



مركز حماية وحرية الصحفيين  
Center for Defending  
Freedom of Journalists

# كيف تنظم حملة إعلامية موجهة للبرلمان؟

إعداد

مركز حماية وحرية الصحفيين

رقم الإجازة المتسلسل لدى دائر المطبوعات والنشر

٢٠٠٦/١١/٣٧٨١

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

٢٠٠٦/١١/٣١٩٩

تصميم وإشراف فني: سمير ع. الرمحي

# كيف تنظم حملة إعلامية موجهة للبرلمان؟

## ما الحملة الإعلامية؟

الحملة الإعلامية هي سلسلة من الرسائل الإعلامية المختلفة التي يجمعها هدف واحد، تنشر في واحدة أو أكثر من وسائل الإعلام، مرئية أو مسموعة أو مقروءة، أو فيها كلها، يجمعها هدف واحد وتستهدف جمهوراً محدداً وتقوم على امتداد فترة زمنية قد تطول أو تقصر، وغالباً ما تستخدم التكرار والخطاب الإعلامي المكثف لتحقيق هدف معين، والذي قد يكون الترويج لفكرة ما، أو تهيئة الرأي العام لتقبل قرار معين، أو تعزيز صورة صاحب الحملة، أو تسويق شخص يدخل العمل العام للمرة الأولى، أو العمل على تغيير أو تدعيم صورة صاحب الحملة في أذهان الجمهور المستهدف...

## خطوات الإعداد لإطلاق حملة إعلامية

**تحديد الهدف:** هل هو طرح اسم جديد في حقل العمل العام، أم تسويق فكرة معينة؟ أو تحسين صورة شخص لحقت به إساءات؟ أو التمهيد لاتخاذ قرار صعب يحتاج لإيضاح؟ أو القيام بطرح رؤية تمس حياة الجمهور المستهدف؟ وفي حالتنا هنا، نحن معنيون بالحملة الموجهة للبرلمان، لتعديل قانون، أو سن قانون جديد، أو إلغاء قانون قائم..

## الحملة الموجهة للبرلمان

وسائل الإعلام أهم وسائط نقل الرسائل بشكل غير مباشر إلى البرلمانين، فهؤلاء بحكم كونهم سياسيون يهتمون بصورتهم لدى وسائل الإعلام التي يمكن أن تعينهم على نقل أنشطتهم إلى ناخبهم، فضلا عن أن وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر في صورة النائب الجماهيرية لدى مواطني دائرته إيجابا أو سلبا، ومن هنا يكون العمل مع وسائل الإعلام ليس مقصودا لذاته، ولكنه وسيلة إلى إيصال رسالة واضحة إلى البرلمانين والسياسيين عموما حول المشكلة التي تتبناها جماعة الضغط، وأهميتها .

وفضلاً عن ذلك فإن وسائل الإعلام بما تملكه من قدرة على تشكيل الرأي العام، تشكل ضغطاً غير مباشر على البرلمان الذي يكون أكثر قابلية لتبني المشكلات المطروحة إعلامياً لحظها من أجل تحسين صورته الجماعية لدى الرأي العام .

## أسئلة

عند التحضير لإطلاق حملة غير مباشرة موجهة إلى البرلمان عن طريق وسائل الإعلام يتعين علينا الإجابة عن ستة أسئلة أساسية :

- ١- لماذا تلك الحملة؟
- ٢- لمن نتحدث عن الموضوع؟
- ٣- لماذا سوف نقول؟
- ٤- من الذي سوف يقول رسالتنا؟
- ٥- ما أفضل طريقة لقول ما لدينا؟
- ٦- متى يجب أن نقول ما لدينا؟

عندما تجيب على كل هذه الأسئلة تكون قد وضعت خطة وإستراتيجية للعمل مع وسائل الإعلام على حملة موجهة إلى البرلمان .

## الهدف من الحملة

لماذا تلك الحملة ؟ أن الإجابة عن هذا السؤال يترتب عليه أولا تحديد الأهداف العامة لجماعتك، ثم يترتب عليه ثانيا تحديد أهمية موضوع الحملة ليس فقط بالنسبة إليك ولكن بالنسبة إلى المجتمع كله، ولناخذ مثلا يتعرض الصحفيون إلى عقوبة الحبس في جرائم النشر، لو حددت هدف الحملة بحماية حق الصحفيين في الكتابة والنشر، تكون قد بدأت بداية خاطئة ولكن الحملة يجب أن تبدأ من أن حرية الصحفيين في الكتابة والنشر دون خوف من عقوبة الحبس هو في حقيقته دفاع عن حق المجتمع في المعرفة، ومحاربة للفساد في المجتمع... الخ، أن اختيار أهداف تهم قطاعات واسعة من المجتمع هو بداية لحملة ناجحة، وكلما شعر الجميع بالفائدة التي سوف تعود عليهم

بطريق مباشر أو غير مباشر نتيجة حملتك، كلما اكتسبت مزيدا من المؤيدين لها من أعضاء البرلمان وغيرهم من السياسيين .

## الجمهور المستهدف

عندما نحدد الجمهور المستهدف برسالتنا فإن ذلك سوف يكون أكثر يسرا في اختيار لغة الخطاب، وفي تركيز الحملة، وفي حالتنا فإن الهدف من حملتنا هو البرلمان وأعضاؤه، وعلى ذلك فلا حاجة لتوجيه الخطاب إلى الجميع، فالبرلمان هو الهدف وأعضاؤه هم المستهدفون بالحملة، وعلى ذلك يجب أن نقصر الحملة على وسائل الإعلام التي يطالعها أعضاء البرلمان عادة، فلو كانت بعض الصحف تخصص صفحات مستقلة لأنشطة البرلمان، ربما يكون الحديث مع محرري تلك الصفحات أكثر أهمية من الحديث مع غيرهم من الصحفيين، وإن كانت بعض المطبوعات واسعة الانتشار أكثر بين البرلمانيين ربما كان من المفيد التركيز عليها .

إذا كان هناك قانون مهم على بساط البحث في المجلس التشريعي، فإن الحملة الصحفية يجب أن تتركز على إقناع النواب المترددين فقط بإنهاء تردددهم والتصويت لصالح القانون أو ضده حسب أهدافك، وهكذا يكون تحديد الجمهور المستهدف بالحملة الإعلامية مهما لتركيز الجهد وتوفير الوقت والحصول على نتائج هامة .

## فحوى الرسالة

الرسالة التي توجه عبر الحملات غير المباشرة هي من أهم أدوات تلك الحملات، ويجب أن تتضمن تلك الرسالة معايير محددة :

• المعيار الأول أن تكون الرسالة قصيرة، بحيث يمكن للصحف نشرها وتداولها دون أن تحتل مساحات واسعة، فوسائل الإعلام لا تهتم بالمطولات، ولكنها تهتم بالرسائل القصيرة المباشرة التي تلخص المشكلة وحلها، كلما كانت رسالتك قصيرة كلما زادت فرصة نشرها كاملة، ودون تدخل من المحرر لإعادة صياغتها .

• المعيار الثاني أن تكون لغتها مفهومة وقابلة للنقاش، فالرسائل التي تبدو وكأن صاحبها يريد فرض رأيه على الآخرين هي رسائل غير منتجة، ولما كانت رسالتنا موجهة بالأساس إلى البرلمانين فإن تلك الرسالة يجب أن تبتعد عن اللغة التي توحى بفرض الرأي أو التوجيه المباشر .

• المعيار الثالث أن تكون الرسالة ثابتة ومتصلة بكل ما تقوله شفويًا أو في المطبوعات أو على الملصقات الخاصة بها، ففي كثير من الأحيان تقوم بعض الجماعات بتبني قضايا لم يعرف اهتمامها بها من قبل، وهو ما يقلل من مصداقية الحملة، فالجميع يتساءل، ما دخل هذا النائب بهذا الموضوع؟ وعلى ذلك وبدلاً من أن ينصب الاهتمام على موضوع رسالتك يتسرب النقاش إلى مسارب فرعية تخفف من تأثيرات الحملة .

• المعيار الرابع أن تخرج الرسالة من القلب إلى القلب، وأن تثير رد فعل عاطفياً، فالبشر جميعاً يقومون بالأفعال بناء على انفعالات عاطفية أولية، وليس معنى ذلك إهمال مخاطبة العقل،

ففي النهاية يفكر السياسيون بعقولهم، ورجال البرلمان هم من السياسيين .

• **المعيار الخامس** أن تكون الرسالة صادقة وقابلة للتصديق. إذا بالغت الرسالة في سرد الحقيقة، فسوف تفقد مصداقيتها، أن الحقيقة وحدها قادرة على صنع المعجزات وعندما تعرض بشكل صادق وموضوعي فإنها يمكن أن تحدث أثراً أكثر أهمية مما لو عرضت بشكل مبالغ فيه. أن رسالتك تخاطب مواقف صانعي القرار بالأساس فالبرلمان هو من يصنع – أو من المفترض أن كون هو من يصنع – السياسات، وكلما كانت رسالتك صادقة كلما رسمت صورة أكثر احتراماً وموضوعية عن هدف الحملة في عقولهم .

• **المعيار السادس** هو أن تحرص على أن تتكرر الرسالة وتتكرب. كلما كررنا الشيء كلما ازدادت احتمالات سماعه. لن يقرأ البرلمانيون عن الحملة دوماً، ربما كانوا مهتمين بأمور أخرى، فكلما كررت رسالتك كلما وصلت إلى عدد أكبر من

البرلمانيين المهتمين، وربما في أوقات يكونون هم فيها أقدر على فهم الرسالة والاستجابة لها .

## من سيحمل الرسالة؟

في تصميم الحملات غير المباشرة الموجهة إلى البرلمان يعتبر تحديد شخص قائل الرسالة أمراً شديداً الأهمية فقائل الرسالة تضاهي أهميته أهمية الرسالة نفسها. أحياناً، من المفيد أن يكون الشخص الذي يتكلم عن المشكلة أحد ضحاياها أو يعيشها. يقدم المتحدثون في مثل هذه الحالة شرحاً عن مشكلتهم كما يعرضون نتائج المشكلة ورؤيتهم لحلها. يجب أن يشعر مثل هؤلاء الضحايا بالكرامة، وبأنهم يطالبون بحقوق لهم من ناحية، وأن إيصال حقوقهم إليهم هو أمر لصالح المجتمع ككل وليس لصالحهم وحدهم، وأن يظهر ذلك بوضوح في رسالتهم. يجب أن يتكلم في الموضوع من يعرف عنه أكثر، ليس شرطاً أن يكون ناقل الرسالة هو رئيس الجماعة، ولكن ناقل الرسالة هو المهتم أكثر بالموضوع.

## توقيت إطلاق الرسالة

توقيت الحملة الإعلامية الموجهة إلى البرلمان أمر في غاية الأهمية. التصريح بشيء في الوقت الملائم قد يجلب فائدة كبيرة. والتصريح بشيء في التوقيت الخاطئ قد يؤدي إلى فقدان الاهتمام بالموضوع. وعند الإعداد لتوقيت بدء حملة إعلامية موجهة إلى البرلمان هناك عدة أشياء يتعين مراعاتها :

**١. انظر إلى تاريخ بدء الحملة جيداً:** ففي أثناء الأجازة الصيفية للبرلمان قد لا يكون من المناسب إطلاق الحملة، بعكس أن تبدأ الحملة مع بدء نشاط البرلمان، هناك أعياد ومناسبات وانتخابات وذكرى سنوية لبعض المناسبات ووفاة شخص معروف. يمكن الارتباط مع هذه المناسبات لنحظى بالتغطية اللازمة لما نقوم به. يوم المرأة ويوم الأرض، اليوم العالمي لحرية الصحافة، جميعها تعتبر أياماً جيدة لإطلاق حملة صحفية موجهة إلى البرلمان - حسب موضوع الحملة ومدى ارتباطها باليوم السنوي-، بعض الأحداث قد تكون مناسبة لإطلاق حملة -

حبس صحفي مثلاً في قضية نشر – قد تكون فرصة جيدة لبدء حملة لإلغاء عقوبة الحبس في قضايا النشر.

## **٢. اختر التكتيكات التي ستحظى بالتغطية الإعلامية:**

أفضل التكتيكات هي تلك التي تحظى بالتغطية الإعلامية والتي تجلب الاهتمام للموضوع. الاجتماعات الكبيرة مع ممثلين منتخبين أو حملات أو جمع ٥٠٠٠ توقيع لعريضة معينة توجه إلى البرلمان يمكن لوسائل الإعلام أن ترغب في تغطيته مثل تلك الأنشطة.

## **٣. ما تقوله وما قد يقوله معارضوك** إن أهم نقطة في الرسالة

المراد إيصالها في بؤرة الحملة، الأخذ بعين الاعتبار ما ستقوله جهة معارضة عن موقف الحملة بخصوص الموضوع المطروح. من النادر جداً أن ترفع أي جهة صوتها ليسمعها الجميع دون أن تلقى أي معارضة من جهات أخرى أو من الحكومة، أو من بعض أعضاء البرلمان أنفسهم. لهذا لا بد من وضع الرسالة في صفحة واحدة فقط، لأنه إذا لم تستطع توضيح

رسالتك في صفحة واحدة، فهذا دليل على أنها غير بسيطة ولا يمكن شرحها للجمهور بسهولة.

تقود صفحة الرسالة الجميع إلى التفكير بحججهم الأكثر إقناعاً. يجب عليك التفكير في رسالتك قبل قولها، وكذلك تجربتها، وفحص ما إذا كانت ناجحة مع صانعي القرار أم لا، عادةً ما يلقي السياسيون خطاباتهم أمام جمهور صغير قبل إلقاء الخطاب أمام جمهور كبير، ليروا إذا كان الخطاب ناجحاً أم لا. من المجدي لنا أن نرى ما هو مربك للآخرين وما يحبه الناس وما لا يحبونه. تدرب على أعضاء من كتلتك مثلاً أو عائلتك، قبل أن تبت رسالتك إلى البرلمان من خلال الصحافة.

## **حملات التعبئة المباشرة الموجهة إلى البرلمان**

تأتي حملات التعبئة المباشرة الموجهة إلى البرلمان لتشكل تنويعاً للجهد المبذول من خلال العمل مع وسائل الإعلام في توجيه رسائل إلى البرلمان .

وتتضمن حملات التعبئة المباشرة لقاءات مع البرلمانيين، ونقاشات حول القضية محل الحملة، وحتى التقدم بنص مكتوب في حالة الرغبة في تغيير القانون، كما أن تلك الحملات قد تكون موجهة إلى اللجان أو الكتل البرلمانية الحزبية، أو البرلمانيين كأفراد .

## **الحملة الموجهة إلى البرلمانيين أو اللجان البرلمانية**

تشكل الحملات الموجهة إلى البرلمانيين واللجان البرلمانية أهمية كبرى باعتبار أنها هي الغالبة في طريقة التخاطب مع البرلمان، ولأن بعض البرلمانات لا تكون الكتل الحزبية فيه مبنية على أسس سياسية صحيحة لأسباب متعددة مثل البرلمان الأردني .

## **خطوات قبل بدء العمل**

يمكن القول أن هناك عدداً من الخطوات المحورية لبدء العمل على تخطيط حملة تعبئة مباشرة موجهة إلى البرلمان :

**الخطوة الأولى:** حدد ما تريد الحصول عليه بوضوح وبواقعية، وما الأشياء التي يمكن لك أن تتنازل عنها بشكل تكتيكي للوصول إلى الهدف النهائي الذي حددته، فلا يمكن لك أن تتصور أنك سوف تصل إلى ما تتبغيه – أيا كان نبل مقصدك – بغير تقديم بعض التنازلات .

**الخطوة الثانية:** تعرف على الخلفيات الثقافية والسياسية لأعضاء اللجنة البرلمانية التي سوف تتوجه إليها، ما يمكن أن يقبلوه وما لا يستطيعون قبوله وأسبابهم، هل هي راجعة إلى ضغوط سياسية أم أنها تعود إلى خلفيات عقائدية .

**الخطوة الثالثة:** حدد بشكل واضح أسماء أعضاء اللجنة البرلمانية من المهتمين بقضيتك والذين على استعداد لدعمها، وهؤلاء المتعاطفين مع قضيتك، وأعضاء اللجنة المعارضين لما تطرحه من آراء.

يمكن التعرف على وجهة نظر العضو في الموضوع أما عن طريق حواراته مع الصحف، أو وجهة نظر حزبه السياسي –

مع الأخذ بالاعتبار مدى انضباط العضو حزبياً – أو حتى مناقشته شخصياً، وتشكل الدائرة التي يمثلها عضو البرلمان جانباً من آرائه... الخ .

**الخطوة الرابعة:** اتصل أولاً بهؤلاء المؤيدين لقضيتك من بين أعضاء اللجنة، وتبدو تلك الخطوة شديدة الأهمية قبل عقد أي اجتماع عمل مع اللجنة بكاملها، فالأعضاء المؤيدون لوجهة نظرك سوف يطلعونك على طريقة سير الأمور داخل اللجنة، وسوف يسهلون لك عملية النقاش أثناء الاجتماع .

## **إجراءات بدء الحملة**

تبدأ حملة التعبئة الموجهة إلى البرلمان مباشرة عن طريق طلب لقاء مع رئيس اللجنة المعنية، إن ذلك يتطلب دراسة دقيقة للائحة البرلمان لمعرفة اللجان وتخصصاتها ومجالات عملها. في حالة طلب تشكيل لجنة خاصة لدراسة الموضوع الذي ترغب في إثارته فإن عليك أن تتقدم بهذا الطلب إلى رئيس

المجلس، وقد يقتضي الأمر محاولة لقائه لشرح أسباب هذا الطلب ودواعيه .

في كل الأحوال فإن عليك أن تتعرف على طريقة الاتصال الأنسب بالشخص الذي تنوي لقاءه، ويمكن الحصول على معلومات من مكتب السكرتارية التابعة له، أو من بعض المحررين البرلمانيين الذين يتعاملون معه. وفيما لو كنت قد أدارت حملة ناجحة موجهة إلى البرلمان عن طريق الإعلام فإن تلك الحملة سوف تسهل لك بشكل مباشر لقاء من ترغب في لقائه، بل يعتبر تدبير موعد اللقاء مع البرلماني الذي ترغب في لقائه – أيا كان مستواه – نوعاً من قياس نجاح حملة التعبئة غير المباشرة التي قمت بها من قبل .

من الضروري أن تعرف بدقة كم من الوقت لديك للاجتماع به، وذلك حتى تستطيع التخطيط للاجتماع بأفضل طريقة ممكنة، فلو كان لديك وقت طويل نسبياً فقد يكون تجهيز بعض المواد للشرح عن طريق برنامج Power Point مثلاً أمر مفيد، وان كانت المدة قصيرة فيمكن تجهيز مذكرة مكتوبة لتركها عقب

اللقاء... وهكذا. ويمكن أن تدخل الإعلام كشريك معك، فلا بد من إحاطة الإعلام بتقديم طلب اللقاء، وما أسفر عنه هذا اللقاء .

## التحضير للاجتماع

يشعر البعض بأن الحصول على موعد للاجتماع مع أعضاء اللجنة البرلمانية المعنية أو حتى مع رئيس البرلمان هو الأمر الأكثر أهمية، وفي تقديرنا أن التحضير لهذا الاجتماع هو المهم، ففي كثير من الأحيان تحصل جماعات الضغط على مواعيد للاجتماع مع برلمانيين مسؤولين، ولكن - نتيجة عدم التخطيط الجيد - تفقد فرصة الاستفادة منه .

• يجب أولا الاهتمام بتشكيل الوفد الذي سوف يتوجه للمناقشة، يجب أن يتضمن ذلك الوفد عددا من الأعضاء الملمين بدقائق الوضع والذين لهم قدرة واضحة على العرض، والتحليل والمناقشة، وهي أمور لا تتوافر إلا لمن كان لديه معلومات تمكنه ليس فقط من إقناع المترددين ولكن أيضا من الرد على المخالفين .

• يجب **ثانياً** تحضير موجز مكتوب حول القضية محل النقاش، والسوابق المماثلة التي تدخل فيها البرلمان – أن وجدت – وأهمية الموضوع بالنسبة للمجتمع ككل .

• يجب **ثالثاً** أن يتم الاتفاق بين أعضاء الوفد على ترتيب المتحدثين، وعلى دور كل منهم في الحديث، ويجب أن يركز كل منهم على نقطة واحدة أو أكثر في الموضوع، ولا يقوم أي متحدث تال بتكرار لما أورده أحد المتحدثين قبله .

• يجب **رابعاً** أن يحدد اسم شخص من الوفد تنحصر مهمته في تدوين محضر اجتماع تفصيلي للرجوع إليه عند الحاجة .

## **النقاش مع اللجنة البرلمانية**

تعتبر تلك المرحلة هي الأهم فيما يتعلق بالحملة الموجهة إلى البرلمان، ففي حقيقة الأمر فإن كل الخطوات السابقة كانت تهدف للوصول إلى تلك المرحلة ويمكن إجمال الخطوات الواجب إتباعها أثناء اللقاء على النحو التالي :-

• يجب أن يقوم رئيس الوفد بتعريف أعضاء اللجنة أو عضو البرلمان الحاضر على أعضاء الوفد، كما يجب أن يحدد رئيس الوفد الهدف من اللقاء، وهل هو لتبادل وجهات النظر فقط أم أنه لمحاولة تقديم مشروع قانون جديد .

• اطلب من رئيس اللجنة أو عضو البرلمان الحاضر أن يعرض وجهة نظر اللجنة أو وجهة نظره هو بشأن الموضوع محل اللقاء – حتى لو كنت تعرفها من قبل – أن سماع وجهة النظر من صاحبها مباشرة تختلف عن سماعها من آخرين ينقلون عنه .

• لدى عرضك للقضية التي تعمل عليها، قدم الأرقام والإحصائيات والوقائع لإظهار أنك قمت بعمل بحث حول القضية، يستحسن أن تقوم بعرض بعض القصص الحقيقية حول الموضوع، والتي من شأنها أن تجعل القضية المطروحة أكثر إنسانية وقريبة وتبقى في ذهن البرلماني لمدة أطول .

• يجب التركيز على نقاط محددة أساسية وطرحها بطريقة واضحة سلسلة بلا تعقيدات حتى لا تترك مجالاً للخروج على

الموضوع، وتذكر أن بعض الحاضرين من معارضي وجهات نظرك قد يلجأون إلى ثارة قضايا فرعية لمحاولة جذب الانتباه بعيداً عن الموضوع الأساسي .

• إذ كانت هناك أسئلة لدى البرلمانيين الحاضرين حاول الإجابة عنها بأفضل ما يمكن، أما إن كنت لا تملك إجابة واضحة فلا تخجل من إعلان ذلك مع تقديم وعد بالبحث عن الجواب وإرساله إليه، إن ذلك سوف يعطي مصداقية أكبر من محاولة إعطاء إجابة غير دقيقة قد تتعرض للتفنيد من أحد الحاضرين المعارضين، لا تفقد السيطرة على أعصابك، أثناء المناقشة، لا تغضب، لا تكن ساخراً، في كل الأحوال تذكر أنك تريد أن تقنع شخصاً هو بطبيعته غير مقتنع بما يكفي بوجهة نظرك، في بعض الحالات القليلة قد تجد أن هناك عدم اهتمام بالموضوع – هنا يتحتم عليك - إعادة سرد البنود الرئيسية للموضوع وإنهاء المقابلة، إن إنهاء المقابلة دون مشاكل واضحة يفتح الطريق إلى إعادتها مرة أخرى في ظروف مواتية أكثر .

• بعض الأسئلة التي يتم طرحها قد تبدو لك بسيطة وذات أجوبة سهلة، ولكن في الحقيقة إن أعضاء اللجنة المتعاطفين مع

قضيتك قد يلجأون إلى تلك الحيلة لتمكينك من الاستفاضة في الشرح أو أنهم يحملون إليك بشكل غير مباشر تساؤلات من أعضاء آخرين، لذلك يتعين أن تهتم بشدة بهذا النوع من الأسئلة .

• حاول الحصول على التزام، اطلب من عضو البرلمان أو رئيس اللجنة القيام بأعمال محسوسة لدعم قضيتك مثلاً، تقديم طلب مناقشة عامة عن القضية في البرلمان، تحديد جلسات استماع لنظر القضية، اطلب من لجنة برلمانية النظر في القضية، طرح القضية على مجموعة برلمانية أو في حزب له كتلة برلمانية مؤثرة..... الخ.

## **خطوات ضرورية بعد انتهاء الاجتماع**

لا تنتهي مهمتك دائماً بعد انتهاء الاجتماع ولكنها قد تكون لا زالت في بدايتها، ويتعين عليك القيام بعدد من الخطوات الأساسية .

• اكتب رسالة شكر للبرلماني، أو لرئيس اللجنة البرلمانية على الوقت الذي منحه للوفد لتمكينكم من شرح وتقديم قضيتكم إليه وإلى البرلمان من خلاله .

- إذا كان عضو البرلمان قد طلب المزيد من المعلومات أو كانت هناك أسئلة معلقة لم يتم الإجابة عنها، يتعين تزويده بالسرعة الممكنة بالأجوبة والمعلومات المطلوبة، أن ذلك يشكل دليلاً على الجدية، والمسؤولية .
- احتفظ بوقائع الاجتماع في ملف خاص يمكن الرجوع إليه عند الحاجة، فوقائع الاجتماعات أيضا وثائق مهمة للاجتماعات المستقبلية .
- أخط الإعلام علماء بوقائع الاجتماع، وما إذ كان هناك متابعه سوف تتم لما انتهى إليه الاجتماع أم لا .

## حملات التعبئة الموجهة نحو الكتل البرلمانية

الكتلة البرلمانية هي تجمع ذو طبيعة سياسية أو حزبية يتم بين عدد من نواب البرلمان يشتركون جميعاً في نفس الرؤى والمواقف، ويمكن لهذه الكتلة أن تكون كتلة برلمانية حزبية تنتظم أعضاء البرلمان المنتمين إلى حزب محدد أو كتلة برلمانية سياسية تنتظم مجموعه من النواب المستقلين الذين يتفقون في نفس الرؤى السياسية وأن لم تجمعهم رابطة حزبية،

والقيمة الأساسية لمثل تلك التجمعات البرلمانية هي أنها تصوت انطلاقاً من موقف محدد وقد تجتذب أثناء عملية التصويت في هذا الموضوع أو ذاك بعض الأصوات المترددة غير المنتمية إلى أي حزب أو كتلة برلمانية أخرى. ويتعين اختيار أساليب مؤثرة في التعامل في الحملات الموجهة إلى الكتل البرلمانية حتى يمكن ضمان أقصى فاعلية في التأثير على جميع أعضاء الكتلة .

وفضلاً عن ذلك فإن التوجه إلى الكتل البرلمانية يمكن أن يفيد جماعات الضغط في الحصول على تحليلات قانونية متخصصة لبعض القوانين التي تهتم بها تلك الجماعات، فضلاً عن قياس رد فعل الكتل المختلفة إزاء أي مشروع قانون قد تنوي جماعات الضغط تقديمه إلى البرلمان .

وفي البلدان الديمقراطية المتطورة، تقوم عادة الكتل البرلمانية بالطلب من منظمات غير حكومية متخصصة بتقديم عروض حول مواضيع محددة وذلك لمساعدتهم على اخذ القرارات، أثناء عملية التصويت، أما في البلاد العربية حيث لم تنضج بعد فكرة جماعات المصالح فإنه يتعين محاولة فتح قنوات اتصال

مع الكتل البرلمانية في الموضوعات التي ترى جماعات الضغط أهمية إثارتها داخل البرلمان .  
وعند التوجه بالحملة إلى كتل برلمانية حزبية ينصح بما يلي :-

- تعرف على آخر توجهات الحزب وأهدافه بشكل عام وليس فقط فيما يتعلق بالموضوع الذي تهتم به .
- تعرف على المواقف البرلمانية التي اتخذها الحزب وكيفية تصويته إزاء قضايا معينة .
- اطلب اللقاء مع رئيس الحزب المعني في حضور عدد من البرلمانيين الحزبيين وقادة حزبيين آخرين من أجل تبادل وجهات النظر حول القضية محل الاهتمام المشترك .
- أحضر موجزاً مكتوباً بشرح القضية وموقفك منها مرفقة بتفصيل مطول مكتوب .
- يجب أن يكون عرض الموضوع منسجماً مع طبيعة الحزب السياسي، فعند التوجه إلى كتلة سياسية إسلامية مثلاً يمكن محاولة الاستعانة بنصوص من القرآن الكريم أو أحاديث نبوية أو استدعاء مواقف من التاريخ الإسلامي لخدمة القضية التي تروج لها، وطبعاً هذا لا يتلاءم لو كان العرض لحزب ذا توجه

علماني مثلاً، في كل الأحوال وكلما كان ذلك مناسباً ذكر المجتمعين بالتراماتهم السابقة ومبادئ حزبهم ومن صوت لهم .

- حاول إجراء مقابلات مماثلة مع أكبر عدد من الأحزاب السياسية والكتل البرلمانية وبهذا تظهر عدم تعصبك لحزب معين، فضلاً عن أن ذلك يساعدك على جمع المعلومات حول المواقف المتوقعة للأحزاب المختلفة تجاه القضية محل الاهتمام .
- احتفظ بملف حول موقف الأحزاب والكتل المختلفة المؤيدة منها والمعارضة .

## القوانين والكتل البرلمانية

في العادة يتم اللجوء إلى الكتل البرلمانية عند وجود تصويت حول مشروع قانون أو اقتراح لمشروع قانون، حيث يتحتم في هذه الحالة التوجه إلى الكتل البرلمانية والعمل معها، باعتبار أن هذه هي الوسيلة الأيسر من التعامل مع كل فرد من أفراد تلك الكتل منفرداً .

وفي العادة فإنه عندما يكون هناك مشروع قانون معروض على البرلمان، تقوم الكتل البرلمانية عادة بمناقشته داخليا والخروج

بموقف موحد إزاءه، ولدى الكلام في البرلمان يتوقع من جميع المتحدثين من كل كتلة برلمانية أن يدعموا الموقف المتفق عليه وعادة تقوم الكتل البرلمانية بالتصويت سوياً لدعم موقف معين .

وعند وجود مشروع قانون تهتم به يتعين عليك القيام بعدد من الخطوات التالية :-

**الخطوة الأولى:** قدم رؤيتك للقانون حسب مصالح الفئات التي تدافع عنها، ويتعين أن تكون تلك الرؤية محل دراسة عدد من المتخصصين لإكسابها الطابع العلمي المحترم، أن تلك الدراسة سوف تساعد الكتلة البرلمانية على تحديد اتجاهات تصويتها .

**الخطوة الثانية:** ادع إلى اجتماع عام لأهم الشخصيات المنتمبة إلى تلك الكتل البرلمانية، فمن المعروف أن كل كتلة برلمانية تضم عدداً من النواب المؤثرين والفاعلين فيها، وهؤلاء هم من يسهل العمل معهم حتى لو كانوا من غير المؤيدين لوجهة نظرك، فحنكتهم السياسية سوف تجعلهم أكثر قابلية للتفاهم والتفهم. ومع هؤلاء النواب يجب دعوة عدد من الخبراء المؤيدين لوجهة نظرك حتى يجتمعوا مع النواب ويناقشوهم

بشكل علمي، لا تدع الأمر يبدو وكأنك ترغب في التأثير عليهم لتغيير وجهة نظرهم ولكن دع الأمر يبدو وكأنك تقدم خدمة حقيقية لهم بجمعهم مع عدد من الخبراء لمناقشة الموضوع .

**الخطوة الثالثة:** في أثناء الاجتماع اجعل عددا من أصحاب المشكلة المعنيين بالقانون المقدم – المستفيدين منه أو المتضررين حسب الأحوال – يتكلم بشكل عفوي حتى يلمس أعضاء الكتلة البرلمانية وجهة نظر بعض المواطنين العاديين في المشروع .

**الخطوة الرابعة:** سجل ما انتهى إليه الاجتماع من أفكار أو تعديلات وأعد توزيعه على جميع أعضاء الكتلة البرلمانية من حضر ومن لم يحضر، وخاصة آراء الخبراء والأفكار التي قال بها أعضاء الكتلة البرلمانية الحاضرين بعد انتهاء المناقشات .

## **تقديم نص مكتوب لمشروع قانون للكتلة البرلمانية**

في كثير من الأحيان يمكن الاستفادة من العلاقة بالكتل البرلمانية لتقديم نص قانوني مكتوب لاقتراح مشروع قانون

يمكن لأعضاء الكتلة البرلمانية الاستفادة منه في عملية التشريع. ولا يمكن لجماعات الضغط أن تقدم هذا النص المكتوب من خلال إحدى الكتل البرلمانية إلا إذا اطمأنت إلى الاتفاق الكامل في وجهات النظر بين الكتلة البرلمانية والمنظمة المعنية ليس فقط في الكليات ولكن في أدق التفاصيل .

بشكل عام ودون الدخول في تفاصيل كيفية إعداد مشروعات القوانين فإن النص المكتوب يجب أن يراعى فيه عدد من الأمور .

١- ضرورة أن يتفق النص القانوني المقدم مع الدستور وهو ما يطلق عليه الحدود الدستورية للنص فالدولة على حد تعبير البعض هي شخص من أشخاص القانون وتخضع لمبدأ سيادة القانون .

٢- ضرورة أن يتفق النص القانوني المقدم مع المعاهدات الدولية التي وقعت عليها الدولة وأصبحت بذلك جزءاً من بنائها القانوني .

٣- لا بد وأن يكون النص القانوني المقدم متسقا مع التشريعات السارية، ويجب أن لا يكون متعارضاً معها، ويرجع ذلك إلى

انه وفقا للمبادئ المستقرة في التفسير فإن القانون اللاحق ينسخ القانون السابق، وأن القانون الخاص يقيد القانون العام، وقد يترتب على عدم مراعاة هذا المبدأ نسخ أو إلغاء قاعدة قانونية ضرورية لضبط العلاقات الاجتماعية مما يتأثر به نظام المجتمع .

٤- لأبد وأن يراعي النص القانوني المقدم ضمان الحقوق المكتسبة للأفراد والجماعات سواء أكانت تلك الحقوق المكتسبة ناتجة عن قوانين أو ناتجة عن النص المباشر في الدستور .

٥- يتعين أن تكون صياغة النص وفقاً لقواعد اللغة العربية السليمة، وبألفاظ سهلة مبسطة وذات دلالات واحدة ومصاغة وفقاً لقواعد اللغة العربية حتى يسهل فهمها وتطبيقها، فالصياغة المبهمة للنصوص تحتمل أكثر من تفسير وتجعل من الصعب تطبيق النص التشريعي بشكل موحد وسليم .

٦- في حالة وجود قواعد للإثبات في النص القانوني المقدم يتعين تحديدها تحديداً دقيقاً .

٧- يتعين توحيد المصطلحات القانونية في النص التشريعي المقدم، وإلا شاب النص عيب لغوي .

٨- يتعين أن يصاحب النص التشريعي المقدم مذكرة تفسيرية تشرح أسباب اقتراحه، وطبيعة المشكلات التي يتعرض لها،

وكيفية حلها عن طريق التشريع المقدم، ومدى اتساقه مع نص  
وروح الدستور، وعدم مخالفته للمعاهدات الدولية السارية والتي  
صادق عليها البرلمان أو وقعها الملك .