

نطاق الحلفاء

SPECTRUM OF ALLIES

**HOWARD CLARK, JAVIER GÁRATE, JOANNE SHEEHAN, AND
DORIE WILSNACK**

FROM THE BOOK: **HANDBOOK FOR NONVIOLENT CAMPAIGNS**
WAR RESISTERS' INTERNATIONAL, 2014
TRANSLATION: SAM BAHOUR, JANUARY 2017

نطاق الحلفاء:

الزمن:

30 دقيقة كحد أدنى

الهدف أو الغاية:

- أن نفهم مَنْ هم حلفاؤنا وخصومنا.
- أن نتعلم أنه يتعيّن تخطيط الأساليب (التكتيكات) على نحو يرتبط بمدى قدرتها على اجتذاب الحلفاء الرئيسيين والأخذ بيد الناس لكي يصبحوا حلفاء نشيطين من عدمه.
- أن نشجع جهود تعبوية أكثر تفاؤلاً من خلال إدراك أنه ليس من الضروري أن نستميل المعارضة لوجهة نظرنا.
- دعوة الناس إلى الانخراط في عملية وضع الإستراتيجيات التي تتّسم بالتعقيد المذهل.

طريقة التنفيذ/ ملاحظات الميسر:

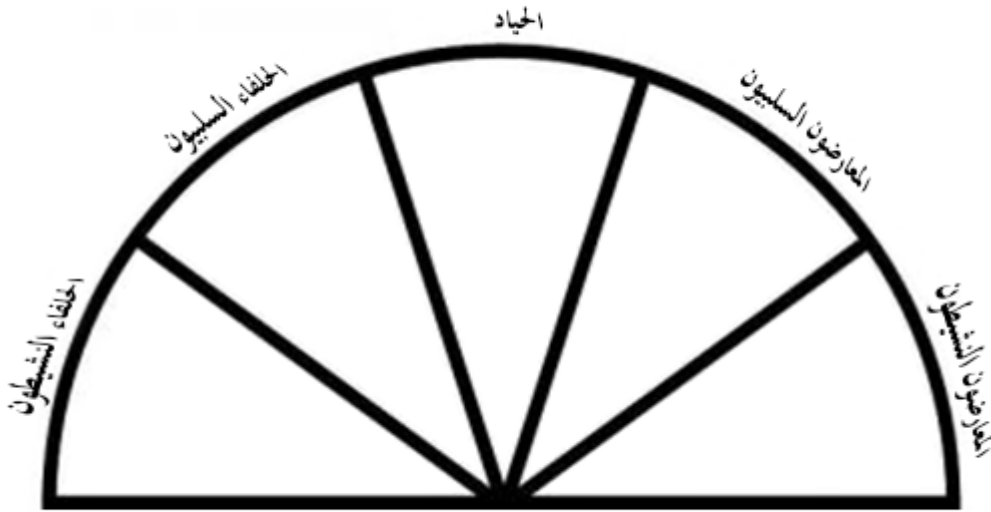
قدّم شرحاً حول أن المجتمعات (أو البلدان، أو الدول) تضم مجموعة كبيرة من المجموعات التي يمكن تصنيفها بشكل ما، بدءاً من المجموعات الأقرب إلى وجهة نظر المناصرين وانتهاءً بالمجموعات التي تعارض التغيير بنشاط. ارسم خطاً أفقياً يمثّل ذلك. ويتمثّل مناصرو التغيير بنقطة على إحدى نهايتي الخط -لنفترض النهاية اليسرى- ويتمثّل المعارضون في نقطة على النهاية الأخرى.

ارسم نصف دائرة مع خانات، حيث تمثّل الخانات الأقرب إلى إحدى النهايتين الحلفاء والمعارضين النشطين، وتقع جانبها الخانة التي تمثّل الحلفاء السلبيين. وتنتسم المجموعة التي تقع في المنتصف بالحيادية.

استخدم القضية التي تعمل عليها المجموعة أو اطلب مثلاً على قضية قد يكون أفراد المجموعة يعملون عليها في حال كان هذا تدريباً عاماً. ويمكنك أيضاً أن تستخدم مثلاً تاريخياً معروفاً لدى الجميع. أفصح عن طلب ما قد نكون قد اتفقنا عليه، واسأل في المجتمع عمّن يكون ميّالاً لأن يكون أكثر الداعمين لهذا الطلب، أو الأقل دعماً له، أو حيادياً. أعط أمثلة على مجموعات من قبيل: "النقابات"، "فئات الفقراء"، و"الأوساط التجارية". وفيما يتعرّف المشاركون على

المجموعات ويحددون موقعها على الطيف، اكتب اسمائهم في شكل "فطيرة". وشجّع النقاش والتفكير المليّ. وركّز على الخصوصية.

حدّد الأسباب التي تدفع الناس أن يقفوا على الحياد، وناقش ما إذا كانت هنالك طرق من شأنها استمالتهم لكي يصبحوا حلفاء. ولاحظ أين ينتقل الناس من خانة إلى أخرى، وناقش الأسباب التي تقف وراء ذلك. (على سبيل المثال، يتجه الجنود والمحاربون القدامى لدعم الحروب في البداية، إلا أن المعارضة تظهر عندما تُشَنّ الحرب).



شارك الأخبار السارة: في حملات التغيير الاجتماعي بأغلبيتها، لا تستدعي الضرورة أن تستميل الخصم إلى وجهة نظرك حتى ولو كان أصحاب السلطة هم الخصم. ولا تستدعي الضرورة سوى أن تحرك بعض خانات الفطيرة أو كلها خطوةً باتجاهك. فإذا حركنا كل خانة خطوة واحدة، فمن المحتمل أن نفوز حتى ولو لم يتزحزح المتشددون من طرف الخصم قيد أنملة عن مكانهم.

وفيما تطور المجموعة إستراتيجيتها وأساليبها ذات العلاقة، شجّع أفرادها على تحديد الخانة التي يعالجونها أو يتصدّون لها والكيفية التي يمكنهم بها أن يحركوا الناس باتجاههم. وعندما تختار المجموعات التي ستتواصل معها، اطرح الأسئلة التالية:

ما هي المجموعات التي نستطيع الوصول إليها إلى حد ما أو التي نتمتع بالمصداقية لديها؟ ما هي المجموعات التي يتعدّر الوصول إليها؟ وما هي المجموعات التي نُعتبر الأكثر ملائمة لإقناعها في ضوء الغاية التي تتوخاها مجموعتنا؟