانونية أو مسائل تتعلق بالسلامة؟ كيف ومتى ستتعاملون معها؟
- هل هناك أية جوانب أمنية ينبغي التعامل معها؟ وعلى سبيل المثال، هل سيتعرض أشخاص لمخاطر إذا ما تحدثوا علناً حول قضية مثل الإسكان. تأكدوا من اتخاذ جميع التدابير اللازمة للحفاظ على سلامة الناشطين وأفراد الجمهور.
- كيف ستتأكدون من سماع أكبر عدد ممكن من الأشخاص بتحرككم؟ عليكم صياغة خطة للاتصالات تشمل أسلوب مقاربتكم لوسائل الإعلام وللجمهور عموماً ولأية فئة بعينها من الجمهور.
- كيف تستطيعون استخدام رمز الحملة وشعاراتها في تحرككم؟
- كيف ستستخدمون تحرككم لكي ينضم الناس إلى حملة «فلنطالب بالكرامة»؟
- كيف ستسجلون أحداث تحرككم وتتقاسمونها مع الآخرين؟ هل تستطيعون تصويرها على شريط فيديو أو التقاط صور فوتوغرافية لها؟ وهل تحتاجون إلى طلب تصريح لذلك؟

الخطوة 4: هل حقق تحرككم النجاح؟

هل حققتم ما أردتم؟ وإذا لم يكن الأمر كذلك، فلم لا؟ فكروا في الأمور التي سارت على ما يرام وتلك التي يمكن تحسين العمل بشأنها في المرة التالية.

ولا تنسوا أن تخبرونا بما يحدث!

فما إن تنتهوا من تجميع أجزاء خطة عملكم، ينبغي أن تتصلوا بفرعكم لمنظمة العفو الدولية وتبلغوه بتحرككم الخاص بالحملة.

شاركوا الآخرين

هل هناك منظمات أو جماعات أخرى تناضل من أجل قضايا مماثلة؟ فالعمل مع شركاء محليين يمكن أن يزيد من تأثير تحركاتكم. وقد تكون للمنظمات التي تعمل على الصعيد المحلي اتصالاتها ومصادرها المفيدة التي يمكن أن تتقاسموها معهم. حاولوا معرفة ما إذا كانت هناك أية منظمات يمكن أن ترغبوا في أن تعمل معكم.

منظمة العفو الدولية

إرشادات لتصميم تحركات ناجحة للحملة

تصميم خطة تحركات للحملة

© Amnesty International

المسيرة الافتتاحية «للمنتدى الاجتماعي العالمي» عبر شوارع بيليم، البرازيل، يناير/ كانون الثاني 2009.

إذا ما رغبتم في وضع تحركات خلاقة للحملة، من المفيد عقد جلسة تشجعون المشاركين أثناءها على أن يقدموا ما لديهم من أفكار جديدة

وفيما يلي بعض الطرق التي يمكنكم من خلالها تحقيق أفضل النتائج من هذه الجلسات:

من هم الذين ينبغي دعوتهم؟

يمكن لإشراك أشخاص من خارج مجموعتكم المعتادة من الناشطين أن يغني مداولاتكم بمنظورات وآراء مختلفة. كما يمكن أن يساعد على فهم الطريقة التي يرى بها الجمهور العريض موضوعات حملتكم. أدعوا أشخاصاً ممن لا يشاركون عادة في الحملات واستمعوا إلى ما لديهم. ويمكنكم كذلك دعوة أطفال وشبان – فكثيراً ما يخرج هؤلاء بأفضل الأفكار. أو ادعوا أشخاصاً من أولئك الأشد تأثراً بقضايا حملتكم – وعلى سبيل المثال، سكان مجتمعات الصفيح والفقراء، أو المحرومين من حقوقهم الأساسية.

استلهموا الأفكار

افعلوا ما في وسعكم لمساعدة الأشخاص على التفكير بحرية وعلى أن يكون خلاقين. وفيما يلي بعض الطرق:

- حاولوا تغيير المشهد – فبإمكانكم الالتقاء في متنزه أو فضاء عام. وصمموا ألواحاً تعبيرية تحمل رسومات أو قصاصات من المجلات يمكن أن تساعد على إلهام الأشخاص بأفكار جديدة.
- أعطوا الأشخاص ورقاً وأقلاماً ودعوهم يرسمون ما الذي تعنيه الكرامة بالنسبة إليهم. فهذا يمكن أن يساعد على إطلاق العنان للأفكار.

كيف نبدأ؟

أفضل السبل للبدء هي جعل الأشخاص يطرحون ما لديهم من أفكار لتحركات الحملة وكتابتها دون مناقشتها. لا ترفضوا أية فكرة مهما كانت خيالية أو مكلفة أو غير عملية! فحتى أشد الأفكار غرابة يمكن أن تتحول إلى شيء قابل للتحقيق.

ومن الجيد أن تحددوا لأنفسكم سقفاً زمنياً – ويمكن أن يكون هذا قصيراً بحيث لا يزيد على 30 دقيقة. ويمكن لهذا أن يساعدكم جميعاً على التركيز؟ واخرجوا بأكبر عدد ممكن من الأفكار، وبإمكانكم العودة بعدئذ إلى قضاء مزيد من الوقت للتفكير فيما يمكن تحقيقه من هذه الأفكار.

واختاروا ما ترون فيه أفضل الأفكار المطروحة

وما إن تحصلوا على أفكاركم، قلِّبوها وقرروا ما إذا كان بالإمكان أن تنجح. واجعلوا أشخاصاً مختلفين يتأملون في كل فكرة من هذه الأفكار مستخدمين إحدى زوايا النظر التالية:

- التأثير: ما الذي تريدون من عملكم أن يحققه؟ ما هي الأفكار التي يرجح أن تحقق ما تريدون أكثر من غيرها؟
- المخاطر: هل يمكن لأي من أفكاركم أن تخطئ هدفها؟ وما هي المخاطر؟
- الإبداع: كيف يمكنكم دفع كل فكرة إلى حدودها القصوى؟ وهل بالإمكان القيام بشيء غير متوقع من شأنه تحقيق أثر كبير؟
- العمل سوية: كيف يمكنكم العمل مع الآخرين لإخراج هذه الفكرة إلى حيز الوجود؟ هل بالإمكان تحشيد الجهود والموارد وزيادة الأثر الكلي؟
- الاتصال بالآخرين: كيف يمكنكم تطوير الفكرة لضمان سماع أكبر عدد ممكن من الأشخاص بحملتكم وبقضاياكم. كيف يمكن اجتذاب اهتمام وسائل الإعلام؟
- التنظيم: ما الذي ينبغي عمله للتخطيط لفكرتكم ولوضعها موضع التطبيق؟

حوِّلوها إلى تحرك

ما إن تقرروا على فكرة بعينها ترون أنها ستحقق نجاحاً أكبر، عليكم أن تصوغوا خطة عملية لتنفيذها – انظروا بطاقة التحرك 1.

إعادة التدوير!

ربما تكونون قد خرجتم بالعديد من الأفكار الجيدة حقاً، ولكنكم لن تستطيعوا استخدامها جميعاً في هذه المرحلة. عليكم أن تبقوها ضمن دفاتركم – فقد تستطيعون استخدامها في وقت آخر.

منظمة العفو الدولية

إرشادات لتصميم تحركات ناجحة للحملة

استخدام WWW.DEMANDDIGNITY.ORG

© Amnesty International

ناشط شاب يؤدي دوره في «المنتدى الاجتماعي العالمي»، بيليم، البرازيل، يناير/كانون الثاني 2009.

ما هي الكرامة؟ وماذا تعني لك؟ وما هي قيمتها؟ أسمع صوتك على الشبكة العنكبوتية!

www.demanddignity.org مجتمع لأشخاص يلتقون على الشبكة ويتوقون إلى العدالة والمساواة. وهو يتيح للأشخاص في شتى أنحاء العالم فرصة حشد أصواتهم من أجل المطالبة، بصوت عالمي موحد، بالكرامة.

اتصل مع الآخرين

استخدم www.demanddignity.org من أجل الجهر بآرائك بشأن حقوق الإنسان والاستماع إلى ما لدى الآخرين. وبإمكانك كذلك الرد على أصوات الآخرين والاتصال بهم. وإذا ما كان هذا خيارك، يمكنك أن تظل مجهول الهوية بحيث يمكنك أن تقول ما تشاء بحرية وصدق كاملين بشأن تجاربك الشخصية.

ويمكن للموقع أن يساعدك على الاتصال بأشخاص ربما ترغب في مشاركتهم في الحملات أو التطوع أو العمل إلى جانبهم، أو التعاون معهم. استخدمه للاتصال مع أشخاص من مجتمعك المحلي أو مع أشخاص على الجانب الآخر من العالم. وقد تجد أشخاصاً ممن يرغبون في المشاركة في حملات بشأن قضايا تعنيك، أو تتعرف على ما يرى فيه آخرون شأناً مهماً.

واستخدم الموقع لتتقاسم مع آخرين الأمور التي تراها مهمة لمجتمعك، واستخدمه لتشرك الآخرين في أفضل لحظات نضالك من أجل قضيتك. فصورك وأشرطة الفيديو والرسومات التي لديك يمكن أن تلهم الآخرين. وفي المقابل، يمكن رؤية ما الذي يفعله الآخرون للحصول على الأفكار. واستخدمه أيضاً للاطلاع على ما يحدث في أنشطة حملة «فلنطالب بالكرامة» في أماكن كثيرة، وللانخراط في الدعوات إلى العمل على الصعيد المحلي والوطني والدولي.

كيف تسمع الآخرين صوتك

www.demanddignity.org يتيح لك أن تضيف صوتك إلى أصوات الآخرين مستخدماً الرسائل النصية القصيرة، والرسائل الإلكترونية، ومواقع الشبك الاجتماعي وتبادل الرسائل مثل «يو تيوب» و«تويتر». ويمكنك كذلك إسماع صوتك عبر مدونات مستقلة والشبك مع demanddignity.org من خلال مواقع لتأشير الصفحات مثل «StumbleUpon» و«Delicious».

ادعُ أصدقاءك والمدافعين عن حقوق الإنسان والناشطين كي يضموا أصواتهم إلى www.demanddignity.org

اعتبارات عملية

يطلب من مستخدمي demanddignity.org احترام أفكار وآراء بعضهم بعضاً. والموقع يثق بأنك ستسهم بأفكارك التي ينبغي للآخرين أن يسمعوا بها، ولكن احرص من أية رسائل تسيء استخدام الموقع ولا تُعد تدوير أية رسائل يحتمل أن تسيء إلى الموقع وإلى مقاصده.

استخدام الرسائل النصية القصيرة (إس إم إس)

إذا قمت بالاتصال بالموقع باستخدام «إس إم إس»، يمكنك أن تفتح حساباً لك باستخدام رقم هاتفك كوسيلة تعريف بك، بحيث يعرف الموقع من أنت.

بادر إلى الانضمام إلى الحملة وتقاسم أفكارك بشأن الكرامة مع آخرين بإرسال رسالة «إس إم إس» إلى الهاتف 200220 447786+ (من المحتمل أن تنطبق تسعيرة النصوص الدولية على رسائلك). وستضاف رسالتك النصية إلى www.demanddignity.org.

منظمة العفو الدولية

إرشادات لتصميم تحركات ناجحة للحملة

تصميم خطة تحركات للحملة

مشاركون في «المنتدى الاجتماعي العالمي»، بيليم، البرازيل، يناير/كانون الثاني 2009.

© Amnesty International

من شأن تحقيق أكبر قدر ممكن من الدعاية لتحرككم ضمن الحملة أن يساعد على إطلاع أشخاص أكثر على حملة «فلنطالب بالكرامة» وإشراكهم فيها

وفيما يلي 10 «قواعد ذهبية» لمساعدتكم على أن يصبح تحرككم خبراً يتابعه الإعلام.

10 «قواعد ذهبية»

1. اجعلوا من تحرككم حدثاً جديراً بالمتابعة من جانب الإعلام

- ويمكن أن يتحقق ذلك إذا ما قدمتم ذاك النوع من المعلومات الذي يثير اهتمام الصحفيين. وفيما يلي بعض الطرق التي تجعل من تحرككم ضمن الحملة حدثاً يستحدق النقل الإخباري:
- التأكد من أن ما تقدمونه على صلة بالواقع المحلي،
- وضعه في صيغة بسيطة،
- استخدام القصص الشخصية،
- استخدام التأثيرات البصرية،
- استخدام الدعابة والهزل.

2. جدوا الجمهور المناسب لقصتكم

- فكروا في فئات الجمهور التي يمكن أن تكون معنية بتحرككم، واتصلوا بالهيئات الإعلامية التي يتابعها مثل هذا الجمهور. وعلى سبيل المثال، يمكن أن تكون المجلات النسائية أكثر اهتماماً بنشر قصص حول الحق في الخدمات الصحية ذات الصلة بالأمومة.

3. قوموا بتسويق قصتكم لدى الصحفيين

- تعرفوا على الطرق التي يفضلها الصحفيون في الاتصال – كأن يكون، على سبيل المثال، عن طريق الهاتف أو بالبريد الإلكتروني. ومن شأن بناء العلاقات معهم أن يعني احتمال اتصالهم بكم لمعرفة رأيكم بشأن قصص أخرى.
- اكتبوا ما ستقولون للصحفي، وتدربوا عليه، قبل أن تتصلوا به. واحتفظوا بمادة مكتوبة أمامكم كي تبعثوها بالفاكس أو بالبريد الإلكتروني بعد اتصالكم به.
- وقوموا بتنبيه وسائل الإعلام مسبقاً بشأن أي تحرك تخططون للقيام به.
- وإذا كنتم بصدد الرد على شيء حدث للتو، اتصلوا بصحفيين ومنتجين بأسرع ما يمكن.
- وقد يكون عقد مؤتمر صحفي شكلاً مناسباً إذا ما كان لديكم شيء يلفت الأنظار بشدة، أو عندما يكون لديكم ضيوف بارزين يمكن أن يجروا مقابلات صحفية.

4. يمكن للمواد الصحفية الجيدة أن تؤمّن التغطية لنفسها

- من المناسب أن يتألف البيان الصحفي من صفحة واحدة من المعلومات المكتوبة بطريقة تخدم وسائل الإعلام. استخدموا جملاً قصيرة وفقرات واضحة ومقتبسات من أشخاص ذوي صلة. وتذكروا أنه ينبغي إيراد أصول مختصرات من قبيل UDHR كاملة حتى يعرف القارئ عما تتحدثون.
- وما لم تتمكنوا من تسويق قصتكم من عنوانها وفقرتها الأولى، فمن المرجح أن يتوقف الصحفي عن القراءة. وحاولوا في قصتكم أن تجيبوا على الأسئلة التالية: ماذا، ومتى، وأين، ومن، وكيف، ولماذا؟
- وينبغي صياغة البيانات الصحفية وكأنها هرم مقلوب على رأسه: حيث ترد المعلومات الأكثر تشويقاً في الأعلى، وتنظَّم باقي المعلومات بطريقة تنازلية من حيث أهميتها، لتنتهي بالتفاصيل الأكثر عمومية.
- واستخدموا دراسات لحالات واقعية لجعل قصتكم أكثر إنسانية وأكثر تنوعاً.
- وتأكدوا دائماً من إيراد اسم منظمتكم وتفاصيل الاتصال بالشخص المعني.

منظمة العفو الدولية

© Amnesty International

متحدثون أثناء فعالية الفرع الهندي لمنظمة العفو «انهضوا وتحركوا ضد الفقر»، نيودلهي، 17 أكتوبر/تشرين الأول 2008.

5. الحدث الجيد في الوقت المناسب خبر يسترعي الانتباه دائماً

- الفعاليات الجماهيرية – على سبيل المثال، مظاهرة أو حفل موسيقي أو حفل راقص في الهواء الطلق – هي على الدوام مصدر جذب لالتقاط الصور وكتابة القصص الإخبارية بالألوان لبرامج وسائل الإعلام، ومن شأن فعالية من هذا النوع أن تساعد على نشر الرسالة.
- وعليكم أن تشركوا في فعاليتكم أشخاصاً مستعدين لإجراء المقابلات، ولا سيما للتلفزيون. ومن الأفكار الجيدة أن تهيئوا نسخاً من بيانكم الصحفي أو أية مواد مطبوعة أخرى تتضمن حقائق وأرقام بحيث يستطيع الصحفيون الوصول إليها والاستفادة منها بسهولة.

6. المقابلات تصنع الأخبار

- مصدر معظم الأخبار التي تظهر في الصحف أو في نشرات الراديو والتلفزيون هو في الأساس المقابلات.
- وعليكم أن تحافظوا على البساطة والتشويق في الحديث. أذكروا رسالة أو اثنتين من الرسائل الرئيسية، وضمنوهما بعض الأمثلة المحددة التي توضح أبعادهما. كرروا هاتين الرسالتين المهمتين أثناء المقابلة للتأكيد عليها أكثر.
- حاولوا استخدام جمل قصيرة أو عبارات مقتبسة – «لقطات صوتية» – توضح الموضوع بطريقة بسيطة ومحكمة – من قبيل، «كل 60 ثانية، تموت امرأة بسبب المضاعفات الناجمة عن الحمل والولادة».

7. استخدموا معارفكم

- أحد مصادر قوة منظمة مثل منظمة العفو الدولية هو المعلومات والمعارف التي يمكن أن تنقلها إلى الآخرين عبر أعضائها.
- والعديد من الصحفيين الذين تقيمون علاقات معهم سوف يتذكرونكم – ويتصلون بكم – بسبب المعارف والمعلومات المتخصصة التي يمكن أن تقدموها إليهم.

8. ضعوا استراتيجية إعلامية لحملتكم

- فكروا في أهداف حملتكم. هل ستساعد التغطية الإعلامية على تحقيق هذه الأهداف؟
- إذا كان الجواب بنعم، ينبغي أن تفكروا في الجمهور الذي ينبغي الوصول إليه لإحداث التغيير الذي تريدون، وفي الطرق التي يمكنكم استخدامها بفعالية للوصول إلى هذا الجمهور.
- وفكروا في كيفية إقناع وسائل الإعلام المهمة بنشر معلوماتكم في وقت له أهميته الاستراتيجية بالنسبة إليكم.

9. طوِّروا قائمة جيدة بحلقات الاتصال

- العديد من المنافذ الإعلامية تملك الآن مواقع إلكترونية يمكن أن تجدوا فيها عنواناً للاتصال أو رقم هاتف. اتصلوا بالمنظمات الإعلامية المحلية والوطنية، واحصلوا على أسماء الصحفيين. قدِّموا أنفسكم إليهم واجعلوهم يشعرون بأنكم مصدراً محتملاً للمعلومات.
- وتشمل وسائل الإعلام الأكثر أهمية للاتصال بها: الصحف اليومية (بما فيها الأخبار، والتقارير الإخبارية، ورسائل القراء، وكتّاب الأعمدة الضيوف)، والنشرات الإخبارية التلفزيونية، والنشرات الإخبارية الإذاعية، والصحف الأسبوعية، والمجلات، والبرامج التلفزيونية ذات الجمهور العريض، ووكالات الأنباء، والبرامج الإذاعية العامة.

10. المثابرة والمثابرة

- حتى لو لم تحصل قصتكم على التغطية الإعلامية في يوم بعينه، فإن هذا لا يعني أن تغطيتها لن تتم في اليوم التالي. ففي يوم لا تصطخب فيه الأحداث، يصبح أي شيء جديراً بالإخبار. وإذا لم يغط الصحفيون فعاليتكم، التقطوا صوراً لها وابعثوا بها مع بيان صحفي للمتابعة – فلربما يجعلهم هذا يستدركون الأمر وينشرون قصتكم.

قياس مدى النجاح

تعقّبوا جميع أشكال التغطية الإعلامية لتحرككم. ودوِّنوا ملاحظاتكم بشأن ما يلي:

- حجم التغطية التي حصلتم عليها. ما إذا كانت التغطية سلبية أو إيجابية.
- الوسائل التي قامت بالتغطية – على سبيل المثال، شاشات التلفزة، الإذاعة، الصحف المحلية أو الوطنية، المجلات، وما إلى ذلك – وفئات الأشخاص الذين استطعتم الوصول إليهم.
- ما يمكنكم أن تفعلوه بصورة أفضل في المرة التالية.

منظمة العفو الدولية

إرشادات لتصميم تحركات ناجحة للحملة

كيف تتقاسمون تحرككم ضمن الحملة مع الآخرين

© Amnesty International

إربيرتو أيالا (إلى اليمين)، العضو في مجتمع «ساوهوياماكسا» للسكان الأصليين، يعرض نضالات شعبه من أجل استرداد أرض أجدادهم في باراغواي أثناء ورشة عمل بعنوان «حقوق الإنسان والنضالات بشأن الأرض والموئل» في «المنتدى الاجتماعي العالمي»، بيليم، البرازيل، يناير/كانون الثاني 2009.

تأكدوا من مشاهدة الناشطين الآخرين لأنشطة حملتكم وسماعهم عنها

التحرك

مهما كان التحرك في إطار الحملة، حاولوا التقاط صور وجمع أصوات أو تسجيل أشرطة فيديو. فبإمكانكم تبادل هذه مع الناشطين الآخرين في الحملة ومع أعضاء منظمة العفو الدولية بإرسالها إلى فرعكم:

فرعكم لمنظمة العفو الدولية هو:

وبإمكانكم أيضاً الدخول إلى www.demanddignity.org من أجل المزيد من الطرق لتقاسم صوركم وأصواتكم أو أفلامكم مع الآخرين.

إرشادات لتصميم تحركات ناجحة للحملة

منظمة العفو الدولية

الانخراط مع جيل الشباب

© Amnesty International

مشارك في «المنتدى الاجتماعي العالمي»، بيليم، البرازيل، يناير/كانون الثاني 2009.

يمكن للتحرك ضمن الحملة من طرف الشبان من أجل المطالبة بالكرامة أن يكون وسيلة فعالة لإشراك فئات جديدة من الجمهور

التحرك

دعوا الشبان يحددوا موضوعات الحملة الأكثر أهمية بالنسبة إليهم، والتحرك الذي يرغبون في القيام به.

الانطلاق

اتصلوا بالشبان واليافعين من خلال المدارس والمنظمات والحركات الشبابية والمجموعات الفنية والمنظمات العاملة بشأن المجتمع المحلي.

فمبادئ المشاركة النشطة على صلة وثيقة بالعمل مع الجيل الشاب. وبينما يظل من المهم الحفاظ على التوجه الاستراتيجي في صياغة تحركات الحملة، يبقى من المهم بالمثل عدم التعامل مع الشباب عبر تعليمات جامدة؛ فعندما يمكَّن الشباب من اتخاذ قراراتهم وتحديد خياراتهم بأنفسهم بشأن سبل تحركهم، تكون النتائج أشد وقعاً وتأثيراً. أتيحوا للشبان فرصاً مرنة للانخراط في الأنشطة ومداخل للمشاركة على مستويات متفاوتة بحسب خياراتهم.

الأفكار

- انخرطوا في أجواء الفنون والثقافة: ومكِّنوا الشباب من التوعية بحملة «فلنطالب بالكرامة» ومن استكشاف الموضوعات والتواصل بشأنها عن طريق إبداع مضامينهم الخاصة بهم وتقاسمها فيما بينهم. وقد يتخذ هذا منحى فنون بصرية أو موسيقية أو مسرحية، أو يتجه نحو الرقص أو الأدب أو صناعة الأفلام. وقد تكتشفون أن فناناً أو ممثلاً أو كاتباً أو دي جي أو موسيقي محلي أو أكثر معني بمساعدتكم على تنظيم ورشات عمل خلاقة.
- تأكدوا من استخدام هذه الجهود الخلاقة لإشراك فئات أوسع من الجمهور عن طريق فعاليات جماهيرية.
- وعظِّموا هذه الفرص إلى حدودها القصوى عن طريق مساعدة الشبان على نشر وبث جهودهم الإبداعية عبر وسائل الإعلام المحلية – انظروا بطاقة التحرك 4.
- شجِّعوا اليافعين على جمع أشكال تعبيرهم المختلفة بشأن حملة «فلنطالب بالكرامة» وتقاسمها عبر وسائل الإعلام المباشرة على الشبكة وغير المباشرة عبر وسائل الإعلام المتعددة النظم والمنافذ الإعلامية التشاركية – عبر وسيلة لتبادل الصور على الشبكة، مثلاً، أو من خلال ورشة عمل مسرحية محلية. واستفيدوا من مهارات الشباب في مجالات الفضاء الإلكتروني لتعزيز وبناء المشاركة في تحركاتكم.
- هل يتيح تحرككم فرصاً للشباب كي يبنوا مهاراتهم أو يتعلموا مهارات جديدة؟ على سبيل المثال، تعلُّم مهارات إعلامية من قبيل كيفية إجراء المقابلات، أو مهارات فنية تنظيمة على الشبكة، أو مهارات للخطابة أمام الجمهور للانخراط مع الناس في الأماكن العامة.
- نظِّموا ورشات عمل لإلقاء الكلمات أو للحوار في المدارس والكليات والجامعات ومراكز المجتمع المحلي أو في الأندية الرياضية.
- أو نظموا صفوفاً بشأن التربية على حقوق الإنسان أو جلسات حول التثقيف بموضوعات «فلنطالب بالكرامة» من زميل إلى زميل، مستخدمين وسائل إعلام شعبية يقودها الشبان أنفسهم.
- ساعدوا الشبان على التحدث إلى أقرانهم من ذوي الخلفيات المختلفة كي يشجعوهم على التقاط الحوار بشأن قضايا «فلنطالب بالكرامة» من

منظمة العفو الدولية

© Amnesty International

ناشطون أثناء فعالية «انهضوا وتحركوا ضد الفقر» في مكسيكو سيتي، 17 أكتوبر/تشرين أول 2008.

زوايا نظر مختلفة. وعلى سبيل المثال، بإمكانكم تشجيع الشبان على تقاسم تجاربهم وتبادلها مع ناشطين شباب آخرين ضمن حوارات مفتوحة وفضاءات للنقاش. وبإمكانهم صياغة تحركات أو أنشطة بصورة جماعية حول المسائل ذات الاهتمام المشترك، من قبيل التعاون بشأن جمع الأصوات من فئات متنوعة من الشبان.

- وساعدوا الشبان على تنظيم فعالية أو نشاط للتوعية بقضايا الحملة في أماكن عامة يرتادها الشباب، كالمهرجانات الموسيقية والثقافية، والحفلات، والكرنفالات، والأحداث الفنية، والمناسبات المجتمعية، والمسيرات.
- ويمكن لهذا أن يتخذ شكل النقاش أو الموسيقى أو فن الشارع أو المسرح أو الرقص أو المعرض المتنقل أو العروض الأدائية، أو المنافسات، أو جمع الأصوات بطرق خلاقة.

مسائل عملية

- قوموا بإشراك الشبيبة في جميع مراحل الحملة، بدءاً بالتخطيط وانتهاء بالتنفيذ والتقييم. فمن شأن ذلك أن يجعل أنشطتكم مع الشباب أكثر فاعلية وأوثق صلة.
- وفكروا في الخيارات التي لدى الشبان كي يشاركوا في أنشطتكم التي تم وضع خطط لها. فقد لا يكون من الضروري أو الناجع دائماً تنظيم فعاليات منفصلة خاصة بالشباب؛ وما يهم هنا هو إتاحة الفرص للشباب كي ينخرطوا. واسألوهم عما يحبذون.
- وفكروا بأنواع الدعم أو التدريب أو المهارات التي يمكن للشباب أن يحتاجوها للقيام بأنشطة فعالة في إطار «فلنطالب بالكرامة»، وتشاوروا معهم بشأنها – فقد تتعلق هذه، على سبيل المثال، بالاتصالات أو بالعروض أو بالتنظيم أو بالمهارات الإعلامية – وتدارسوا معهم كيف يمكن تلبية مثل هذه الحاجات.
- وفكروا أيضاً بنوع الدعم الذين يمكن أن يحتاجه الشباب للانخراط مع تجمعات مختلفة للشباب – ناقشوا هذا معهم وخططوا له شراكة.
- وقد يكون لدى فرعكم لمنظمة العفو ملف أدوات للتربية على حقوق الإنسان يمكن الاستفادة منه في مساعدة الشبان على تعلم كيفية إدارة الحوار أو صياغة وجهة نظر أو التفاوض مع الأشخاص والتأثير عليهم. فإذا لم تكن لدى فرعكم مثل هذه المعلومات، يمكن لفريق التربية على حقوق الإنسان في الأمانة الدولية أن يوجهكم الوجهة الصحيحة.
- ودعوا وسائل الإعلام تتابع نشاطاتكم. ولربما تميل وسائل الإعلام أكثر إلى تغطية تحركات الحملة عندما تأتيها الدعوة من الشبان – انظر بطاقة التحرك 4.
- وتأكدوا من أن تحرككم آمن لجميع الشبان المشاركين، ومن أنه ليس ثمة جوانب أمنية تعرضهم للخطر.
- وتأكدوا من توافر المتطلبات القانونية ذات الصلة بالعمل مع الشبان (كأذون النشر وتصاريح البث).
- وفيما يتعلق بالتربية على حقوق الإنسان، اطلبوا المشورة بشأن تعليم الموضوعات الخلافية إذا اقتضى الأمر. فقد يكون من الضروري مساعدة الشبان في الحصول على التصاريح أو التراخيص لأية فعاليات.

القضايا

شجعوا الشبان على التفكير في القضايا التي تؤثر عليهم وعلى مستقبلهم في سياق حملة «فلنطالب بالكرامة». وعلى سبيل المثال:

- **كيف يمكن لتحسين ظروف السكن والأوضاع المعيشية لسكان أحياء الفقراء أن يخلق الفرص للجيل الشاب، وأن يعيد إحياء المجتمع على المدى الطويل.**
- **والحقوق الجنسية للشباب في ضوء وفيات الأمهات والحق في خدمات الأمومة.**

منظمة العفو الدولية

دعوا الناس يتحدثون
عن «فلنطالب بالكرامة»

اتركوا بصمتكم

ما هو شكل الكرامة؟ بادروا إلى إطلاق فعاليات حملة «فلنطالب بالكرامة» بإنتاج شيء بصري يعلن عن الحملة

فهذه طريقة عظيمة لتوليد الاهتمام الإعلامي، وكذلك لتبيان ما الذي تدور حملة «فلنطالب بالكرامة» حوله للناس، ولماذا ينبغي أن يقدِّموا الدعم لها.

التحرك

استخدموا رمز الحملة أو الرسائل المركزية للحملة لإبداع شيء يثير الدهشة ويجعل الناس يتحدثون عن حملة «فلنطالب بالكرامة».

فباستطاعتكم ترك بصمتكم على نطاق محدود وببساطة – كتعليق ملصقات في أكبر عدد ممكن من الأماكن – أو بفعل شيء كبير يدهش المشاهد، مثل استخدام الضوء لتسليط رمز الحملة على واجهة البرلمان ليلاً! ومهما فعلتم، فإنكم ستساعدون على بدء النقاش وستضيفون شيئاً إلى التأثير الكلي للحملة.

الانطلاق

دعوا مجموعة من الناشطين تلتقي للخروج بأفكار – انظروا بطاقة التحرك 2 للاطلاع على إرشادات بشأن كيفية القيام بذلك. وحافظوا على بساطة أفكاركم: فالهدف هو إشعار الناس بوجود الحملة، ولذا فلا حاجة لأن تقولوا كل شيء. فتقديم رسم مبسط للصورة العامة التي تودون أن يراها الناس أو وسائل الإعلام طريقة جيدة للإبقاء على تركيز أفكاركم.

هل تستطيعون استخدام ثقافة أو تاريخ أو جغرافيا مجتمعكم أو بلدكم لتجسيد ما تعنيه الكرامة لكم؟ وهل هناك معالم غير عادية أو رمزية أو بارزة يمكنكم توظيفها لترك بصمة حملتكم عليها؟ على سبيل المثال، ثمة تقليد في بيرو «بكتابة» رسائل في التربة أو في المناطق الخضراء على سفوح الجبال. فكروا في كيفية ترك بصمتكم على نحو يتصل بمجتمعكم المحلي.

الأفكار

قد ترغبون في بلورة أفكاركم الخاصة بكم، ولكن هناك بعض الاقتراحات للبدء في ذلك. ويمكنكم استخدام أي من هذه أو تكييفها لتلائم مقاصدكم.

- استخدموا الطبيعة – قوموا برسم الرمز في الرمال أو على الثلج، أو قصوه في ثنايا العشب، أو النباتات، أو الأسيجة.
- وكونوا رمزيين – فاعرضوا رمز «فلنطالب بالكرامة» في أماكن بارزة، بالقرب من البرلمان أو من مبان حكومية، على سبيل المثال.
- وقوموا بتطريز الرمز أو رسمه بالزيت مستخدمين أساليب تقليدية محلية. وتستطيعون إشراك مجموعات من المجتمع المحلي كي تساعدكم في ذلك. ويستطيع هؤلاء تشكيل مربعات أو قطعاً من الرمز يمكنكم جمعها سوية لتشكل معروضاً ضخماً يلفت الأنظار.
- أو استخدموا آلة عرض لتعكس الرمز على أحد المباني ليلاً.
- علقوا نسخاً مطبوعة من الرمز على الجدران والفضاءات العامة ومعارض الصور والجسور والطرق أو الممرات. وبإمكانكم استخدام تقنيات «الزخرفة النظيفة بالخطوط» كاستخدام خراطيم الماء المضغوط على سطوح قذرة. وتذكروا أن عليكم أن تحصلوا على إذن بذلك أولاً!
- لفوا مبنى مشهوراً أو معلماً بارزاً في بلدتكم أو مدينتكم بالشعار. وإذا ما كان هناك مبنى لا يزال مغطى بالسقالات، اطلبوا من المالك أن تقوموا بتعليق لافتة ضخمة عليه.
- واعملوا مع منظمات أخرى، كنقابات العمل، أو المنظمات التبشيرية، أو مع جماعات أخرى تؤيد عملكم. فقد يسمح لكم هؤلاء بعرض لافتاتكم على مبانيهم.
- واطلبوا من الناس أن يعلقوا ملصقات أو دمغات أو رقعاً لاصقة في الكليات وفي مراكز المجتمع المحلي والمقاهي والدكاكين وعلى لوحات الإعلانات العامة ونوافذ البيوت أو السيارات.
- أو قوموا بارتداء الشعار. واطلبوا من الناس إظهار دعمهم للحملة بواسطة الملابس أو غيرها من الأشياء:
- كالقمصان القطنية أو الأساور أو الشارات أو الوشوم الزائفة التي تحمل رمز الحملة.
- ومن المؤكد أن للقرطاسية، كمحافظ الأقلام وأقلام الحبر والمحايات وحوامل تذاكر الباص أو القطار، شعبية خاصة لدى الفتيان والفتيات.
- أما الرقع اللاصقة التي تحمل الرمز مرفقاً بصيغة مناسبة من الشعار، فلها روادها. وعلى سبيل المثال، يمكنكم أن تعطوا رقعاً لاصقة تقول «ارفع الصوت!» للموسيقيين كي يضعوها على آلاتهم الموسيقية أو على صناديقها.

منظمة العفو الدولية

© Amnesty International

مئات الأشخاص يشاركون في فعالية «انهضوا وناهضوا الفقر!» في نيو دلهي، الهند، 17 أكتوبر/تشرين الأول 2008.

شاركوا الآخرين

لدينا الرغبة في أن نتقاسم جميع الطرق المختلفة التي يترك ناشطو حملة منظمة العفو الدولية بصماتهم من خلالها، ولذا تأكدوا من التقاط الصور أو تسجيلها على أشرطة فيديو. وانظروا بطاقة التحرك 5 للاطلاع على طرق تقاسم تحرككم مع ناشطين ومؤيدين آخرين.

مسائل عملية

- إذا كنتم بصدد تنظيم نشاط بصري في مكان عام، قد تحتاجون إلى طلب إذن بذلك.
- وفكروا بطول المدة التي تودون أن تبقى «بصمتكم» أثناءها – فعلى سبيل المثال، إذا قمتم برسم الرمز على رمال الشاطئ، عليكم أن تتأكدوا من وصول وسائل الإعلام إليه قبل أن تمحيه الأمواج!
- أما إذا كنتم بصدد ترتيب حفل غداء من أجل «بصمتكم»، حاولوا أن تقيموا كشكاً يمكن للناشطين أن يستخدموه للحصول على تواقيع الزائرين على حملة «فلنطالب بالعدالة» وعلى طلبات الانتساب إلى منظمة العفو.
- وتأكدوا من معرفة وسائل الإعلام بما تقومون به – انظر بطاقة التحرك 4.

قبل أن تبدأوا بالتخطيط للطرق التي ستتركون بها بصمتكم، اقرأوا بطاقة التحرك 8 حول إحداث الضجيج. فبإمكانكم مضاعفة تأثير حملتكم إلى حدودها القصوى عن طريق التخطيط والتنفيذ الجماعي لهذه الأنشطة.

دعوا الناس يتحدثون
عن «فلنطالب بالكرامة»

منظمة العفو الدولية

أحدثوا ضجيجاً

أطلقوا أحداث حملة «فلنطالب بالكرامة» بإحداث ضجة في فضاء عام حتى يسمع بالحملة أكبر عدد ممكن من الأشخاص

التحرك

نظِّموا مظاهرة أو فعالية تستخدمون فيها الصوت للفت أنظار الناس، وتضخيم وقع الدعوة إلى التغيير. وبإمكانكم إحداث أي نوع من الضجيج – كأن تقوموا بالإنشاد أو بعزف الموسيقى الحية أو برواية الحكايات أو بإلقاء الخطب أو بقراءة بيانات إحصائية تتعلق بموضوعات الحملة بصوت مرتفع.

الانطلاق

دعوا مجموعة من الناشطين تلتقي سوية لطرح الأفكار – انظر بطاقة التحرك 2 للاطلاع على إرشادات في هذا الصدد.

فكروا في أكثر الأماكن فعالية لصنع الضجيج في مجتمعكم. فقد يكون هذا خارج مبنى البرلمان الوطني، أو وزارة حكومية مناسبة، أو مبنى لمجلس محلي، أو فضاء عاماً مثل ساحة المدينة أو سوقاً أو متنزهاً عاماً.

الأفكار

- افعلوا شيئاً له رمزيته. فبإمكانكم صنع «أدوات» موسيقية من مواد تتصل بالمطالبة بالكرامة. من ذلك مثلاً العزف على القرب لترمزوا إلى الحق في بيئة صحية توفر للناس الماء النظيف – ويمكن أن يكون لهذا أثر بصري قوي أيضاً.
- قوموا بإشراك موسيقيين من المجتمعات المحلية المتأثرة بالقضايا التي تثيرها الحملة – من قبيل الشعوب الأصلية أو المجتمعات المحلية التي تعيش في مناطق محرومة.
- استخدموا الآلات المحلية التقليدية لصنع الضجيج.
- وقوموا بإشراك الشبان أو المدارس – فبإمكانكم الطلب منهم كتابة أغان أو قصائد حول بعض موضوعات الحملة.
- استخدموا أغان من بلدان أو ثقافات أخرى لتبيِّنوا أن المطالبة بالكرامة قضية عالمية. وبإمكانكم استخدام الأغاني الاحتجاجية أو أغان تدور حول بعض موضوعات الحملة، كالأمومة مثلاً. وتستطيعون الطلب من موسيقيين من ذوي الخلفيات المختلفة أن يقدموا هذه الأغاني في حفل مفتوح أو أن تبثوا عينات من التسجيلات عوضاً عن ذلك. وتستطيعون إجراء مسابقة تسألون الحضور فيها أن يحزروا إلى أي البلدان تنتمي أغاني الاحتجاج التي تقومون ببثها.

تقاسموا أنشطتكم

نريد تقاسم جميع الطرق المختلفة التي يصنع بها ناشطو منظمة العفو الضجيج ضمن الحملة، ولذا تأكدوا من التقاط صور أو تصوير شريط فيديو للفعالية. انظر بطاقة التحرك 5 لمعرفة كيفية تقاسم تحرككم ضمن الحملة مع الناشطين والمؤيدين الآخرين.

مسائل عملية

- قوموا بتسويق فعاليتكم مسبقاً حتى يأتي إليها أكبر عدد ممكن من الأشخاص.
- تأكدوا من إبراز رمز الحملة وشعاراتها في فعاليتكم. فبإمكانكم تصميم لافتات ولوحات وملصقات وقمصان قطنية تطبعون عليها الرمز.
- أقيموا كشكاً أو وزِّعوا ناشطين في مكان قريب كي يدعوا الناس إلى التوقيع على حملة «فلنطالب بالكرامة» وعلى الانتساب إلى منظمة العفو الدولية.
- وقد تحتاجون إلى الحصول على إذن بعقد فعاليتكم في مكان عام. وفي بعض البلدان أو المناطق، ربما تحتاجون إلى ترخيص إضافي إذا كنتم بصدد تنظيم حفل موسيقي حي.
- تأكدوا من معرفة وسائل الإعلام بما تعملون – انظر بطاقة التحرك 4. ومن المعتاد أن تشد فعالية صوتية في طبيعتها اهتمام محطات الراديو، نظراً لبحثها المستمر عن أصوات مختلفة تشد اهتمام المستمع لاستخدامها في برامجها.

وقبل بدء التخطيط لطرق إحداث الضجيج، عليكم قراءة بطاقة التحرك 7 بشأن ترك بصمتكم. وبإمكانكم تعظيم تأثير حملتكم إلى الحد الأقصى بالتخطيط للأنشطة وتنفيذها سوية وبصورة جماعية.

دعوا الناس يتحدثون
عن «فلنطالب بالكرامة»

منظمة العفو الدولية

اصنعوا موسيقى للكرامة

استخدام فعالية موسيقية لترويج حملة «فلنطالب بالكرامة» طريقة فعالة حقاً لجعل فئات جديدة من الجمهور تسمع بالحملة، ولتضخيم صوت الدعوة إلى التغيير

التحرك

بإمكانكم تنظيم حدثكم أو مهرجانكم الموسيقي الخاص بكم أو الاستفادة من فعالية موجودة للترويج لحملتكم. وقد يكون العمل مع منظمة موسيقية أو دار للموسيقى أفضل السبل، نظراً لامتلاكها الخبرة المتخصصة وشبكة الاتصالات المناسبة لتنظيم الحدث – وباستطاعتكم أنتم التركيز على الترويج لحملة «فلنطالب بالكرامة».

الانطلاق

اتصلوا بالمنظمات أو الدور الموسيقية التي تعتقدون أنها سوف تتعاطف مع المطالبة بالكرامة. وضِّحوا لهم الأهداف والنطاق العالمي للحملة. فقد تكون لديهم أفكار بشأن ما يستطيعون إعداده لدعم الحملة، ولكن ينبغي أن تحملوا معكم بعض الأفكار الخاصة بكم أيضاً – انظر ما يلي.

الأفكار

- استخدموا رمز الحملة أثناء الفعالية – خارج وداخل المكان أو على خشبة المسرح – واستعملوا أي مواد للترويج للفعالية، كالملصقات والنشرات الطيارة والمواقع الإلكترونية. وبإمكانكم تكييف الرمز ليلائم حفلاً موسيقياً أو احتفالاً بعينه.
- واختاروا موسيقى أو موسيقيين على صلة بموضوعات الحملة
- واجعلوا فيما بين الفقرات الموسيقية فسحاً لقراءات ولشهادات شخصية بشأن الكرامة وحقوق الإنسان.
- وخططوا لفعالية متنوعة تعكس الإرث الموسيقي لمجتمعات تضررت من القضايا التي تثيرها الحملة – أو فكروا فيما إذا كان بالإمكان استخدام مثل هذه الموسيقى في فعالية أوسع نطاقاً.
- أقيموا كشكاً لكسب المؤيدين وجعل الضيوف يوقعون على المشاركة في الحملة.
- واستكشفوا إمكانات جمع الأموال بالمناسبة.
- وروِّجوا الفعالية لدى وسائل الإعلام المحلية. فبإمكانكم محاولة إقامة شراكة إعلامية مع صحيفة ما ذات صلة بالحملة أو مع محطة إذاعة تقدم موسيقى مشابهة لما تقدمونه في فعاليتكم. ويمكنكم كذلك ربط الفعالية بقضية بعينها من قضايا «فلنطالب بالكرامة». وعلى سبيل المثال، إذا ما قمتم بربط الفعالية بمسألة صحة الأمومة، قد تجتذب الفعالية اهتمام مجلة نسائية أو برنامج إذاعي بعينه. انظر بطاقة التحرك 4.

ماذا لهم من هذا كله؟

قد يكون بعض الشركاء ملتزمين أصلاً برسالة منظمة العفو الدولية، ولكن قد تحتاجون إلى أن تُروا الآخرين كيف أن حملة «فلنطالب بالكرامة» يمكن أن تفيد فعاليتهم أو مهرجانهم أو مؤسستهم. وقد تحتاجون كذلك إلى إقناعهم بدعم «فلنطالب بالكرامة» عوضاً عن توفير الرعاية للفعالية. وفيما يلي بعض المنافع:

- بإمكانكم الترويج لفعاليتهم ومكان عرضهم عبر شبكة أنصار منظمة العفو الدولية والمنظمات الأخرى التي تعملون معها.
- يمكنهم، من خلال عملهم مع «فلنطالب بالكرامة»، الترويج لفعاليتهم ومكان عرضهم في وسائل الإعلام. وقد يكون بإمكانكم مساعدتهم على تأمين شراكات مع وسائل الإعلام (انظر ما سبق).
- وبإقامتهم الروابط مع الحملة، يمكنهم أن يحصلوا على الدعم والتبريكات والولاء من جانب أفراد الجمهور ممن ينظرون بإيجابية إلى دعمهم لحملة منظمة العفو الدولية.

تقاسموا أنشطتكم

نريد تقاسم فعاليتكم مع ناشطي منظمة العفو الآخرين في الحملة. وقد تحتاجون إلى طلب الإذن من منظِّمي الفعالية لتصويرها على شريط فيديو أو لالتقاط الصور. انظر بطاقة التحرك 5 لمعرفة سبل تقاسمها مع الناشطين والمؤيدين الآخرين.

مسائل عملية

- إذا كنتم بصدد تنظيم فعاليتكم بأنفسكم، قد تحتاجون إلى الحصول على إذن أو ترخيص.
- تأكدوا من إبراز رمز الحملة وشعارتها بحيث يراها الموجودون.
- أقيموا كشكاً أو وزعوا ناشطين للحصول على تواقيع الزائرين على حملة «فلنطالب بالكرامة» وعلى الانتساب لمنظمة العفو.
- وتأكدوا من معرفة وسائل الإعلام بالفعالية – انظر ما سبق وبطاقة التحرك 4.

دعوا الناس يتحدثون
عن «فلنطالب بالكرامة»

منظمة العفو الدولية

اجهروا بالدعوة إلى الكرامة

© Amnesty International

إريبيرتو أيالا، ممثل مجتمع «ساوهوياماكسا» للسكان الأصليين في باراغواي، يتحدث إلى مشارك في «المنتدى الاجتماعي العالمي»، بيليم، البرازيل، يناير/كانون الثاني 2009.

يمكن لفعالية «الجهر بالدعوة إلى الكرامة» أن تتيح للناس فرصة كي يتحدثوا عن الأسباب التي تجعل من النهوض بواقع حقوق الإنسان أمراً أساسياً للتغلب على الفقر

وهي طريقة جيدة للاستماع إلى ما لدى الآخرين، وكذلك لإثارة اهتمام الجمهور ووسائل الإعلام.

التحرك

نظِّموا ملتقى حيث يستطيع الناس مناقشة الصلة بين الكرامة وحقوق الإنسان والفقر. وربما تستطيعون طرح بعض المسائل والموضوعات البارزة في حملة «فلنطالب بالكرامة»، كالحق في خدمات صحة الأمومة، والحق في السكن، والحق في بيئة صحية.

وقد تمتد فعاليتكم ليوم واحد، أو لنصف يوم أو أمسية. وفي المقابل، يمكنكم عقد سلسلة من الفعاليات على مدار بضعة أسابيع، أو في قرى وبلدات ومدن مختلفة. وإذا ما فعلتكم ذلك، يمكنكم الترويج لهذه الفعاليات في وقت واحد كفعالية أوسع نطاقاً.

الانطلاق

فكروا في سبل تشجيع الناس على الانضمام إلى النقاش، بينما تبقون عليه منصباً على الحملة وقضاياها.

الأفكار

- جددوا الموضوعات والقضايا التي ترغبون في مناقشتها. هل تريدون التركيز على الموضوع الرئيسي للحملة أم على قضايا محددة؟
- هل تودون دعوة متحدثين ضيوف؟ وهل بالإمكان استضافة أشخاص ممن تضرروا بصورة مباشرة مما تطرحون من قضايا للتحدث عنها؟
- فكروا في المكان الذين يمكن أن تعقدوا فيه ملتقاكم. هل بالإمكان تحويل مكان عام إلى «فضاء للكرامة» بتحديده عن طريق اللافتات وعرض رمز الحملة؟ فقد تكون هناك أماكن لها أهميتها الخاصة أو لها صلة بموضوعات النقاش – وعلى سبيل المثال، تحت شجرة، أو في فضاء مفتوح، أو في قاعة القرية، أو بيت زعيم محلي، أو الساحة العامة للبلدة، أو في مقهى. فيمكن عقد اللقاء في أي مكان يمكن أن يربط الناس بينه وبين الملتقيات والنقاشات العامة.
- وبإمكانكم دعوة صانعي قرار وصانعي سياسات مهمين، والطلب منهم الرد على ما يطرح من قضايا. أو يمكنكم، إذا ما كنتم بصدد عقد سلسلة من النقاشات، جمع بعض الشهادات وعرضها على صانعي القرار والسياسات في الفعاليات المنطقية والوطنية.

تقاسموا أنشطتكم

إن جعل الناس يتحدثون عما تعنيه الكرامة لهم جزء مهم من الحملة. دوِّنوا ما يقال، وسجلوا النقاش وكلمات الأفراد وشهاداتهم على شريط صوتي أو على شريط فيديو.

مسائل عملية

- كيف يمكن تحويل مكان ما إلى فضاء يشجع الناس على أن يجهروا بآرائهم؟ تأكدوا من أن جو المكان لا يحُد كثيراً من انطلاقتهم.
- وتأكدوا من إمكانية سماع المتحدثين بيسر، ولا سيما في الأماكن المفتوحة. فقد تحتاجون إلى إقامة منصة أو إلى استخدام مكبرات الصوت.
- وستحتاجون إلى شخص يستضيف الفعالية ويقدم المتحدثين.
- فكروا في طول المدة التي ترونها مناسبة لحديث كل شخص، وفي كيفية انسياب الأحاديث على نحو يغطي كل شيء تريدونه من اللقاء.
- وفكروا في سبل لتشجيع الناس على حضور الفعالية والمشاركة في النقاش. وهل ستكون هناك فرصة لطرح الأسئلة أو للتعليقات بشأن الكرامة. وهل ترغبون في أن ينقسم الحضور إلى مجموعات للتحدث حول قضايا بعينها؟
- تأكدوا من إبراز رمز الحملة على نحو يمكن للجميع مشاهدته.
- وأقيموا كشكاً أو وزعوا ناشطين كي يستقبلوا توقيعات الأشخاص على حملة «فلنطالب بالكرامة» وعلى الانتساب لمنظمة العفو الدولية.
- وقد تحتاجون إلى الحصول على إذن لعقد النقاش في مكان عام.
- وتأكدوا من معرفة وسائل الإعلام بما تفعلون – انظر بطاقة التحرك 4.

منظمة العفو الدولية

صحة الأمهات
حق إنساني

كل 60 ثانية

© Kevin Hill

أداما كامارا، البالغة من العمر 16 سنة، تحمل واحداً من توأميها البالغيْن من العمر ثلاثة أيام في جناح الإنعاش في مستشفى الأميرة المسيحي للأمومة في فريتاون، بسيراليون، فبراير/شباط 2009. حيث تواجه النساء في سيراليون خطر الوفاة أثناء الولادة أكثر من أي مكان آخر في العالم تقريباً.

كل 60 ثانية، تفارق امرأة الحياة جراء المضاعفات الناجمة عن الحمل والولادة

وجميع هذه الوفيات تقريباً يمكن أن يُحال دونها، بينما يقع 95 بالمئة منها في البلدان النامية. ومع أن لكل امرأة حق في الرعاية الصحية لأمومتها.

التحرك

نظموا حركات استعراضية في الشارع لزيادة الوعي بعدد النساء اللاتي يفارقن الحياة أثناء الولادة أو بسبب مضاعفات الحمل.

الأفكار

- دعوا مجموعة من الناشطين والناشطات يصطفون في فضاء عام. واجعلوا واحداً منهم/منهن يسقط على الأرض كل دقيقة لترمزوا إلى وفاة امرأة. وباستطاعتهم وضع أقنعة بوجوه بيضاء لتظهروا أنكم تمثلون أناساً آخرين.
- تأكدوا من وجود لافتة تظهر رمز الحملة وأسباب تحرككم في الشارع. واطلبوا من كل واحد من المشاركين ارتداء قميص قطني يحمل رمز الحملة. وبإمكانكم كذلك إضافة رسائل خاصة بالحملة – من قبيل، «صحة الأمهات حق من حقوق الإنسان» – على القمصان أو اللافتات أو اللوحات الكرتونية.
- وبإمكانكم تنظيم الحدث بالقرب من ساعة في ساحة البلدة أو برج لساعة معروفة، أو أن تستخدموا ساعة ضخمة تحمل رمز الحملة. إذ يمكن لهذا أن يساعد على تعزيز الرسالة بأن ثمة امرأة تموت كل دقيقة. وباستطاعتكم التشديد على هذه الصلة باستخدام عناوين ضخمة وملصقات ولوحات كرتونية تحمل رسائل من قبيل:
  - «أوقفوا ساعة الوفيات العبثية أثناء الولادة.
  - وطالبوا بحق الأمهات في الرعاية الصحية».
  - «لقد حان الوقت لوقف وفيات الأمهات. طالبوا بحق الأمومة في الرعاية الصحية الآن».
- نظِّموا «جمهوراً طياراً» عن طريق تعبئة مجموعة من الأشخاص بواسطة الانترنت أو الرسائل النصية أو الرسائل الإلكترونية وادعوهم إلى أن يحتشدوا في مكان محدد يؤمه الناس أو بارز أو رمزي – كأن يكون خارج وزارة الصحة أو إحدى المستشفيات، على سبيل المثال – في ساعة معينة من يوم معين. واجعلوهم يتساقطوا على الأرض «ويموتوا» لدقيقة في تظاهرة تعبيرية تجسد وفيات الأمهات.

مسائل عملية

- تأكدوا من أن الحدث آمن ويكفل السلامة للمشاركين ولا يشكل إزعاجاً زائداً للجمهور.
- وقد تحتاجون إلى إذن للقيام باستعراضكم التعبيري في مكان عام.
- أقيموا كشكاً أو وزعوا ناشطين في المكان كي يستقبلوا من يريدون التوقيع على حملة «فلنطالب بالكرامة» وعلى الانتساب إلى منظمة العفو من أفراد الجمهور.
- وتأكدوا من أن وسائل الإعلام على علم بما تفعلون – انظر بطاقة التحرك 4.

تقاسموا أنشطتكم

تذكروا أن تلتقطوا صوراً أو تسجلوا مشاهد الشارع التعبيرية على شريط فيديو. وانظروا بطاقة التحرك 5 لمعرفة كيفية تقاسم تحرك حملتكم مع ناشطين وأنصار آخرين.

منظمة العفو الدولية

دعوا الناس يتحدثون
عن «فلنطالب بالكرامة»

حكايات عن الأمومة – وعن الحرمان من الأمومة

© Natalie Behring/Panos Pictures

امرأة سودانية حامل من الأودوك تنتظر تلقي خدمات ما قبل الولادة في عيادة مخيم بونغا للاجئين على الحدود الإثيوبية/السودانية، 2003.

إن حصول الأمهات على الرعاية الصحية الجيدة رهن بكونك غنياً أم فقيراً

فخمس وتسعون بالمئة من النساء اللاتي يفارقن الحياة أثناء الحمل والولادة يعشن في البلدان النامية. ولكن من حق كل امرأة التمتع بأمومة صحية.

التحرك

قوموا بإضفاء اللمسة الإنسانية على حق الأمهات في أمومة صحية عن طريق جمع الحكايات والأفكار من الأمهات والأطفال، على السواء، بشأن ما تعنيه الأمومة.

الانطلاق

إلى جانب إطلاق المشروع على الموقع الإلكتروني لفرعكم لمنظمة العفو، باستطاعتكم العمل مع صحيفة أو إذاعة محلية للحصول على القصص. وقد يساعدونكم أيضاً في تصوير القصص على شريط فيديو أو تسجيله صوتياً. أو حاولوا مقاربة منظمة للمجتمع المحلي، كإحدى الحضانات مثلاً. وباستطاعتكم أيضاً القيام إعداد الترتيبات لفعالية تتمكن النساء والأطفال فيها من التحدث عن تجاربهن.

الأفكار

- قارنوا تجارب الأمهات القادمات من مناطق ومجتمعات مختلفة لتسليط الضوء على عدم المساواة في الانتفاع بخدمات الأمومة فيما بين النساء الغنيات والنساء الفقيرات. وباستطاعتكم إظهار كيف أن احتياجاتنا الإنسانية متماثلة – غير أن ما نمر به من تجارب رهن بالوضع الذي نأتي منه.
- وقارنوا بين التجارب المختلفة لثلاثة أجيال مختلفة من الأمهات لتبيان كيف أن ولادة الأطفال قد تغيرت على مر السنين. استخدموا قصصاً لتسليط الضوء على أن ولادة الأطفال قد أصبحت أكثر أماناً بالنسبة للعديد من النساء في مختلف أنحاء كوكبنا خلال فترة لا تزيد على ثلاثة أجيال، ولكن أيضاً لتبيان أن العديد من النساء الفقيرات ما زلن يواجهن خطراً حقيقياً في أن يقضين أثناء الحمل أو الولادة.
- وبإمكانكم التوسع في هذه المسألة لتحولوها إلى مناشدة توقع عليها الأمهات وبناتهن وحفيداتهن في إطار حملة «فلنطالب بالكرامة» عبر موقعكم الإلكتروني. واجعلوهن ينشرن رسائل دعمهن أو خبراتهن على الموقع. وبإمكانكم إقناع نساء معروفات بأن يروين خبراتهن أو قصصهن بشأن أمهاتهن أو جداتهن.

تقاسموا أنشطتكم

انظر بطاقة التحرك 5 بشأن كيفية تقاسم تحرككم للحملة مع ناشطين ومؤيدين آخرين.

مسائل عملية

- تأكدوا من الحصول على الإذن باستخدام قصص النساء. وينبغي أن يعرفن بالطريقة التي سوف تستخدمونها بها. فبعض النساء يفضلن أن لا تُعرف هويتهن.
- أبلغوا وسائل الإعلام بشأن ما تفعلون. وقد تكون المجلات أو البرامج النسائية معنية أكثر من غيرها.

منظمة العفو الدولية

السكن حق من حقوق الإنسان

هذا بيتي

© Genna Naccache

زوجان يفران بطفلهما الصغير من بيتهما أثناء عملية للشرطة في حي «روسينيا» للفقراء، ريو دي جانيرو، البرازيل، 2005، حيث شارك في أكثر من 1,200 شرطي. وكثيراً ما تكلف اجتياحات واسعة النطاق من هذا القبيل المجتمعات المحلية غالياً، ولكنها دون أن تمس المشكلات التي تقف وراء الظروف المؤدية إليها كالإقصاء والجريمة.

إن ما يربو على بليون شخص يعيشون في مجتمعات الصفيح الفقيرة في العالم

وعليكم تحدي ما يعتقده الناس من حولكم وما يقولونه عنكم وعن جيرانكم، وطالبوا بالحق في السكن.

التحرك

هل تعيشون وسط التهديد بالإجلاء القسري؟ وهل باستطاعتكم الحصول على ماء الشرب النظيف، وعلى الوقود للطبخ والتدفئة والإضاءة، وعلى الصرف الصحي والخدمات الطارئة؟

استخدموا الصور ورسومات الأطفال وأواني البيت لإقامة معرض حول الوضع الذين تعيشون فيه والأمور التي تواجهون. وبإمكانكم العمل مع مجموعات من المجتمع المحلي وكذلك مع الأصدقاء والعائلة والجيران.

الأفكار

- بإمكانكم الاتصال بدائرة التصوير في كلية محلية ورؤية ما إذا كانوا مستعدين لتدريب بعض الشبان من مجتمعكم على كيفية التقاط صور جيدة وعرضها. وقد يعيرونكم بعض معدات التصوير. دعوا الشبان يلتقطوا صوراً للمنازل ولطرق العيش وللجوار. ودعوهم يبينوا الجوانب الإيجابية والسلبية من الصورة المحلية.
- اطلبوا من الأطفال في مجتمعكم المحلي أن يرسموا صوراً لبيوتهم ولطريقة عيشهم ولجوارهم. ما الذي يحبونه فيها؟ وما الذي يرغبون في تغييره؟ وقد تكون منظمات المجتمع المحلي والمدارس أو كليات الفنون المحلية راغبة في توفير الورق وأقلام الرسم.
- اطلبوا من أصدقائكم وأفراد عائلاتكم وجيرانكم أن يقدموا أواني منزلية ترمز إلى المكان الذي يعيشون فيه وما يرغبون في تغييره في طريقة عيشهم.

تقاسموا أنشطتكم

- قوموا بعرض عملكم وبيِّنوا للناس ما يعنيه العيش في مجتمعكم. وقد يكون هناك فضاء مكشوف في مجتمعكم تستطيعون أن تقيموا معرضكم فيه، أو اطلبوا من صالة عرض أو كلية فتح أبوابها لمعرضكم.
- نظِّموا فعالية لإطلاق المعرض، حيث يمكنكم دعوة الناس لمناقشة مسائل تتعلق بالسكن وبما يحتاجه مجتمعكم. وبإمكانكم أن تجعلوا من ذلك حدثاً «لإعلاء الصوت من أجل الكرامة» – انظر بطاقة التحرك 10.
- تأكدوا من دعوة وسائل الإعلام – ودعوهم يستخدموا الصور والرسومات في توضيح قصصهم.

منظمة العفو الدولية

السكن حق من حقوق الإنسان

الفتوا الأنظار إلى معضلة السكن

© Kevin Hill

أطفال ينظرون بينما أحد الخنازير يتجول في جدول مليء بالقاذورات في موا وهارف، وهي قرية لصيادي الأسماك خلف «مستشفى الأميرة المسيحي للأمومة» مباشرة في فريتاون، سيراليون، فبراير/شباط 2009.

إن ما يربو على بليون شخص يعيشون في مجتمعات الصفيح الفقيرة في العالم

التحرك

وجِّهوا مناشدات إلى صنّاع القرار بطريقة خلاّقة لتسليط الضوء على بعض المسائل التي يواجهها من يعيشون في مجتمعات الصفيح. وتشمل هذه المسائل عمليات الإجلاء القسري والتهديد بالعنف من جانب الشرطة وعصابات الإجرام، وكذلك انعدام خدمات أساسية من قبيل الماء النظيف والصرف الصحي والرعاية الصحية والتعليم.

الانطلاق

فكروا في المسائل التي تلحق الأذى بأفراد أحياء الفقراء في مدينتكم أو بلدتكم. ما الذي ينبغي أن يتغير، ومن الذي يملك القدرة على إحداث التغيير المطلوب؟

الأفكار

- أقيموا كشكاً أثناء فاعلية أو احتفال، حيث يمكن للأشخاص أن يصنعوا «لبناتهم» الخاصة بهم من الكرتون أو الورق أو الصناديق. واطلبوا منهم كتابة أسمائهم والرسالة، كل على لبنته – ويمكن لهذا أن يتناول مشكلة تواجهها مجتمعات الصفيح، أو يتخذ شكل رسالة دعم لها. ويمكنكم كذلك الطلب من المدارس المحلية أن تشارك من خلال التبرع بلبنات قام الأطفال بصنعها.
- استعملوا اللبنات لبناء بيت «فلنطالب بالكرامة»، الذي يمكنكم عرضه في مكان عام. ويمكن أن يكون هذا فضاء في المجتمع المحلي أو مكاناً أكثر رمزية، مثل المباني الحكومية أو المحاكم أو مكاتب مطوِّري العقارات.
- وأعدّوا مناشدة بشأن واحدة من القضايا التي تؤثر على من يعيشون في مجتمعات الصفيح في مدينتكم أو بلدكم. صمموا مناشدتكم على شكل بيت بسيط مصنوع من عدد من اللبنات (الحقيقية أو الرمزية). واطلبوا من الناس توقيع أسمائهم على إحدى اللبنات – وبإمكانهم إضافة رسالة أو التعبير عن دعمهم لمن يعيشون في مجتمعات الصفيح أو المطالبة بتدابير لحماية حقوقهم الإنسانية.
- وقبل أن تقوموا بتسليم مناشدتكم، تبيَّنوا ما إذا كان باستطاعتكم عرضها في مكان عام لاجتذاب المزيد من التغطية الإعلامية والتواقيع.
- ويمكن القيام بهذه الأنشطة أثناء فعالية أخرى لحملة «فلنطالب بالكرامة» – كحفل موسيقي، على سبيل المثال – انظر بطاقة التحرك 9.

مسائل عملية

- تأكدوا من معرفة وسائل الإعلام بما تقومون به – انظر بطاقة التحرك 4.
- ودعوا بعض الناشطين يتوزعوا في المكان للحصول على تواقيع الزوار على حملة «فلنطالب بالكرامة» والانتساب إلى منظمة العفو الدولية.