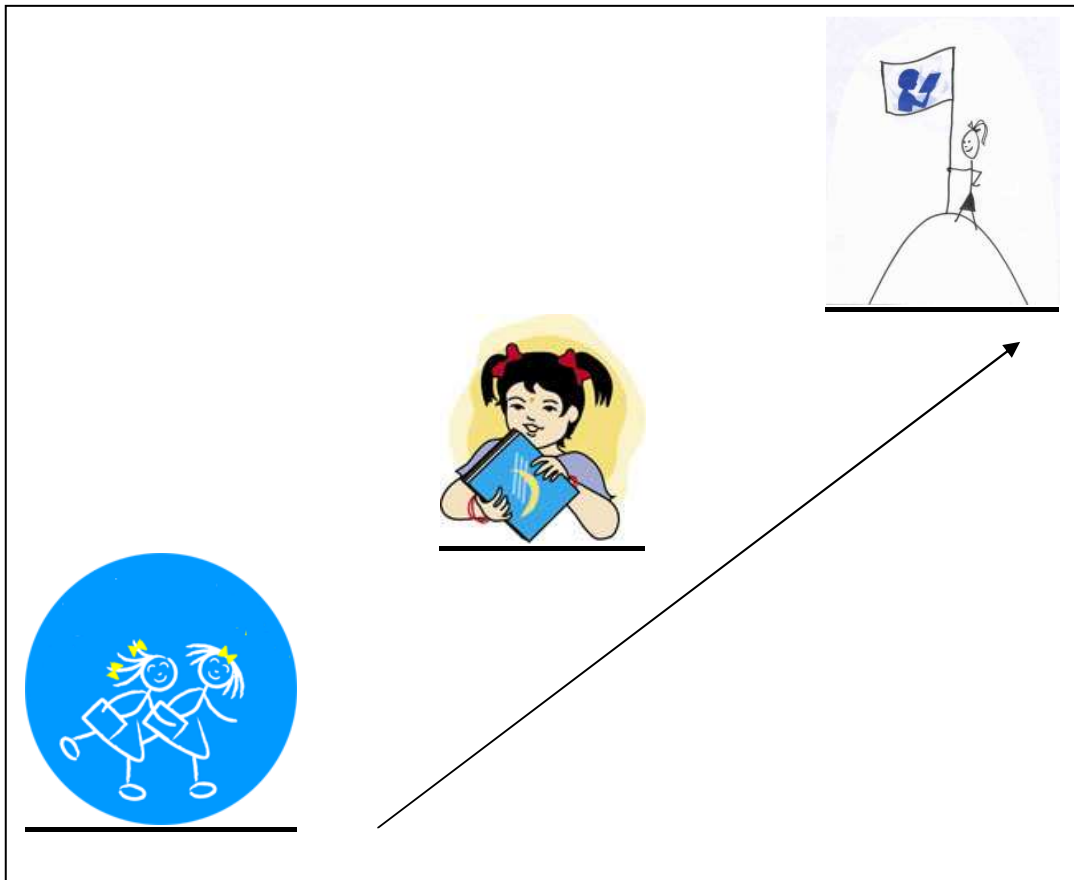


يقدم

دليل المدرسة

كيف نقوم بعمل حملة توعية لتعليم الفتيات



نوفمبر 2008

المحتويات

1.....	كيف نقوم بعمل حملة توعية لتعليم الفتيات.....
1.....	نوفمبر 2008
2.....	المحتويات.....
3.....	1.مقدمة.....
4.....	2. مفهوم التوعية.....
5.....	3. الإعداد لتخطيط حملة التوعية.....
5.....	3-1 أهداف برنامج التوعية.....
6.....	3-2 الفئات المستهدفة.....
11.....	3-3 رسائل حملة التوعية.....
14.....	○ أيد لوحدها ما تسقششى.....
14.....	3-4 الوسائل والطرق المستخدمة فى التوعية.....
23.....	4. كيفية وضع خطة تنفيذية.....
25.....	5.اختيار فريق التوعية وتدريبه.....
29.....	نموذج لخطة توعية على مستوى المجتمعات.....
30.....	ملحق (2).....
30.....	نموذج لدراسة حالة يمكن استخدامها فى تدريب فريق التوعية.....
31.....	المصادر والمراجع:.....

1. مقدمة

يهدف مشروع تحسين الأداء التعليمي للبنات إلى زيادة فرص التعليم للفتيات وتحسين طرق التعلم ، وذلك من خلال مشاركة المجتمع في العملية التعليمية ، مما يؤدي إلى زيادة التحاق البنات بالتعليم ، انتظامهن في الحضور ، و زيادة التحصيل الدراسي وتحسن نواتج التعلم. يتم تنفيذ هذا المشروع بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم وتمويل من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية.

عند قيام المدارس الشريكة لمشروع تحسين الأداء التعليمي للبنات بتحديد احتياجات المجتمع التعليمية ظهرت بعض التحديات والعوائق في سبيل التحاق البنات بالتعليم ، انتظامهن في الحضور للمدرسة ، وكذلك تحصيلهن الدراسي. كان من بين هذه العوائق والصعوبات نقص وعي بعض الأسر في المجتمعات بأهمية تعليم البنات ، لذا كان على فرق التعليم بالمدارس الشريكة بالمشروع أن تعمل على بناء قنوات جديدة لدى مجتمعاتها بأهمية تعليم البنات ، التغلب على تلال من المعارضة لتعليم البنات ، وكسب مؤيدين جدد من داخل المجتمع لتحقيق مساندة مجتمعية لالتحاق ، حضور ، ونجاح البنات في المدرسة.

من هنا ظهرت أهمية التوعية كحجر أساس لبناء اتجاهات جديدة وتغيير مفاهيم لدى المجتمعات بأهمية التعليم بشكل عام، وتعليم الفتيات بشكل خاص، مع إبراز قيمة التعليم في إحداث التغيير التنموي المطلوب الذي يرتقى بحياة الفرد والمجتمع.

إن أغلب المجتمعات التي يعمل بها البرنامج هي مجتمعات ريفية بصعيد مصر، والتي تظهر بها مشكلة تعليم الفتيات بشكل واضح، ويرجع ذلك لأسباب عديدة من أهمها العادات والتقاليد وتدنى المستوى الاقتصادي.

لذا فهذا الدليل يقدم خبرة إرشادية في مجال التوعية بأهمية التعليم خاصة تعليم الفتيات، والتأكيد على أهمية المشاركة المجتمعية. فهو دليل إرشادي يوضح بشكل مبسط كيفية تصميم وتنفيذ حملات توعية لتعليم الفتيات، وكيفية اختيار طرق وأساليب للتوعية تكون مؤثرة في تغيير اتجاهات وسلوكيات الفئات المستهدفة.

ويمكن لأي شخص، سواء كان متخصصا أو مجرد مهتم بقضية تعليم الفتيات ويرغب في القيام بحملة توعية على مستوى مجتمعه الصغير، أن يستخدم هذا الدليل الإرشادي في تصميم وتنفيذ الحملة وأيضا يمكن استخدامه في تصميم أي حملة توعية تمس أي قضية أخرى في مجتمعه.

2. مفهوم التوعية

التوعية تعنى تعديلا في سلوك فرد أو جماعة من سلوك سلبي إلى سلوك إيجابي، نتيجة لتغيير الاتجاهات الخاطئة وتصحيح المفاهيم والمعارف. والتوعية عملية مستمرة ومتكاملة تهدف إلى توصيل رسالة إلى فرد أو جماعة، بغرض الوصول إلى قرار يحل مشكلة أو يستبدل سلوكا سلبيا بسلوك سليم، والحفاظ على هذا السلوك والاستمرار فيه.

□ ماذا نعنى بحملة التوعية؟

حملة التوعية هي مجموعة من الأنشطة المخططة ومعتمدة ومستمرة لفترة محددة، وتشمل كل الفئات المؤثرة والمتأثرة بالمشكلة المطلوب التوعية بها وهذا بهدف تغيير في الاتجاهات والمعارف وتعديل السلوك

□ ولتصميم حملات التوعية يجب أن نتبع الخطوات التالية:

- وضع أهداف ومؤشرات الحملة
- تحديد الرسائل التي ستوجه الحملة
- تحديد الفئة المستهدفة
- اختيار فريق عمل لتنفيذ الحملة وتدريبه
- تحديد الوسائل المستخدمة وتصميمها
- تحديد الميزانية المطلوبة
- وضع خطة تنفيذية
- المتابعة والتقييم للحملة

وفي الأبواب التالية شرح مفصل لتلك الخطوات وكيفية تنفيذها.

3. الإعداد لتخطيط حملة التوعية

3-1 أهداف برنامج التوعية

لحملات التوعية أهداف متعددة بعضها يدور حول زيادة معارف المجموعة المستهدفة، بينما يدور البعض الآخر حول التغييرات المطلوب إحداثها في اتجاهات وسلوكيات المجموعات المستهدفة.

□ لذا يجب عند كتابة أهداف الحملة أن نتأكد من :

- مناسبة أهداف الحملة وأولويتها للنشاط المنفذ داخل المجتمع
- ألا تزيد أهداف الحملة على 3 أهداف.
- أن تشمل أهدافا تتعلق ببناء معارف خاصة بموضوع التوعية، وأخرى تتعلق بتغيير الاتجاهات.
- أن تكون الأهداف بسيطة وواضحة و يسهل قياسها.
- أن تكون الأهداف محددة بالتاريخ و بالفئة المستهدفة و بالمنتج النهائى المتوقع بعد تنفيذ الأنشطة.

□ كيف تقوم بوضع أهداف حملة التوعية؟

- قم بتحديد المشكلات التي تريد التعامل معها من خلال الحملة مثل :
 - عدم التحاق 200 فتاة في سن الالتحاق بالتعليم الابتدائي؛
 - تسرب 50 فتاة من التعليم؛
 - وجود 20 فتاة بدون شهادة ميلاد حيث إنهن لم يسجلن بكشوف قيد المواليد؛
 - وجود 80 فتاة من سن 9-18 خارج التعليم، ويعملن فى الحقل.
- حدد الفئة المراد إقناعها وتغيير اتجاهاتها أثناء تنفيذ الحملة (ارجع إلى الفئات المستهدفة)؛
- حدد الفترة الزمنية اللازمة لتنفيذ الحملة؛
- أبدأ في صياغة الأهداف بأسلوب سهل وغير معقد، مثل:

أمثلة لأهداف حملات التوعية في بعض القرى و التي أدت إلى نتائج جيدة لتلك الحملات

- إقناع 100 من أولياء الأمور بأهمية تعليم بناتهم و إلحاق 80 فتاة بالمدرسة؛
- إقناع أولياء الأمور بأهمية مشاركتهم فى تعليم بناتهم؛

- استخراج 100 شهادة ميلاد للفتيات؛
- إلحاق 70 فتاة بالفصول متعددة المستويات؛
- استمرار 90% من الفتيات بالمدرسة؛
- الإقناع بأهمية مشاركة العنصر النسائي في المجالس.

ولقد وجد البرنامج أن أهداف حملات التوعية تركز على 3 محاور رئيسية هي:

1. أهمية تعليم الفتيات.
2. أهمية مشاركة ومساهمة المجتمع بصورة فعالة في عملية تحسين وتجويد نوعية التعليم المقدمة لأطفالهم.
3. الجودة العالية التي تتميز بها العملية التعليمية داخل المدارس مع مزيد من التركيز على أهمية تعليم الفتيات.

وبعد مرور فترة من عمر المشروع ظهرت بعض الصعوبات والمشكلات التي أضافت أهدافا جديدة لحملات التوعية مثل:

1. مشكلات الغياب والحضور للتلميذات.
 2. مشكلات التسرب والانتظام.
 3. مشكلات عدم توافر شهادات ميلاد التلميذات.
 4. ضعف مشاركة العنصر النسائي في دعم العملية التعليمية.
- وهذا يؤكد أهمية مرونة فريق العمل القائم بحملات التوعية لتعديل بعض أهدافه بما يتناسب مع الوضع القائم والتغييرات التي تحدث في المجتمعات.

2-3 الفئات المستهدفة

يقصد بالفئة المستهدفة: الفئة المراد إحداث تغيير في اتجاهاتها ومعارفها و التأثير عليها لتحقيق أهداف ونتائج حملة التوعية.

إن تحديد الفئة المستهدفة يتوقف عليه:

- طبيعة حملة التوعية؛

• محتوى الرسالة؛

• ونوع الوسيلة المستخدمة.

حيث اختلاف طبيعة الفئة المستهدفة بين متعلمين وغير متعلمين و اختلاف أعمارهم واختلاف درجة قناعتهم وقبولهم لفكرة تعليم فتياتهم، وأيضاً الفتيات أنفسهن بعض منهن كن يرفضن فكرة التعليم. كل ذلك كان من أصعب التحديات التي قابلت فريق العمل ببرنامج المدارس الجديدة.

و لكي تقوم بتحديد الفئات التي تستهدفها حملتك بأهمية تعليم الفتيات يجب أن تجيب عن الأسئلة الآتية:

• من هي الفئات المؤثرة في قرار تعليم الفتيات (الأمهات - الجدات - الآباء)؟

• من هي الفئات الأكثر استفادة/المتضررة من تعليم الفتيات؟

• ما هي الفئات المعارضة لتعليم الفتيات في القرية ؟

• ما هي الفئات المؤيدة لتعليم الفتيات في القرية ؟

• ما هي الفئات التي يسهل إقناعها ؟

• وما هي الفئات التي يصعب إقناعها؟

أكد فريق العمل أن هناك ثلاث فئات مستهدفة أساسية لابد من التوجه إليها والتعامل

معها لعمل حملة توعية حول أهمية تعليم الفتيات.

1. أولياء أمور فتيات الفئة العمرية 6-18

• الأمهات

اكتشف فريق العمل أن الأمهات هن أهم فئة لا بد من إقناعها بأهمية التعليم لفتياتهن والتي بدورها تؤثر على قناعة الأب. فحجة العديد من الآباء أن الفتيات يساعدن في أعمال المنزل، وهذا طبعاً رأى الأم، حيث إنها ترغب في إبقائها في المنزل لتتحمل معها بعض الأعباء المنزلية اليومية.

• الجَدات

ظهر واضحاً الدور المؤثر لجدات الفتيات في قرار إحقاقهن بالمدرسة، حيث تمثل الجدة، في أحيان كثيرة، السلطة التي تتحكم في مصائر الفتيات الصغيرات في الأسرة، مثل قرارى الزواج والتعليم وغيرهما من الأمور التي تتعلق بتربية الفتاة في ظل التقاليد والأعراف السائدة في المجتمع، وذلك بحجة أنها المرأة الأكثر خبرة ودراية بمصلحة البنات.

• الآباء

لم تكن الأمهات فقط اللاتي يرفضن تعليم بناتهن، بل الآباء أيضاً، وذلك لأسباب اقتصادية مثل فقر الأسرة وعمل تلك الفتيات الذي يدر عائداً يساعد في مصاريف الأسرة. وأيضاً كان يرفض لأسباب اجتماعية كخوفه عليها من تأخر سن زواجها، أو أن تصبح متعلمة ولا تجد زوجاً مناسباً من القرية.

يقول أحد أولياء الأمور أصبح فيما بعد عضواً نشيطاً في مجلس أولياء الأمور: في البداية كنت رافضاً تعليم بنتى، خصوصاً لأن مكنتش، عندها شهادة ميلاد و عشان استخرج شهادة دا موال طويل و عاوز فلوس ووقت، لكن لما جولى الجماعة بتوع فريق التعليم ساعدونى عشان أخرج الشهادة، ودخلت بنتى المدرسة. و دلوقت أنا بساعد باقى أولياء الأمور عشان يخرجوا شهادات بناتهم عشان يدخلوا المدرسة.

2. الفتيات من عمر 6-18

لم يكن التحدي الذي يواجه فريق العمل بالبرنامج هو أولياء أمور الفتيات فقط، بل أيضا الفتيات أنفسهن. بعض منهن كن غير مقتنعات تماما بالتعليم، وهذا كان أصعب بكثير من عدم اقتناع أولياء الأمور، حيث يتطلب ابتكار طرق عديدة لإقناع الفتيات مثل اللقاءات الفردية مع الفتيات والزيارات واستخدام مسرح العرائس وغيرها من الأساليب المقنعة لتلك المرحلة العمرية.

تقول إحدى عضوات فريق التعليم، والتي أصبحت فيما بعد ميسرة في الفصول متعددة المستويات بالبرنامج، (قابلنا صعوبات عديدة في البداية لإقناع الفتيات بأهمية التعليم والالتحاق بالمدرسة لأنهن كن يعملن ويكسبن نحو خمسة جنيهات في اليوم....ولم يكن يشعرن بأهمية التعليم.... فكنا نذهب إليهن في الحقل لإقناعهن بالالتحاق بالفصول.

3. الأطراف المؤثرة:

رجال الدين - القيادات المحلية والشعبية (قيادات طبيعية، جمعيات، محليات ... الخ)
لم تكن فئة رجال الدين والقيادات المحلية والشعبية فئة مستهدفة بحد ذاتها من قبل العاملين في حملات التوعية بالبرنامج، ولا من قبل فريق التوعية بالمجتمع، بل كانت فئة مساندة ومؤثرة في الفئات المستهدفة خاصة عند القيام بحملات التعريف و الدعاية عن المشروع. في البداية كان من المهم كسب تأييد رجال الدين والقيادات الطبيعية في المجتمع لتسهيل على الفريق مهمته .

يقول أحد أعضاء فريق التوعية بأحد المجتمعات:
في البداية كان يجب أن نذهب لشيخ الجامع لأن الناس يتأخذ بكلامه فكان من المهم أن يعرف عن المشروع ويكون معنا ...
وفي أوقات كثيرة كان يبيجى معنا شيخ البلد أو حد من الناس الكبارة أو رجال الدين في البلد لما كنا بنزور أولياء الأمور في البيوت كانوا يساعدونا في إقناعهم بتعليم بناتهم والناس كانت بتصدقنا.

أمثلة لخبرات بعض المجتمعات في تحديد الفئة المستهدفة

في أحد المجتمعات كانت الفئة المستهدفة هي الآباء فقط دون محاولة إقناع الأمهات. ولكن لم ينجح فريق العمل في إقناع الآباء بأهمية إلحاق بناتهم بالتعليم، لكن بعد فترة من تفهم فريق العمل أن السيدات هن اللاتي يتخذن القرارات الخاصة بتعليم بناتهن، وجد البرنامج أن السيدات تتأثر برأي القيادات النسائية من داخل المجتمع والذي يتلخص دورهن فيما يلي:

1- تقديم نموذج لديه قناعة من داخل القرية يُحتذى به من قبل الأمهات.

2- بناء الثقة بين فريق العمل وبين الأمهات.

3- تعريف الفريق بطبيعة الأمهات وما هي أهم الرسائل التي تساعد في إقناعهن.

4- متابعة الأمهات من خلال الزيارات المنزلية مع الفريق.

وفي مجتمع آخر كانت الفئة المستهدفة التي ركز فريق العمل عليها هي أولياء الأمور (آباء وأمهات). ثم اكتشف فريق العمل أن الفتيات أنفسهن غير مقتنعات بأهمية التعليم، فبدأ الفريق في محاولة إقناع الفتيات فاكتشف الفريق أنه في بعض الأحيان تكون الفتيات غير مقتنعات بالتعليم للأسباب الآتية:

1- خوفهن من تحمل عبء جديد، خاصة إذا كن يعملن خارج المنزل.

2- خوفهن من رفض أولياء أمورهن فكرة التعليم.

3- اعتقادهن أن التعليم في سن كبيرة يقلل من فرص الزواج.

وكانت أكثر فئة مؤثرة في إقناع الفتيات هن الشابات الخريجات بالمجتمع (الحاصلات على شهادة الدبلوم أو البكالوريوس)، حيث أنهن يمثلن مثلاً وقدوة في تلك المجتمعات، وبالتالي يمكن أن يؤثرن بسهولة على الفتيات وأهمية التحاقهن بالتعليم.

• تلخيصاً لما سبق يمكننا تقسيم الفئات المستهدفة إلى:

- فئات مستهدفة مباشرة (أولياء الأمور -الدارسات).
- فئات مستهدفة بطريق غير مباشر (فئات مؤثرة فى الفئات المستهدفة)

3-3. رسائل حملة التوعية

هناك أنواع عديدة من الرسائل التي يمكن استخدامها في حملات التوعية، ففي بعض الأحيان تكون رسالة تحذير، وفي الأحيان الأخرى تكون الرسالة ترغيب، تحت المستهدفين منها على التجاوب بسهولة و تساعد على تغيير اتجاهاتهم.

□ ما هي شروط الرسالة المؤثرة؟

1. لا بد أن تحتوى على نص أو جملة توضح الشيء المطلوب تغييره أو إحدائه.
2. واضحة ومفهومة للفئة المستهدفة.
3. أن تكون قصيرة ومحددة.
4. مقنعة ومبنية على احتياج حقيقي .
5. مناسبة لثقافة الفئة المستهدفة.
6. إذا أمكن، توضح النتيجة الإيجابية من التغيير /النتيجة السلبية من الاستمرار بدون تغيير.
7. توضح الارتباط بالفرض الديني أو العقائدي.
8. تصميم الرسالة يكون جذابا ولافتا للنظر وفي بعض الأحيان يثير تساؤلات عند القارئ.

□ كيف تقوم بوضع رسائل لحملة التوعية؟

- راجع أهداف الحملة جيدا، وتأكد من أن الأهداف واضحة ويمكن تحقيقها.
- حدد أهم الموضوعات التي ستناقشها حملتك (أهمية تعليم الفتيات - أهمية وجود شهادات ميلاد للفتيات).
- تأكد من فهمك الجيد لطبيعة الفئة المستهدفة من حيث (ثقافتهم - تعليمهم - جنسهم - مستواهم الاقتصادي - طبيعة عملهم).

- حدد أهم الجوانب المؤثرة في الفئات المستهدفة (الجانب الديني – الجانب الصحي – الجانب الاقتصادي – الجانب الاجتماعي).
- ابدأ في صياغة رسائل مناسبة تظهر أهمية الهدف الذي تغطيه حملتك ومدى علاقته بالجوانب المؤثرة التي سبق اقتراحها مثل الجانب الديني: "تعليم بنتك طاعة لأوامر دينك".

أمثلة لبعض المحاور التي دارت حولها الرسائل المستخدمة لإقناع الفئات المستهدفة وتغيير اتجاهاتهم نحو أهمية تعليم الفتيات :

- 1- التعليم حق أساسي لسائر الأطفال.
- 2- مسؤولية تحسين التعليم تقع على عاتق كل من: الوزارة المعنية وأفراد المجتمع.
- 3- تعليم الفتيات يساعدهن على اكتساب مهارات ومفاهيم جديدة (إلى جانب تحسين سلوكياتهن كي تتماشى وتتفق مع تقاليد الأسرة البسيطة).
- 4- تعليم الفتيات يدر عائدا اجتماعيا واقتصاديا.

وقد تمت تغطية عدة جوانب أثناء تصميم رسائل التوعية

❖ الجانب الديني:

1. تعليم بنتك طاعة لأوامر دينك.
2. التعليم أمر رباني.
3. لو بنتك اتعلمت و انتورت هتفهم دينها أكثر.

❖ الجانب الاقتصادي:

1. البنت المتعلمة تقدر تشتغل وتزود دخل الأسرة.
2. البنت ممكن تتعلم حرفة تزود بيها دخلها.

❖ الجانب الصحي:

1. كل ما تكون البنت متعلمة، كل ما تكون صحة أولادنا متحسنة.

2. الأم اللي ما بتعرفشى تقرأ وتكتب، مش هتعرف تراعى صحة أولادها.

❖ الزواج:

1. دلوقتي الدنيا كلها اتعلمت، و لو واحد عايز يتجوز هيفضل يتجوز واحدة متعلمة، تعرف حقوقها وحقوق جوزها، ويعتمد عليها فى وجوده وغيابه.

❖ التعليم يعنى متابعة الأولاد بصورة جيدة:

1. الأم المتعلمة تقدر تتابع أولادها.
2. الأم المتعلمة تقدر تراعى أولادها بصورة مثالية.
3. أم جاهلة = جيل ضعيف (صحيا - اقتصاديا - ... الخ)

❖ التعليم حماية:

1. بنتك لو اتعلمت و انتورت هتفهم الدنيا أكثر و محدش هيقدر يضحك عليها، والناس كلها هتتحترمها وأنت هتفتخر بيها.
2. تعليم البنت حماية ليها ولأولادها من غدر زمانها.
3. التعليم سلاح للبننت ضد الدنيا وظروفها، و هتكون سند لأبوها وجوزها واولادها.

❖ التعليم فخر:

1. تعليم البنت فخر ليها ولأبوها وأسرته.

❖ التعليم منفعة:

1. تعليم البنت منفعة ليها وللى حوالها.
العلم يرفع بيوت لا عماد لها والجهل يهدم بيوت العز والكرم.
إذا النساء نشأن فى أمية رضع الرجال جهالة وخمول.
الأم مدرسة إذا أعدتها أعددت شعبا طيب الأعراق.

□ بعد تدريب فريق التوعية بالقرية على تصميم بعض الرسائل البسيطة التي يمكن للمجتمع أن يتقبلها ويتجاوب معها بسهولة، ظهرت العديد من الرسائل الآتية مثل:

نماذج من الرسائل التي صممت بواسطة فريق التوعية:

- علم بنتك ألف و جيم ولا تورثها قيراطين طين
- البنيت المتعلمة تعرف مواعيد تطعيم أولادها
- البنيت المتعلمة تجوز جوازها حلوه
- العلم مفتاح الحضارة والجهل مفتاح الضلالة
- يا بنت بلدى يا أم الخير التعليم حلو ليكى و مفيد للغير
- علم بنتك و احميها قبل ما الجهل ما يقضى عليها
- بلاش تغلط غلطة عمرك
- بنتك هنتور بعد ما تتعلم
- أيد لوحتها ما تسقفشى
- يا ابن بلدى ماتهملشى مش هاتدفع ولا قرش
- القوى بعلمه و الضعيف بجهله
- الجمال مش فى الشكل لكن فى العلم
- البنيت زى الولد لها الحق فى التعليم
- شهادات الميلاد أمانة فى أعناقنا
- تعليم بنتك أمانة فى ايدك
- قولى لجارتك عن التعليم ظروف بلدنا تبقى فى نعيم

3-4 الوسائل والطرق المستخدمة فى التوعية

اختيار الوسيلة المناسبة فى حملات التوعية يتوقف على عدة عوامل هي:

1. عدد الأفراد المستهدفين في الحملة (أحيانا يصل عدد المستهدفين إلى عدة مئات وتكون الندوات واللقاءات الجماهيرية هي أنسب الطرق للوصول لمثل هذا العدد مع مراعاة استخدام اللافتات والإعلانات، وأحيانا يكون عدد المستهدفين لا يتعدى بضع عشرات لذا يكون من المناسب استخدام اللقاءات المصغرة أو الزيارات المنزلية).
2. فئاتهم العمرية (أطفال-شباب-متقدمون في العمر) فمثلا نعتبر مسرح العرائس هو أنسب الطرق لتقديم التوعية للأطفال، أما بالنسبة للشباب فتفضل اللقاءات المصغرة... وهكذا.
3. ثقافتهم وجنسهم (نساء-رجال): مع الفئات غير المتعلمة "مثلا" يراعى استخدام الطرق والأساليب المرئية والمسموعة مثل الأفلام و البوسترات ذات الرسوم الواضحة.. الخ.
4. الغرض من الرسالة (دعاية و إعلان عن المشروع- تغيير وبناء قناعات لدى المستهدفين)
5. حجم الموازنة المتوفرة
6. الأهداف المرحلية للحملة

لذا فقد استخدم فريق العمل العديد من الأساليب في حملات التوعية بأهمية تعليم الفتيات، واختلفت درجة نجاح تلك الوسائل من مجتمع لآخر. وهذا يعكس تفرد وتميز تلك المجتمعات ومدى اختلاف الثقافة السائدة في مجتمع عنه في مجتمع آخر، إلا أن أغلب المجتمعات أجمعت على بعض الأساليب و الوسائل التي لقيت نجاحا وأثرت إيجابيا في تغيير قناعات الفئات المستهدفة.

الصفات الواجب توافرها في وسائل التوعية:

- جاذبة لانتباه المستهدفين ويمكنهم أن يشاركوا فيها.
- مفهومة من قبل من يقدمونها ومن يستقبلونها.
- مقبولة من المجتمع ومناسبة لثقافته.
- دقيقة وصادقة في الرسائل المقدمة.

□ الوسائل الأكثر استخداما ونجاحا:

- الزيارات المنزلية.
- الندوات والاجتماعات (المصغرة).
- الزيارات التبادلية بين المجتمعات.
- دور العبادة.
- استخدام الدارسات في التوعية.
- عروض الفيديو .
- استخدام الميكروفون في مكان وسط القرية.
- إعلانات.
- ملصقات-الكتابة على جدران المنازل.
- مسرح عرائس.

كيف يمكنك أن تحدد الوسائل التي يجب استخدامها في حملة التوعية؟

1. حدد طبيعة الفئة التي ستستخدم معها تلك الوسيلة.
2. حدد عدد الفئة المستهدفة.
3. تأكد من وجود رسائل واضحة مناسبة يمكن استخدامها.
4. حدد الفترة الزمنية التي ستقوم فيها باستخدام تلك الوسائل.
5. اختر الوسيلة التي تتناسب مع كل العوامل السابقة
6. قم باختبار تلك الوسيلة مع عينة صغيرة من الفئة المستهدفة للتأكد من مناسبة الوسيلة وضمان نجاحها.
7. من واقع اختبار الوسيلة وتجربتها حدد عوامل نجاح أو فشل تلك الوسيلة.

□ أمثلة لاستخدام بعض الوسائل في مجتمعات مختلفة

- في أحد المجتمعات كانت حملة التوعية تستهدف إحقاق 200 فتاة بمدارس الفصل الواحد، فوجد أن معظم أهالي هذه البلدة يتمتعون بالصفات الآتية :
 - 1- رجال ونساء بسطاء وغير متعلمين.
 - 2- أغلبهم من ذوى الدخل البسيط.
 - 3- لديهم اعتقاد بأن سترة البنات فى زواجهن. ولذا تم اختيار الوسائل الآتية:-

- 1- الزيارات المنزلية فى المواعيد المناسبة لطبيعة عملهم.
- 2- عقد ندوات للرجال فى المسجد بعد صلاة الجمعة.
- 3- عقد لقاءات مصغرة للسيدات وعرض بعض الأفلام الخاصة بأهمية تعليم الفتاة وأخطار الزواج المبكر.

- فى أحد المجتمعات كانت حملة التوعية تستهدف إعادة 15 فتاة إلى المدرسة واستمرارهن فى الدراسة. وتطلب ذلك العمل إقناع الفتيات أنفسهن بأهمية استمرارهن فى التعليم ، ولذا استخدمت الوسائل الآتية:
 1. مسرح العرائس،
 2. الزيارات المنزلية.

وللتعرف على بعض من الوسائل السابقة لابد ان نجيب عن التساؤلات التالية:

- ماذا نعرف عن تلك الوسيلة؟
- ما يجب أن نراعيه عند استخدامها(كيف ننجح فى استخدامها)؟
- متى يتم استخدامها؟
- ما أهم إيجابياتها؟

❏ الزيارة المنزلية

الزيارة المنزلية هي لقاء شخصى بين فردين أو ثلاثة، وعادة ما تحدث فى منزل الفئة المستهدفة (أولياء الأمور - الدارسات)، وتعتمد على مهارات الإقناع والحوار الجيد لدى القائم بالزيارة.
وتستخدم الزيارة المنزلية كوسيلة لإقناع أفراد بعينهم يصعب إقناعهم فى اللقاءات العامة.

❏ كيف تقوم بزيارة منزلية ناجحة؟

- اختر الوقت المناسب للزيارة الذى تتأكد من أن الأفراد المستهدفين مستعدين فيه لاستقبال الرسائل التى تناقشها معهم.
- عند بدء حوارك، لا تدخل فى الموضوع مباشرة ولكن مهد للحوار بأسئلة عامة عن أحوال الأسرة، ومن فيهم فى المدرسة وفى أى سنة دراسية.
- لا تسأل أسئلة تؤدى إلى إحراج من تتحدث معهم أو تتطرق إلى خصوصياتهم.
- كن مستمعا جيدا لما يقوله المستهدف، وحاول أن تبني على ما يقول.
- لا تؤنب أفراد الأسرة لعدم إلحاق بناتهم بالتعليم، بل حاول تفهم مبرراتهم، وأبدأ بالحديث أن الفرصة مازالت موجودة.
- لا تطل مدة الزيارة (خاصة الزيارة الأولى من 20-30 دقيقة) واستفد بالوقت جيدا.
- حاول تلخيص ما تم الاتفاق عليه أثناء الزيارة حتى يصبح التزاما بين الطرفين.

مهم جدا

- عادة ما تتميز الزيارة الأولى بعدم وجود الثقة من قبل المستهدف في القائم بالزيارة والرسائل والمعلومات المقدمة؛ لذا يفضل أن تكون الزيارة الأولى تمهيدا دون الدخول في تفاصيل كثيرة حول مزايا التعليم والالتحاق بالفصول.
- غالبا في الزيارة الثانية يبدأ ولي الأمر بالاستماع إلى ما تقوله لكن دون أن يعرب عن اقتناعه بالفكرة، ولكنه أيضا يضع العديد من العقبات التي تحول دون إلحاق ابنته بالمدرسة. لذا لابد أن يشعر ولي الأمر بأهمية تعليم ابنته ورغبته في الالتحاق بالفصول.
- تتميز الزيارة الثالثة بأن تكون عملية، من حيث محاولة تذليل الصعوبات مثل (شهادة الميلاد أو عمل البنت في المنزل أو الحقل) حتى تسهل إجراءات دخولها المدرسة.

❏ الندوات

الندوات من الوسائل الجيدة في حالات الإعلام عن أهمية تعليم الفتيات لعدد كبير من المستهدفين حيث تتميز بوصول الرسالة لأكبر عدد، لكن لا يمكن معها ضمان مدى التغيير الحادث في قناعات الأفراد.

❏ كيف تقوم بالإعداد لندوة ناجحة؟

- حدد المكان المناسب للفئة المستهدفة.
- جهز المكان الخاص بعقد الندوة بأسلوب يسهل على كل الحاضرين متابعة ما يعرض (الإضاءة-التهوية-وضع المقاعد).
- اختر المتحدثين في الندوة من الشخصيات المؤثرة والمقنعة حتى تجذب أنتباة الحضور.
- حدد الرسائل التي ترغب في توصيلها وراع أن تكون صادقة وواقعية ومناسبة للحضور.
- اعلن عن الندوة في أماكن عدة حتى يحضر أكبر عدد ممكن.
- حاول مساعدة الحضور في التعبير عن كل تساؤلاتهم ومحاولة الإجابة عنها

❏ الاجتماعات (المصغرة)

هى عبارة عن لقاءات مع فئة محددة (سيدات -رجال-أطفال) لا يزيد عددهم على 15 فردا، وتعتبر هذه الوسيلة من الوسائل الجيدة فى إقناع فئة لديهم نفس الظروف أو الثقافة أو يقابلون نفس الصعوبات مثل أمهات الدارسات غير المقتنعات بتعليم بناتهن. تتميز هذه الوسيلة بأن إقناع فرد واحد من المستهدفين يخلق جوا إيجابيا يساعد على إقناع باقى الحاضرين.

❏ كيف تقوم بعمل اجتماع مصغر ناجح؟

- تعرف جيدا على طبيعة الفئة التى سوف تعقد معها الاجتماع.
- جهز مكان الاجتماع وترتيب المقاعد بالشكل الذى يسمح للحضور بالتواصل بسهولة (شكل نصف دائرة-مربع ناقص ضلع).
- حدد الرسائل التى سوف تناقشها.
- لا تتعرض لأسئلة تسبب إحراجا للحاضرين فيما يخص تعليم بناتهم.
- كن مستمعا جيدا.
- اسمح بالحوار وعرض الخبرات الإيجابية.
- تجاهل الآراء الهادمة وعزز الآراء و الأفكار البناءة.
- ابن على ما يقوله الحاضرون
- قم بتلخيص ما دار أثناء الاجتماع وأعرب عن رغبتك فى عقد اجتماعات أخرى.

✘ مسرح العرائس

يعتبر مسرح العرائس من افضل الوسائل المستخدمة مع الأطفال، وفي بعض الأحيان مع كبار السن، وهي تعتبر وسيلة نابعة من تراثنا الشعبى الذى استخدم فيه الأراجوز كوسيلة للحكى و لسرد العبر .

□ كيف تستخدم مسرح العرائس ؟

- استخدم عرائس جذابة.
- لا تزد من عدد الشخصيات فى العرض
- استخدم أصوات الحيوانات و الأصوات غير التقليدية.
- استخدم جملا قصيرة سهلة ولكن بصوت مرتفع.
- لا تجعل أكثر من شخصية تتحدث فى نفس الوقت.
- استخدم الحركة دون أن تشوش على الرسالة المقدمة.
- استخدم الموسيقى إن أمكن.
- تأكد من وصول الرسالة بعد العرض

✘ الإعلانات والملصقات والكتابة على الحوائط

تتميز مثل هذه الوسائل بسهولة نشرها ووضعها فى أماكن عديدة ولكنها تستهدف فئات محدودة، حيث إنها تعتمد فى أغلب الأحيان على كتابة الرسائل أو استخدام بعض الرسومات. ولقد ابتكر فريق التوعية بالمجتمعات أسلوب كتابة الرسائل الخاصة بتعليم الفتيات على حوائط المنازل. وهى أيضا طريقة قديمة ترجع للفراعنة، حيث استخدموا الجدران فى توثيق حيلتهم

وتعليم أبنائهم.

□ كيف أنجح فى عمل ملصق جيد؟

- قم بعمل رسم أو استخدم صورة توضح الرسالة التى تريد أن تقدمها.
- صم المصق بحجم مناسب يسهل مشاهدته على المارة.
- لا تستخدم رموزا غير مفهومة ومعقدة.
- حاول تنسيق الألوان بصورة لا تزعج العين.
- قلل من العبارات المكتوبة قدر الإمكان، أو أستخدم كلمات بسيطة توضح الصورة وتؤكدھا

☒ الزيارات التبادلية بين المجتمعات

تعد الزيارات التبادلية بين المجتمعات أسلوبا مبتكرا استخدمه فريق العمل فى المشروع لبناء قناعات المستهدفين بصورة مرئية. ونتج ذلك عن بدء العمل فى بعض المجتمعات بنحو سنة قبل المجتمعات الأخرى، مما ساعد على تبادل الزيارات وعمل لقاءات بين أولياء أمور فتيات التحق بالفعل بالفصول واختبرن نوعية متميزة من التعليم، وبين أولياء أمور مازالوا فى مرحلة بناء القناعة بأهمية تعليم بناتهم.

ويمكن استخدام مثل هذه الطريقة فى حالة وجود مجموعات تميل إلى الاقتناع من خلال النتائج الفعلية والتي أحدثت تغييرا حقيقيا لدى الفئات المستهدفة المماثلة.

□ كيف تقوم بتنظيم زيارة تبادلية ناجحة؟

- قم بتحديد الهدف من الزيارة التبادلية ومن هم المستهدفون من الزيارة.
- قم بالتنسيق مع الجهة التي سوف تتوجه إليها بالزيارة لتحديد الآتي:
 - برنامج الزيارة
 - عدد الزائرين (الفئة المستهدفة)
 - أهم الأنشطة خلال اليوم

- قم بعمل اجتماع تمهيدي للمستهدفين لشرح الهدف من الزيارة وبرنامج اليوم.
- أثناء الزيارة تأكد من أن الرسائل المطلوب وصولها للمستهدفين واضحة من خلال الأنشطة المقدمة.
- حث المستهدفين على التساؤل عن الأمور غير الواضحة أثناء الشرح من قبل الجهة المستضيفة.
- قم بعمل اجتماع في نهاية الزيارة للتأكد من وصول الرسائل بشكل واضح للمستهدفين.

4. كيفية وضع خطة تنفيذية

لكي نصل إلى مرحلة وضع خطة توعية على مستوى المجتمع لا بد أن نتأكد من أننا قمنا بالخطوات الآتية :

- تشكيل فريق توعية المجتمع.
- تدريب فريق التوعية علي:
- تحديد الفئة المستهدفة؛
- تحديد الرسائل والوسائل المستخدمة في حملات التوعية؛
- تحديد الفترة الزمنية المناسبة؛
- الخطة التنفيذية لحملات التوعية، إلى جانب الموارد المطلوبة؛ ... الخ.
- مساعدة فريق التوعية على اختيار وضم العناصر المؤثرة في المجتمع والتي لديها المقدرة على دعم ومساندة حملات التوعية.
- تصميم خطة تفصيلية لكيفية تنفيذ حملات التوعية على مستوى المجتمعات المستهدفة.
- إعداد وتجهيز الرسائل والأدوات المستخدمة في حملات التوعية.
- البدء في تنفيذ حملات التوعية.

□ ما هي مواصفات خطة التوعية؟

- أن تكون محددة الأهداف التي يمكن قياسها.

- أن تكون محكمة بفترة زمنية محددة.
- أن تحدد الأنشطة والقائم على تنفيذها.
- أن تتناسب الأنشطة مع الفترة الزمنية.
- أن تتناسب الأنشطة مع الأهداف الموضوعية.

□ كيف نحدد أنشطة الحملة؟

يجب أن نراعى:

- ❖ مناسبة النشاط للفئة المستهدفة.
- ❖ عدد مرات تكرار النشاط و أهميته.
- ❖ طريقة تنفيذ النشاط و والنتيجة المتوقعة منه.
- ❖ يتم تحديد مسئول من الحاضرين للتدريب (و يمكن أن يساعده آخرون من المجتمع، ولكنه هو المسئول عن تنفيذ النشاط).
- ❖ أن يتم تحديد تواريخ محددة حتى يسهل متابعتها (لا يذكر في الفترة من إلى).

□ كيف ندبر ميزانية الحملة؟

يجب أن نراعى

- ❖ ألا نغفل موارد المجتمع من الناحية العينية-البشرية.
- ❖ أن علينا أن نشجع المساهمة من جهات أخرى مثل الوحدات المحلية -جمعيات مجتمع محلي -هيئات أخرى تعمل بالمجتمع.

□ كيف نضع مؤشرات النجاح ؟

يجب أن نراعى

- ❖ أن تكون المؤشرات سهلا قياسها.
- ❖ أن تكون واقعية.
- ❖ أن بعض المؤشرات تصف نجاح الأنشطة(كميا وكيفيا).

- ❖ أن نبتعد قدر الإمكان عن المؤشرات التي تقيس الأثر حيث إنه بعيد المدى.
- ❖ التركيز على المؤشرات التي يسهل رصدها و متابعتها و ملاحظتها

□ كيف نقيم حملة التوعية ؟

يجب أن نراعى

- ❖ تقييم الحملة من حيث تحقيق الأهداف الموضوعية بناء على المؤشرات المتفق عليها كدليل على نجاح الحملة.
- ❖ تقييم تنفيذ الأنشطة من حيث عددها وجودتها والطريقة التي تمت بها.
- ❖ تقييم المشتركين في تنفيذ الحملة من الفريق.
- ❖ تقييم للميزانية وما تم استخدامه منها، و ما هي الموارد الأخرى التي ظهرت أثناء تنفيذ الحملة.
- ❖ أن يتم تعديل ملاحظات كل حملة عند التخطيط للحملة التي تليها.

5. اختيار فريق التوعية وتدريبه

لنجاح أي حملة توعية لابد من اختيار فريق عمل من داخل المجتمع "حيث تكون عناصره أكثر تأثيراً وإقناعاً" للفئات المستهدفة مثل (رجال الدين - شخصيات بارزة تتميز بالوقار والحب من قبل المجتمع نفسه)

يقول أحد أعضاء فريق التوعية:

أنا انضممت لفريق التوعية لأنى عارف كل البيوت، وعارف سلسال كل عيلة فى البلد. وده كان ببساعدنا نعرف أحنا هنكلم مين فى كل بيت.

ولقد أكدت الخبرة العملية أن تبني فريق من القرية مهمة تخطيط وتنفيذ حملات التوعية يؤدي إلى نتائج جيدة، حيث إن أعضاء الفريق هم أفراد في المجتمع الذي نبغى تغيير اتجاهاته وقناعاته. فهم أكثر دراية بالثقافة السائدة في المجتمع وأكثر قربا وفهما لطبيعة الفئة المستهدفة

□ ما هي السمات العامة التي يتميز بها فريق التوعية؟

- أفراد لهم مكانة معروفة داخل المجتمع.
- لديهم علاقات جيدة مع الأسر.
- أفراد مؤثرون ومحبوبون.
- السيدات أكثر قبولا في التوعية.
- النماذج النسائية المتعلمة بالمجتمع.
- أفراد لهم قدرة على التواصل والحوار.
- لديهم قناعة بأهمية تعليم الفتيات.
- أفراد لديهم رغبة في العمل التطوعي ومن أهمها الزيارات المنزلية.
- أفراد لديهم الوقت الكافي للمشاركة وبذل الجهد.
- أن يكونوا نماذج، بمعنى أنهم يعملون الشيء الذي تدعو إليه الحملة.

□ كيف تُشكّل فريقا للتوعية من داخل المجتمع؟

- قم بدعوة قيادات المجتمع المختلفة لعقد اجتماع حول فكرة تشكيل فريق للتوعية.
- ابدأ الاجتماع بتعريفهم بالحملة وأسبابها.
- قم بعرض أهمية تشكيل فريق من داخل المجتمع لتولى عمل حملات التوعية.
- قم بعمل عصف ذهني مع المشاركين لتحديد مواصفات أعضاء فريق التوعية.
- حدد مع المشاركين العدد الأمثل لتشكيل فريق التوعية.
- أطلب من المشاركين ترشيح أنفسهم في الانضمام لفريق التوعية.
- قم بحصر الأسماء المرشحة وتحديد قائمة الأعضاء في ضوء العدد المطلوب.
- أطلب من المشاركين تركيبة بعض الأفراد المؤثرين في المجتمع لينضموا لفريق العمل.

- أعلن أسماء فريق التوعية وحدد ميعاد الاجتماع القادم.

□ ما هي أدوار فريق التوعية؟

- مراجعة نتائج دراسة الاحتياجات التعليمية بالمجتمع لتحديد أهم القضايا التي تحتاج إلى حملة توعية.
- تحديد أهداف حملة التوعية.
- إعداد الرسائل الخاصة والمناسبة لتنفيذ التوعية.
- تجهيز الوسائل المختلفة لتوصيل الرسائل للفئات المستهدفة.
- وضع خطة تفصيلية لعمل حملات التوعية.
- تنفيذ خطة التوعية.
- عقد اجتماعات دورية أثناء تنفيذ الأنشطة لمتابعة النتائج.
- الخروج بالدروس المستفادة لتجنب الأخطاء في الحملات المقبلة.

□ ما هي أهم المهارات والمعارف التي يجب أن يكتسبها فريق التوعية؟

- مهارات الاتصال والتفاوض.
- مهارة التخطيط.
- التعرف على الأساليب المختلفة للتوعية وأهميتها في تعليم الفتيات.

□ نموذج لفريق توعية قوي

في أحد المجتمعات كان فريق التوعية يتكون من مجموعة متجانسة من فئات المجتمع (شابة خريجة دبلوم لم تستطع إكمال تعليمها الجامعي لفقر أسرتها. واثنان من المدرسين العاملين في إحدى مدارس القرية وموظف بالوحدة المحلية وآخر بالوحدة الصحية واثنان من المزارعين أحدهم متعلم و الثاني شاب لم يكمل تعليمه، وقد عانى من ذلك، وأخصائي اجتماعي يعمل في المدرسة نهارا ولكنه عضو نشيط في جمعية تنمية المجتمع بالقرية، وسيدة فلاحه غير متعلمة ولكنها نشيطة ومصدر ثقة كل سيدات القرية)

ولقد أثبت هذا الفريق نجاحا في حملات التوعية التي قام بها للأسباب التالية:

1. كل الأفراد متحمسين ولديهم قناعة حقيقية بتعليم الفتيات. التنوع والتفاوت في خبرات أعضاء الفريق ما بين متعلم وموظف وفتاة. متعلمة وسيدة غير متعلمة أثرى الفريق و زاد من قدرته على تنفيذ الحملات.
2. قدرة الفريق على التفاوض والإقناع.
3. التخطيط الجيد والقدرة على العمل الجماعي

ملحق (1)

نموذج لخطة توعية على مستوى المجتمعات

اسم المجتمع	أهم الأنشطة التي تم تنفيذها	القائم بها	مدة التنفيذ	عدد المستفيدين من هذه الأنشطة	ما هو احتياج المجتمع للتوعية في الفترة القادمة؟
	زيارات منزلية - جمع الشهادات - لقاءات مجمعة - إعلانات الندوات	أحد أفراد الفريق	شهر	جميع الأسر التي لها بنات خارج التعليم	التأكيد على استمرارية الاستفادة من الفرص التعليمية المتاحة
	زيارات منزلية - جمع الشهادات - لقاءات مجمعة - إعلانات الندوات - لاقنات	الفريق	شهر	جميع الأسر التي لها بنات خارج التعليم	التأكيد على استمرارية الاستفادة من الفرص التعليمية المتاحة
	زيارات منزلية - جمع الشهادات - لقاءات مجمعة بوسنرات الندوات	الفريق	شهر	جميع الأسر التي لها بنات خارج التعليم	التأكيد على استمرارية الاستفادة من الفرص التعليمية المتاحة
	زيارات منزلية - جمع الشهادات - لقاءات مجمعة - إعلانات على المحلات والمساجد للندوات	الفريق	شهر	جميع الأسر التي لها بنات خارج التعليم	التأكيد على استمرارية الاستفادة من الفرص التعليمية المتاحة
	زيارات منزلية - جمع الشهادات - إعلانات الندوات	الفريق	شهر	جميع الأسر التي لها بنات خارج التعليم	التأكيد على استمرارية الاستفادة من الفرص التعليمية المتاحة

ملحق (2)

نموذج لدراسة حالة يمكن استخدامها في تدريب فريق التوعية

قصة مدرسة

فكر فريق بالقرية، (س) في تصميم مشروع تنموى ضخم لعمل مدرسة ابتدائية للأطفال بالقرية، فقام بعمل دراسة عن أهم الأوضاع والمشاكل التعليمية لديهم. وأظهرت الدراسة احتياجهم الشديد لعمل المدرسة لأن المدرسة التابعين لها تبعد عن قريتهم بمقدار (5 كيلومترات) وعدد الأطفال المحرومين من التعليم كبيرا جدا. وبدأ فريق التعليم بالقرية يعد العدة ويجهز الأرض لعمل المدرسة واتفق مع أهل الخير لبناء المدرسة. وبالفعل اكتمل تشييد المدرسة وراح الفريق يعد للاحتفال بافتتاح المدرسة في بداية العام الدراسي.

وكانت المفاجأة الكبرى له !!

أن عدد المتقدمين للمدرسة قليل جدا، لدرجة أن المدرسة باتت خاوية من الأطفال وبقى الأطفال أميين بالرغم من وجود المدرسة.

ترى ما هي الأسباب التي أدت إلى هذه المشكلة؟

وماذا كان يجب أن يفعله الفريق؟

المصادر والمراجع:

- برنامج المدارس الجديدة بهيئة كير الدولية، دليل تصميم حملات توعية المجتمع بتعليم الفتيات، يوليو 2004.
- برنامج المدارس الجديدة بهيئة كير الدولية ، دليل بناء الوعي المجتمعي بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات ، أبريل 2007
- برنامج المدارس الجديدة بهيئة كير الدولية ، دراسة أثر تمكين المرأة باستخدام نموذج استبيان الأثر الإستراتيجي، إبريل إلى ديسمبر 2007.
- برنامج أنشطة المجتمع لتحسين البيئة بهيئة كير الدولية – مكتب قنا ، دليل بناء الوعي المجتمعي في الصحة البيئية ، ديسمبر 1999.
- World Bank, Findings of evaluation for Girls education and community awareness in Africa Region, Issue No. 168 October 2000