

ጥምረት ለሴቶች ድምፅ በሀገራዊ ምክክር
የተግባቦት እና የውትወታ ስትራቴጂ ጭምቅ ሰነድ
እና የትግበራ ምክረ-ሐሳብ

የካቲት 2015 ዓ.ም

ማውጫ

ይዘት	ገጽ
ማውጫ	2
መቅደም	3
1. የሥርዓት ዝርጋታ.....	4
2. ከአገራዊ ምክክር ኮሚሽን ጋር አጋርነት መፍጠር.....	6
3. የተፅዕኖ ፈጣሪ ሴቶች መድረክ እና የማኅበራዊ ሚዲያ ተፅዕኖ ፈጣሪዎች መድረክ	8
4. ዲጂታል - የኤሌክትሮኒክ የሕዝብ አቤቱታ ማሰባሰቢያ	9
5. ዲጂታል - ኢሜይል	9
6. ዲጂታል - የአድራሻ መዝገብ/ቋት.....	9
7. ዲጂታል - ድረ ገጽ	10
8. ዲጂታል - የጥምረቱ ማኅበራዊ ሚዲያ ገጾች.....	11
9. ዲጂታል - ኤሌክትሮኒክ የሕዝብ አስተያየት መስጫ/መምረጫ	12
10. ብራንድ እና ልዩ፣ ልዩ ውጤቶች	12
11. አስተማሪ ፊልም	14
12. ክትትሎች	14
13. ዲጂታል - ኢ-መጽሔት.....	15
14. የሚዲያ ግንኙነት - ጋዜጣዊ ገለጻ እና ጋዜጣዊ መግለጫ	16
15. የሚዲያ ግንኙነት - አሳታፊ የሬዲዮ ዝግጅቶች	19
16. ኩነት - የአገራዊ ምክክር ግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች.....	21

መቅደም

እንደሚታወቀው ጥምረቱ በኢትዮጵያ አገራዊ የምክክር ሂደት ላይ የሴቶች ተሳትፎን በተቀናጀ ሥርዓት ለመምራት እና ውጤታማ ቅስቀሳ ለማካሄድ እንዲቻል፣ የተግባቦት እና የውትወታ ስትራቴጂ (Communications and Advocacy Strategy—CAS) እንዲዘጋጅ ተደርጓል።

በእንግሊዝኛ ቋንቋ የተዘጋጀውን ከላይ የተጠቀሰውን የስትራቴጂ ሰነድ ወደ ዐማርኛ መተርጎም ያስፈለገ ሲሆን፣ ሙሉውን ሰነድ በቀጥታ ከመተርጎም ይልቅ ለስትራቴጂው የትግበራ ሥራ ፋይዳ ባለው መልኩ በተለይም በምዕራፍ 6 ላይ ጥቅም ላይ እንዲውሉ ምክረ ሐሳብ በተሰጠባቸው የተግባቦት አውታሮች (Tools and Channels) ላይ ባተኮረ ሁኔታ ተቃኝቶ ተተርጉሟል።

ይህ ሰነድ ቀላል አቀራረብ ኖሮት እንደ ማጣቀሻ እንዲያገለግል በተከታታይ ተራ ቁጥሮች ተከፋፍሎ ተሰናድቷል።

ማሳሰቢያ፡- በዚህ ሰነድ በተባኝነት/በወንድ ጾታ የተጠቀሱት አገላለጾች በሙሉ ሴቶችንም የሚያጠቃልል ማለትም ጾታ ከታች አገላለጽ ነው።

1. የሥርዓት ዝርጋታ

ከማንኛውም የትግበራ እንቅስቃሴ በፊት በዋናው የስትራቴጂ ሰነድ በምዕራፍ 8 ስለ ሥርዓት ዝርጋታ (Section 8: SYSTEMS AND SUPPORTING FUNCTIONS) የተሰነዘረውን ምክረ ሐሳብ በሙሉም ሆነ በከፊል ተግባራዊ ለማድረግ ውሳኔ መስጠት ያሻል፡፡

ይህም የበጀት ምደባ፣ ብሎም እንደሚመደበው በጀት የሰው ኃይል ቅጥርን፣ የቁሳቁሶች (አስፈላጊውን የቢሮ እቃዎችን ጨምሮ) እና በውጭ ተኮናታሪዎች የሚከናወኑ (Outsourced Functions) ግዢዎች ማካሄድን ይጨምራል፡፡

1.1. የበጀት ምደባ

- ✓ በዋናው ሰነድ ላይ የቀረበው በጀት ግርድፍ የዋጋ ግምቶችን ያማክል በመሆኑ፣ ብሎም አሁን ካለው ከፍተኛ የዋጋ ንረት እና የገንዘብ ግሽበት አንጻር ዋጋዎች በፍጥነት ስለሚለዋወጡ፣ ከበጀት ዝግጅቱ በፊት የተዘረዘሩ የግዢ እቃዎች እና የደሞዝ ዋጋ ወቅታዊ ግምትን ለማወቅ የሚያስችል የገበያ ዳሰሳ ማከናወን፣
- ✓ ከገበያ ዳሰሳው የተገኘውን የዋጋ ግምት ያንጸባረቀ የበጀት ዕቅድ ማዘጋጀት፣
- ✓ ለውጥ የሚፈለገው በጀት በተጨማሪም ለማግኘት ከሚከተለው በጀት ያነሰ/የሚያንስ ከሆነ፣ የቅድሚያ ቅድሚያ የሚሰጣቸውን ነገሮች (priorities) በመለየት የትግበራ ዕቅዱን መከለስ ያሻል፣ የበጀት ድልድሉም የተከለሰውን ዕቅድ ይከተላል ማለት ነው፡፡
- ✓ በዕቅድ ከተያዙት የአገራዊ ምክክር ግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች ጋር ተያይዞ፣ ለየትኞቹ ዓይነት ተሳታፊዎች የውሎ አበል፣ ነዳጅ/መንገድ፣ እና ጥቅማ ጥቅም እንደሚከፈል የሚደነግግ ደንብ ማዘጋጀት እና ማጽደቅ፣

1.2. የትግበራ ዕቅድ፡- በተጨማሪም ከተገኘው በጀት በመነሣት ለሁለት ዓመታት የሚቆይ የትግበራ ዕቅድ ማዘጋጀት፣ ይህም ከዋናው የፕሮጀክት ዕቅድ ጋር የተዋሐደ እና የተሰናሰለ መሆኑን ማረጋገጥ፣ በሌላ አባባል የተግባራት እና የውትወታ የትግበራ ዕቅዱ ለብቻው/በተናጠል የሚከናወን ሳይሆን፣ የራሱ የጥምረቱ የሥራ ዕቅድ አንድ አካል ሆኖ የሚከናወን ይሆናል፡፡

1.3. የሰው ኃይል ቅጥር

- ✓ ምክረ ሐሳብ ለተሰጠባቸው ለሦስቱ የሥራ መደቦች ¹ የሥራ መዘርዘሮችን (Job Description) ማዘጋጀት፣ በስትራቴጂው የተጠቀሱት መላው የሥራ ሂደቶች በእነዚህ ሦስት መደቦች ሙሉ በሙሉ የሚሸፍኑ መሆኑን ማረጋገጥ፣
- ✓ ለምሳሌ ያህል መረሳት ከሌለባቸው ወሰን የዲጂታል ተግባራት ባለሞያዎቹ የፎቶ እና የቪዲዮ ቀረጻ ክፍሎች ያለው/ላት መሆኑን፣ ሦስቱም ሠራተኞች ከሞላ ጎደል የድረ ገጽ አስተዳደር ቴክኒካዊ ክፍሎች ያላቸው መሆኑን፣ የአባላት ማሰፋፋት ሥራ አንዱ የተግባራት አካል እንደ መሆኑ ሐላፊነቱን ከሦስቱ ባለሞያዎች ለአንዳቸው በግልጽ የተሰጠ መሆኑን ማረጋገጥ፣ ወዘተ፣

- ✓ ከሁለቱ ሞያተኞቹ ቅጥር በፊት የቡድን መሪው ቅጥር እንዲቀድም ማድረግ፤ ይህም የቡድን መሪው በሥራ መዘርዘሮቹ ቀረጻ እና በምልመላው ሂደት ላይ እንዲሳተፍ በማድረግ የቡድን መሪውን ሞያዊ ግብአት እና ውሳኔ ሰጪነት ማረጋገጥ ያስችላል፤
- ✓ በበጀት እጥረት እና መሰል ሁኔታዎች የተነሳ ምክረ ሐሳብ በተሰጠባቸው በሦስቱ መደቦች ላይ በከፊልም ሆነ በሙሉ በቋሚ ቅጥር መሸፈን ካልተቻለ፤
- ✓ እንደ አንጻራዊ አስፈላጊነታቸው/አንገብጋቢነታቸው የሚታጠፉ ሥራዎችን በመለየት ሥራዎቹን ቀንሶ ወደ አንድ ወይም ሁለት መደቦች ማሸጋሸግ፤
- ✓ ¹ የተግባራት ቡድን መሪ፣ ከፍተኛ የተግባራት ባለሞያ፣ እና የዲጂታል ተግባራት ባለሞያ
- ✓ የተወሰኑትን ሥራዎች ለውጭ ተኮናታሪዎች የመስጠት አማራጭን በትግበራ ዕቅዱ ውስጥ ማካተት፤

1.4. የቁሳቁስ እና የአገልግሎት ግብርዎች፡- አብዛኞቹ የቁሳቁስ ግብርዎች ከሰው ኃይል ጋር የተያያዙ በመሆኑ አብሮ ማከናወን የሚቻል ሲሆን፤ የአገልግሎት ግብርዎቹ ግን ከሥራ ጥቅስ/ ቢጋር (Terms of Reference—ToR) ቀረጻ ጀምሮ የባለሞያዎችን ግብዓት የሚሹ እንደመሆኑ ከባለሞያዎች ቅጥር በኋላ የሚከናወኑ ናቸው፡፡

- ✓ ተፈላጊዎቹ ቁሳቁሶች በዋናነት፡- (1) ሦስት ላፕቶፖች፤ ከእነዚህ ውስጥ ቢንስ አንዱ ሃይ ሬሶሊዩሽን የሆነ (2) አንድ ዲ/ኤስ/ኤል/አር ካሜራ (3) አንድ ሀርድ ዲስክ (4) አንድ ፕሪንተር/ማባጣፍ ይህም በርካታ መቀበያዎች ያሉት፤ የሚቀበለው ወረቀት ኤ3 እና በላይ፤ በፍጥነት የሚያትም፤ ከተቻለ/አቅም ከፈቀደ ባለ ሙሉ ቀለም፤
- ✓ ለበርካታ የጉባኤ ተሳታፊዎች የሚታደሉ ጎትመቶችን በቤት ውስጥ ለማዘጋጀት እና ወጪን ከመቀነስ አኳያ የዚህ ማሸን መኖር በጣም ጠቃሚ ነው።
- ✓ የውጭ ተኮናታሪዎች፡-በስትራቴጂ ሰነዱ ላይ እንደተመለከተው የሚከተሉት አገልግሎቶች በውጭ ተኮናታሪዎች እንዲሠሩ ምክረ ሐሳብ ቀርቧል፡፡

- 1) የጥምረቱን አዲስ ድረ ገጽ² ማዘጋጀት ወይም የትምህርትን ድረ ገጽ እንደገና ማሠራት፤
- 2) የአሳታፊ የሬድዮ ፕሮግራሞች (Interactive Radio Shows)
 - ✓ የአየር ጊዜ ግብር እና የፕሮግራም ዝግጅት፤
 - ✓ ከዚህ ጋር ተያይዞም አጭር የጽሑፍ መልእክት (SMS) አስተያየት ቅበላን ለማካሄድ የሚያስችለውን ከክፍያ ነፃ አጭራ መስመር (short code) ግብር፤
 - ✓ አስተያየቶቹን በደጋፊ ቴክኖሎጂዎች አሰባስቦ እና አጠናቅሮ የሚያቀርብ ድርጅት የአገልግሎት ግብር፤
- 3) የአስተማሪ ፊልም ዝግጅት
- 4) በ56 ከተሞች የሚካሄዱ 62 የአገራዊ ምክክር የግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች (ND Sensitization Workshops) ዝግጅት ውስጥ ያሉ የተለያዩ እና በርካታ ንኡስ አገልግሎቶችን ያካትታል፡፡ ዐበይቶቹም፡-

- ✓ የአዳራሽ እና የመስተንግዶ አገልግሎት (የፓኬጅ አገልግሎቶችን ከሆቴሎች
- ✓ ጋር መደራደር)
- ✓ የኤሌክትሮኒክ ክፍያ (ኢንተርኔት ባንኪንግ) አገልግሎት አቅራቢ መረጣ፤ ይህም በ62ቱ ጉባኤዎች ላይ ከከተማ ውጪ ለመጡ ተሳታፊዎች የሚፈጸሙ በርካታ ክፍያዎችን (ውሎ አበል፣ ነዳጅ/መጓጓዣ፣ ወዘተ) በቀላሉ ለመፈጸም የሚያስችል እና ሌሎችም (ቁጥር 16.17 ይመለከታል)
- ✓ ከላይ የተጠቀሱትን አገልግሎት የሚያቀርቡ አካላትን ለማወዳደር እንዲቻል ተፈላጊ አገልግሎቶችን ሁለንተናዊ (comprehensive) ዝርዝርን፣ በማያሻማ ሁኔታ የሥራ ሂደቶችን እና የጊዜ ወሰንን ብሎም የብቃት መስፈርቶችን የያዘ የሥራ ጥቅስ/ቢጋር ማዘጋጀት፤
- ✓ በቢጋሮች ዝግጅት እና በመረጣው ሂደት ላይ የተግባቦት ባለሞያዎችን ማሳተፍ ወሳኝ ነው።
- ✓ ከላይ ከተጠቀሱት አገልግሎቶች በተጨማሪ ከአንድ አቅራቢ ብቻ የሚገዙ የአገልግሎት ግዢዎች ያሉ ሲሆን፣ እነዚህም በፌስቡክ የሚካሄዱ የክፍያ ማስታወቂያዎችን (paid promotions) እና የኤሌክትሮኒክ አቤቱታ (e-petition) ዘመቻዎችን የሚያካሂዱ አገልግሎት ሰጪዎችን ይጨምራል።

2 ድረ-ገጹ እንደ አዲስ የሚሠራ ከሆነ፣ የሆስቲንግ ግዢው ሁለቱንም (ድረ-ገጹን እና ኢሜይልን) ያካተተ መሆኑን ማረጋገጥ፣ የኢሜይሎች ብዛት ቢያንስ ከ20 ሊያንስ አይገባም።

እነዚህ ክፍያዎች በውጭ ምንጭ የሚከፈሉ እንደመሆኑ፣ ይህም የተለመደውን (ለምሳሌ በብሔራዊ ባንክ) አካሄድ መከተል በርካታ የቢሮክራሲ ሂደቶችን ማለፍ የሚጠይቅ በመሆኑ፣ አቋራጭ መንገዶችን መጠቀም ያሻል። ለምሳሌ፡-

- ✓ ትምራት በውጭ ባንክ የውጭ ምንጭ ሒሳብ መክፈት የሚችልበት አጋጣሚ ካለ የዴቢት ካርድ ማግኘት፤
- ✓ ከጥምረቱ አባል ድርጅቶች አንዳቸው የዴቢት ካርድ ካላቸው እንዲተባበሩ መጠየቅ እና ወጪ የተደረገውን መጠን በብር ማወራረድ፤
- ✓ ከላይ የተጠቀሱት አማራጮች ካልሠሩ፣ ጥምረቱን የሚደግፈው/ፉትን የውጭ ሊጋሽ ድርጅት/ቶች እነዚህን ክፍያዎች ከዋና ጽ/ቤታቸው እንዲያስተላልፉ መጠየቅ፤

2. ከአገራዊ ምክክር ኮሚሽን ጋር አጋርነት መፍጠር

ኮሚሽኑ 'አላስፈላጊ ተፅዕኖዎችን እና ጣልቃ ገብነቶች ለመከላከል' በሚል በቁጥር የየዘርፎቹን ኮሚወክሎ አንዳንድ ማህበራት ጋር ብቻ ተባብሮ የመሥራት ዘይቤን የሚከተል እንደመሆኑ፣ የአጋርነት/የትብብር ርእሰ ጉዳዮችን መለየት እና የማሳመኛ ምክንያቶችን የመንደፍ ተግባር (framing arguments of the case) ጥንቃቄ ይሻል።

2.1. የፕሮፖዛል መረጣ፡- ከታች የተጠቀሰውን የትልሙ-ሐሳብ ማቅረቢያ (pitching meeting) ውይይት ከመካሄዱ በፊት ትብብር ለማድረግ የሚፈለግባቸውን ርእሰ ጉዳዮችን መለየት፤ ብሎም የእያንዳንዳቸውን ጥቅም እና ጉዳት፤ እንዲሁም ለኮሚሽኑ ያላቸውን አበርክቶ (incentive) መተንተን፤

በዚህ ረገድ ታሳቢ ሊደረግባቸው የሚችሉ የትልሙ-ሐሳቦች/ፕሮፖዛሎች የትኩረት

- ✓ አቅጣጫዎች፡-
- ✓ ጥምረቱ ለኮሚሽኑ የሥርዓተ-ጾታ እገዛን ለመስጠት የሚሻ መሆኑን (በዋናነት የሥርዓተ-ጾታ ባለሞያ ቅጥር ወጪን መሸፈን)፤
- ✓ ኮሚሽኑ በአገሪቱ ዙሪያ የሚያካሂዳቸውን የምክክር መድረኮች፤ በወጪ መጋራት መርኅ በአብሮነት ማዘጋጀት፤
- ✓ በስትራቴጂው በተወጠኑት የሕዝብ አስተያየት ማሰባሰብ ዘመቻዎች ላይ
- ✓ ኮሚሽኑ በአጋርነት እንዲሳተፍ፤ ወዘተ፤

2.2. የድጋፍ ደብዳቤዎች፡- ተፈላጊው ፕሮፖዛል ከተሰናዳ በኋላ፤ ለፕሮፖዛሉ ክብደት ለመስጠት እስከ 10 የሚደርሱ የታዋቂ/ተፅዕኖ ፈጣሪ ሴቶች እና/ወይም ድርጅቶች ፊርማን ማሰባሰብ፤ ይህም አስቀድሞ በሚዘጋጅ ቅጽ ላይ በሚፈረም የድጋፍ ደብዳቤ አማካኝነት ነው፡፡

2.3. ውይይት፡- በመቀጠልም በጽሑፍ የተዘጋጀውን ፕሮፖዛል እና የድጋፍ ደብዳቤዎች ለኮሚሽኑ ገቢ በማድረግ፤ ፕሮፖዛሉን ለማብራራት የሚቻልበትን አጭር የውይይት ጊዜ መጠየቅ፤ ለዚህም በተለይ ሴት ኮሚሽነሮችን በግል ማግባባት፤

2.4. አቤቱታ፡- እነዚህ አካሄዶች ካልሠሩ ከታች የተዘረዘሩትን በየደረጃው የሚንሩ (escalation techniques) አካሄዶችን በነጠላ ወይም በአንድነት መጠቀም፤ እነዚህም

- ✓ የጥምረቱን አባላት የአቤቱታ ፊርማ ማሰባሰብ እና ለኮሚሽኑ ማስገባት፤
- ✓ በስትራቴጂው የተወጠኑትን የተፅዕኖ ፈጣሪ ሴቶች መድረክ' እና የማኅበራዊ ሚዲያ ተፅዕኖ ፈጣሪዎች መድረክ' ምሥረታን አስቀድሞ በማከናወን፤ እና የእነዚህን መድረኮች አባላትን በማስተባበር ለኮሚሽኑ አቤቱታዎችን ማስገባት፤
- ✓ በማኅበራዊ ሚዲያ ገጾች አማካኝነት የኤሌክትሮኒክ የሕዝብ አቤቱታዎችን ማሰባሰብ እና ውጤቱንም ለኮሚሽኑ፤ ለሕዝብ ተወካዮች ምክር ቤት፤ ለሚመለከታቸው የመንግሥት ተቋማት፤ እና ለሚዲያ ይፋ ማድረግ፤

3. የተፅዕኖ ፈጣሪ ሴቶች መድረክ (ተ/ፈ/ሴ/መ) እና የማኅበራዊ ሚዲያ ተፅዕኖ ፈጣሪዎች መድረክ (ማ/ሚ/ተ/ፈ/መ)

እነዚህ ሁለት ስብሰቦች የመልእክቶችን ተደራሽነት ከማስፋት ባለፈ የጥምረቱን ተደማጭነት እና የድርድር አቅም ለማጎልበት እንዲያም ሲል በኮሚሽኑ ላይ ተገቢውን ጫና ለመፍጠር የሚውሉ መሣሪያዎች ናቸው፡፡

3.1. ሥብጥር፡- የዕጩዎች ዝርዝር ሲዘጋጅ፣ የግለሰቦቹን የጀርባ ታሪክ ለማወቅ የሚያስችል የአንላይን ዳሰሳ/ጥናት ማካሄድ፡

- ✓ በተለይም በጾታ እኩልነት፣ በሰላም ግንባታ፣ እና ውይይትን ባማከለ ግጭት አፈታት ዙሪያ ጉልህ እንቅስቃሴ ያላቸው፣ በተለይም በአወዛጋቢ ወይም ለሕብረተሰብ ሞራል ተቃራኒ በሆኑ ጉዳዮች ከዚህ ቀደም ስማቸው ያልተነሣ መሆኑን ማረጋገጥ፤
- ✓ የተ/ፈ/ሴ/መድረክ አባላት ከተለያዩ ዘርፎች፣ ማለትም ከዕውቀት ስፖርተኞች፣ ከስሙጥር የኪነ-ጥበብ ሰዎች፣ ከምሁሮች፣ ወዘተ የተውጣጡ እንዲሆን ማድረግ፤

3.2. ምሥረታ፡- በቅድሚያ ሐሳቡን በማስረዳት እና በማግባባት ፕሮፖዛል በሚቀርብበት ወይይት ላይ እንዲሳተፉ መጋበዝ (ለሁለቱ መድረኮች የተናጠል ስብሰባዎች) ሐሳቡን ማቅረብ፣ ማሳመን እና የመግባቢያ ስምምነት መፈራረም፤

3.3. ሱታፌ (engagement) ፡- አባላቱ የሚጠበቅባቸው

- ✓ የፖለቲካ ይዘት የሌለው እና በቀላል ቋንቋ የተዘጋጀውን የጥምረቱን ማህፀን ማስፈረም፤
- ✓ በተለይም የተ/ፈ/ሴ/መድረክ አባላት በተመለመሉ ዕውቀት ከያዘው አማካኝነት የሚሠራ ከ1-3 ደቂቃ የሚረዝም አጭር የቪዲዮ መልእክቶችን ማዘጋጀት፤
- ✓ በጥምረቱ የማኅበራዊ ሚዲያ ላይ የሚለጠፉ ይዘቶችን በራሳቸው አካውንቶች ላይ ማጋራት፤
- ✓ የማ/ሚ/ተ/ፈ/መድረክ አባላት ከጥምረቱ በሚሰጣቸው አቅጣጫ እና ጭብጥ መሠረት በየወቅቱ የራሳቸውን ጽሑፍ ለተከታዮቻቸው ማቅረብ፤
- ✓ ጥምረቱ በሚያካሂዳቸው የአቤቱታ ዘመቻዎች ላይ በደጋፊ አስተያየት ሰጪነት መሳተፍ፤ ለምሳሌ በጋዜጣዊ ገለጻዎች (press conference/ presser) እና መግለጫዎች (press release) ፤
- ✓ በዓመት ከ2 እስከ 4 ጊዜ በሚካሄዱ የጋራ የግምገማ ስብሰባዎች ላይ መሳተፍ፤

3.4. ማትጊያዎች፡- አባላቱ (በተለይም ስሙጥር ከያንያን እና የማ/ሚ/ተ/ፈ/ሚዲያዎች) የጥምረቱ ብራንድ አምባሳደሮች እንደመሆናቸው፣ እንደ አፈጻጸማቸው የሚለካ በገንዘብ የሚሰጥ የማትጊያ ደንብ (incentive package) ሊቀረጽ ብሎም ከእነርሱ ጋር በሚፈረሙ የመግባቢያ ስምምነቶች ውስጥም ሊካተት ይገባል፡፡

3.5. የማስተባበር ሥራ፡- የተግባራት የሥራ ክፍለ በበጀት የተደገፈ ዕቅድ ያወጣል፤ ያስተባብራል፤ ሪፖርትም ያቀርባል፡፡

4. ዲጂታል - የኤሌክትሮኒክ የሕዝብ አቤቱታ ማሰባሰቢያ

ይህ ዘዴ ከላይ በተራ ቁጥር 2.4 እንደተጠቀሰው ኮሚሽኑ ላይ ጫና ለመፍጠር ጥቅም ላይ የሚውል የመጨረሻው የተግባራዊ ዘዴ ነው። ይህን መሰል ዘመቻ የሚከናወንበት የኦንላይን ፕላትፎርም አገልግሎትን (አንዳንዶቹ በክፍያ) መጠቀም የሚያስፈልግ ሲሆን፤ ይህም ፕላትፎርም ወጤቱን/ቆጠራውን በቴክኖሎጂ በተደገፈ አኳኋን በአጭር ጊዜ የሚያቀርብ ከመሆኑም ባሻገር በገለልተኝነቱ (በሦስተኛ ወገንነቱ) የተነሣ በውጤቱ ተአማኒነት ላይ ጥርጣሬ እንዳይነሣበት ያግዛል።

- ✓ የአቤቱታውን ማስፈጠን/ሪያ (URL link) በራሱ በጥምረቱ እና በአጋር አባላቱ ማሳበራዊ ሚዲያዎች እንዲለጠፍ በማድረግ ተደራሽነቱን እንዲሁም የፈራሚዎች ብዛትን እና ማሳበራዊ ስብጥር ከፍ ማድረግ፤
- ✓ ውጤቱንም ጋዜጣዊ ገለጻ በማዘጋጀት እና ጋዜጣዊ መግለጫ በመበተን በሚዲያ አማካኝነት ለሕዝብ መናኘት፤

5. ዲጂታል - Info@ ኢ.ሜይል

- ✓ ይህ ኢ.ሜይል አድራሻ ከገጽታ ጋር የተያያዘ አንድምታ ስላለው በተቻለት የተግባራዊ ውጤቶች ሁሉ ላይ በጉልህ ሊጠቀስ ይገባል።
- ✓ በድረ-ገጹ አስተያየት መቀበያ ሳጥን ላይ የሚጻፉ መልእክቶች በቀጥታ ወደዚህ አድራሻ ስለሚገቡ፤ እንዲሁም ሌሎች የሕዝብ አስተያየቶችን መቀበል የሚቻልበት መስመር ስለሆነ፤ ሓላፊነቱን በቋሚነት ወስዶ የሚያስተዳድር አንድ ባልደረባ (ልምሳሌ የዲጂታል ተግባራዊ ባለሞያ) ሊመደብለት ይገባል።
- ✓ ፈጣን ምላሽ ለሚሹ መልእክቶች እንዳስፈላጊነቱ ወዲያውኑ ምላሽ መስጠት የሚገባ ሲሆን፤ ከምክክር ሂደቱ ጋር ተያያዙ አስተያየቶች/ግብረ-መልሶች ደግሞ ተደራጅተው በየወሩ መጨረሻ በሚዘጋጀው የግብረ-መልስ ሪፖርት ውስጥ ተካትቶ ለበላይ ሓላፊዎች ይቀርባል።

6. ዲጂታል - የአድራሻ መዝገብ/ቋት

በኢ.ሜይል ለሚካሄዱ ዘመቻዎች ወሳኝ እንደመሆኑ፤ ከጥምረቱ ሥራ ጋር በቀጥታም ሆነ በተዘዋዋሪ ግንኙነት ያላቸው ሰዎችን ሙሉ ስም (ከእነ ማእረግ)፤ መሥሪያ ቤት፤ የሥራ ሓላፊነት፤ ሞባይል፤ ኢ.ሜይል፤ እና የቦታ አድራሻ (ለምሳሌ ደብዳቤ በአካል ለመላክ ሲያስፈልግ) በዲጂታል መተግበሪያ (ለምሳሌ ጉግል ኮንታክትስ፤ ማይክሮሶፍት አውትሎክ) እንዲመዘገቡ ይደረጋል።

6.1. አድራሻ ለቀማ:- የዲጂታል ተግባራዊ ባለሞያው/ዋ ወደተለያዩ መተግበሪያዎች በቀላሉ ሊገላበጥ የሚችል/exportable የኤክሴል ቅጽ (MS Excel template) ማዘጋጀት፤ ቀጥሎም በየወሩ መጨረሻ ቅጹን ለሁሉም ሠራተኞች በመላክ በሥራቸው አጋጣሚ የተዋወቁቸውን የጠቃሚ ሰዎች አድራሻን በቅጹ ላይ በመሙላት እንዲመልሱ ማድረግ/መከታተል፤ (ከምጥቀራዎቻቸው በአውትሎክ የተሣሠሩ ከሆነ ቅጹ ሳያስፈልግ በራሱ ላይ፤ ቁርኝቱ በLAN ከሆነ ደግሞ ቅጹ በኮሙን ፎልደር ላይ ሊቀመጥ ይችላል)

- ✓ የቅጽን ይዘቶች እና ዲስትሪቢዩሽን ሊስት ወደ ኢሜይል መተግበሪያው (ለምሳሌ አውትሉክ) መገልበጥ/ኤክስፖርት ማድረግ፤ በየወሩም በሁለቱ መካከል ያለውን ዝርዝር ማወራረስ/ሲንክሮናይዝ ማድረግ፤
- ✓ ጥምሩ በሚያዘጋጃቸው በእያንዳንዱ ስብሰባዎች፣ ሥልጠናዎች የሚሳተፉትን ሰዎች ዝርዝር አድራሻ ለመመዝገብ የሚያስችል አቴንዳንስ ሽት በጥንቃቄ በማስፈረም፤ አድራሻዎቹን ወደ ዲጂታል መተግበሪያው መገልበጥ፤

6.2. ማደራጀት፡- በየዘርፉ እና በየፈርጁ በተደራጀ አኳኋን (ለምሳሌ የፓርላማ አባላት፣ ኮሚሽነሮች፣ የጥምረቱ አባል ድርጅቶች/ዳይሬክተሮች/የተግባራት ባለሞያዎች፣ የትምራን ሠራተኞች፣ በሌሎች ላይ የሚሠሩ ድርጅቶች ዳይሬክተሮች፣ የክልል አጋር ድርጅቶች፣ ሚዲያ፣ በየዘርፉ የተከፋፈሉ አገልግሎት አቅራቢዎች፣ የኢ-መጽሔት ተቀባዮች (መላው ዝርዝር) ፣ ወዘተ) የቡድን ኢሜይል ሥርጭት ክላስተሮችን (group distribution lists) መፍጠር እና በየወሩ ማዘመን (update ማድረግ) ፤

6.3. ወቅታዊ ክለሳ፡- በየወቅቱ (ለምሳሌ በዓመት ሁለቱ) ለእያንዳንዱ ግለሰብ በስልክ እየደወሉ የግለሰቡ/ቧን ወቅታዊ ሁኔታ ማወቅ፤ (ለምሳሌ በመደቡ ላይ አዲስ ሰው ተሹሞ ከሆነ የተሻረውን ማውጣት አዲሱን ማስገባት)

6.4. ሪፖርት፡- የዚህ ሥራ አፈጻጸም በየወሩ በሚዘጋጀው የዲጂታል ሪፖርት ውስጥ መካተቱን ማረጋገጥ፤

7. ዲጂታል - ድረ ገጽ

7.1. የድረ ገጽ ጠባያት፡- የትምራንን ድረ ገጽ በመከለስም ሆነ የጥምረቱን አዲስ ድረ ገጽ በማሠራት ሂደት ታሳቢ መደረግ ያለባቸው ጉዳዮች፡-

- ✓ ቀላል፣ የተለመዱ፣ እና አመንክዮአዊ የሆነ መዋቅር (web architecture) ያለው፤
- ✓ ቢያንስ በሁለት ቋንቋ (ዐማርኛ እና እንጊሊዝኛ)፣ ይህም በአንዱ ላይ ያለው ይዘት በሌላኛው ላይ በተመሳሳይ/በትይዩ የተቀመጠ መሆኑን፤
- ✓ በትምራን እና በጥምረቱ መካከል ያለውን የድርጅታዊ ማንነት ልዩነት በማያሻማ መልኩ የሚያሳይ አቀራረብ፤ ብሎም የአባላቱ ዝርዝርን ከተጓዳኝ የድረ-ገጽ አድራሻቸው ጋር አብሮ ማቅረብ፤
- ✓ ጥምረቱ በትምራን ድረ-ገጽ ውስጥ የሚካተት ከሆነ፣ ራሱን የቻለ አንድ ንዑስ ገጽ (sub-page) መፍጠር እና ይህንኑ አድራሻ በሁሉም የጥምረቱ የተግባራት አውታሮች ላይ በጉልህ ማስተዋወቅ፤
- ✓ ድረ-ገጹ ለሞባይል ስልክ የተስማማ፣ ቶሎ እንዲጭን ግራፊክስ ያልበዛበት፣ ዐበይት ኩነቶች (events) በቀጥታ ከሚተላለፉባቸው የጥምረቱ ማኅበራዊ ሚዲያዎች ጋር የሚያገናኝ መስኮት (live social media feed windows) ፣ የግብረ-መልስ/አስተያየት መቀበያ ሳጥን ያለው እና መልእክቶቹም በቀጥታ ወደ info@ ኢሜይል የሚሄዱ ሊሆን ይገባል፡፡

- ✓ የSearch Engine Optimization (SEO) ሥራን ማከናወን፡- የተለመዱ እና አብዛኛው ሰው ይጠቀማቸዋል ተብለው የሚገመቱ የትእዛዙ-ፍለጋ ቃላት (search keywords) ዝርዝርን በዐማርኛ እና በእንግሊዝኛ ማዘጋጀት፤ ለምሳሌ Ethiopian national dialogue፣ national dialogue፣ does Ethiopia have political dialogue forums፣ dialogue in Ethiopia፣ transitional justice in Ethiopia፣ ወዘተ፤ በዚህ አግባብ የSEO ሥራን መከወን፤

7.2. የድረ ገጽ አስተዳደር

- ✓ የድረ ገጹን ቴክኒካዊ እና የይዘት ጥንቅር ሐላፊነቶችን በቋሚነት የሚከውን/ኑ ባለሞያ/ዎችን መቅጠር፤
- ✓ የድረ ገጹን ኅብኚዎች ቁጥር ለማሳደግ በተለይም ረዘም ያለ ይዘት ያላቸው ጽሑፎችንና ምስል-ውድምዎችን በድረ ገጹ ላይ የሚጫኑ ሆኖ አጭር/የቅምሻ ጽሑፍ ከእነመስፈንጠሪያው በማኅበራዊ ሚዲያ ላይ በመለጠፍ አንባቢዎች ወደ ድረ ገጹ እንዲያመሩ ማድረግ፤
- ✓ የድረ ገጹን አድራሻ በሚቻሉት የተግባቦት አውታሮች እና ውጤቶች ላይ ሁሉ ማስተዋወቅ፤
- ✓ አፈጻጸሙን የሚያመለክቱ አኃዛዊ ማብራሪያዎችን (analytics) ማውጣት፣ መተንተን፣ ማሻሻያ እርምጃዎችን መውሰድ፣ ብሎም በወርሐዊ የዲጂታል ሪፖርት ውስጥ ማካተት፤

8. ዲጂታል - የጥምረቱ ማኅበራዊ ሚዲያ ገጾች

8.1. አዲስ አካውንቶች፡- ጥምረቱ የራሱን የፌስቡክ፣ የትዊተር፣ እና የዩቲዩብ ገጾች ይከፍታል (ከዚህ በፊት የሚጠቀምበት የቴሌግራም አካውንት ባለበት ይቀጥላል)፡፡

8.2. ሱታፌ፡- ከገጾቹ አዲስነት አንጻር የተከታዮች ቁጥርን በአጭር ጊዜ ለመጨመር፡-

- ✓ ከምክክር ሂደቱ ጋር የተያያዙ ቀልብ ሳቢ (newsworthy) ጽሑፎችን እና/ወይም ምስል-ውድምዎችን በየጊዜው (ቢያንስ በሳምንት 2 ጊዜ) ማውጣት፤
- ✓ የሁለቱ መድረኮች አባላት የጥምረቱን ልጥፎች በራሳቸው አካውንት ወይም ለተከታዮቻቸው እንዲያጋሩ ማበረታታት፤ ገጹንም እንዲከተሉ ለተከታዮቻቸው መጋበዝ፤
- ✓ በተለይ በፌስቡክ ላይ አካውንቱን እንዲከተሉ የሚጋብዝ የክፍያ ማስታወቂያ ዘመቻዎችን ማካሄድ፤ ይህም የማስታወቂያው ተደራሽነት የዲጂታል ማርኬቲንግ ዘዴዎችን ተጠቅሞ በስትራቴጂው በተለይ ቁልፍ ተደራሲያን (audiences) ላይ እንዲያነጣጥር ማድረግ (ለምሳሌ የክልሎችን ሥብጥር ባማከለ መልኩ ቀለም-ቀመሶችን፣ ላቅ ያለ የፌስቡክ እንቅስቃሴ ያላቸውን፣ ጎልማሶችን፣ ንቁ የፖለቲካ እና የአመራር ተሳትፎ ያላቸው ሴቶችን) ፤

8.3. የገጾቹ አስተዳደር

- ✓ በሁሉም አካውንቶች ላይ አንድ ጊዜ ለመለጠፍ እንዲቻል እና የሥራ ጫናንም ለመቀነስ ብዝሃ-ፕላት ፎርሞችን ማስተዳደር የሚያስችሉ እንደ ሁትሲዩት (Hootsuite) ያሉ መተግበሪያዎችን መጠቀም፤
- ✓ ምናልባት ፈጣን ምላሽ የሚፈልጉ አስተያየቶች ሊሰጡ ስለሚችሉ፤ ይህንን በኢሜይል መከታተል (email notification) እና አፋጣኝ መልስ መስጠት፤
- ✓ ገጾቹን በሁሉም የተግባቦት አውታሮች ላይ ማስተዋወቅ፤
- ✓ አፈጻጸሙን በየወቅቱ መለካት እና በወርኃዊው የዲጂታል ሪፖርት ውስጥ ማካተት፤

9. ዲጂታል - ኤሌክትሮኒክ የሕዝብ አስተያየት መስጫ/መምረጫ (E-Polls)

ይህ ስልት ከሌሎች ዘዴዎች (ከአገራዊ ምክክር የግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች እና ከአሳታፊ የሬድዮ ፕሮግራሞች) ጋር ተዳምሮ 2ኛውን የስትራቴጂ ግብ (ማለትም “ስለ አገራዊ ምክክሩ የሴቶችን አመለካከት መረዳት” የሚለውን) ለማስፈጸም ይውላል፡፡

9.1. የምርጫ ጥያቄዎች

- ✓ በዚህ መሠረትም፤ በዋናነት በፌስቡክ ላይ የሚለጠፉ ለሴቶች የታለሙ 25 የምረጫ ጥያቄዎችን በመጀመሪያው ዓመት (ከጥር 2015 እስከ ጥር 2016) ላይ ማሠራጨት፤ (በወር ሁለቱ)
- ✓ ጥያቄዎች የሚቀመሩት ግምቶችን በማስረጃ ለማረጋገጥ ነው፡፡ ለምሳሌ አንድ ጉዳይ የሕዝብ/የሴቶች ድጋፍ ያለው/የሌለው ስለመሆኑ በእርግጠኝነት ለማወቅ፤ የሕዝብ አስተያየት ወዴት እንደሚያመጣን ለመወሰን/ለመተንበይ የሚያዳግቱ ርዕሰ-ጉዳዮችን በተጨማሪም ማስረጃ ለማረጋገጥ፤ አሊያም ጥምረቱ የአቤቱታ ዘመቻ እያካሄደ ከሆነ አቤቱታተው በርግጥም የሕዝብ ድጋፍ እንደተቸረው በቁጥር የተደገፈ ማስረጃ ለማስገኘት ነው፡፡

9.2. ሥነ-ዘዴ (Methodology)

- ✓ ውጤቶችን በቀላሉ ለማዳመር፤ ጥያቄዎቹ በውስጥ-መጠይቆች (close-ended questions) ዓይነት የሚቀመሩ ናቸው፡፡
- ✓ የውጤቱን ገለልተኛነት እና ተአማኒነት ለማረጋገጥ፤ የዘመቻው ባለቤት/አመንጪ በሌላ አካል (ጥምረቱ በሚመርጠው አንድ ገለልተኛ ድርጅት) እንዲካሄድ ማድረግ፤
- ✓ ተደራሽነቱንና ተሳትፎውን ለመጨመር የአንላይን ማስፈንጠሪያውን በማ/ሚ/ተ/ፈ/መድረክ አባላት እና በአጋር አካላት ማኅበራዊ ሚዲያዎች ላይ መናኘት፤
- ✓ ውጤቱንም ለኮሚሽኑ በድሑፍ፤ ለሕዝቡ ደግሞ በማኅበራዊ ሚዲያ መግለጽ፤

10. ብራንድ እና ልዩ፣ ልዩ ውጤቶች

10.1. ብራንድ፡-

- ✓ የጥምረቱን ሎጎ ኦሪጂናል ዲዛይን/አርት ወርክ ሁሉም የውስጥ ባለ ድርሻዎች በሚያገኙበት ቦታ ማስቀመጥ (ለምሳሌ ኮመን ፎልደር)፤
- ✓ በምሳሌ የታገዘ የብራንድ ግንዛቤ ማስጨበጫ ሥልጠናን ለሁሉም ሠራተኞች መስጠት፤ አዲስ ለሚገቡ ሠራተኞች በሚሰጠው ማስተዋወቂያ (induction pack) ውስጥም ማካተት፤
- ✓ በትምህርት እና በጥምረቱ መካከል ያሉትን ልዩነቶች ብሎም እያንዳንዱን በተናጠል መቼ እና እንዴት መጠቀም እንደሚቻል ማሳየት፤
- ✓ ከብራንዱ ተቀድተው የተዘጋጁ የኢሜይል ገጽታዎችን (email signatures) ፣ የኢሜይል እና የደብዳቤ አጻጻፍ ድንጋጎችን (ለምሳሌ ኑባራ/font፣ ፕላይን/spacing፣ ምስማክ/alignment፣ ... ወዘተ) ፣
- ✓ በውጭ ተከናታሪዎች የሚሠሩ የግራፊክስ ዲዛይን፣ የፊልም እና የጎተመት ሥራዎች ሲኖሩ የብራንድ ማኑዋሉን እንዲመለከቱት ማድረግ፤

10.2. የፓወር ፖይንት ገለጻ/PPTs

- ✓ የጥምረቱን ሁለንተናዊ ምንነት የሚያብራራ ብሎም በምስል እና አጭር ቪዲዮ የታጀበ፣ በዐማርኛ እና በእንግሊዝኛ ቋንቋዎች ማዘጋጀት፤
- ✓ ሁሉም የውስጥ ባለድርሻዎች ማግኘት በሚችሉበት ቦታ ማስቀመጥ (ለምሳሌ ኮመን ፎልደር፣ ጉግል ድራይቭ)፤
- ✓ ሰነዱ የጥምረቱን የብራንድ መመሪያ/ማኑዋል ተከትሎ የሚዘጋጅ እንደመሆኑ ሊሎች መሰል ገለጻዎችን ማዘጋጀት የሚፈልጉ የጥምረቱ አባላት/ሠራተኞች፣ ይህንን ዋናውን ሰነድ እንደ መደብ (master page) እንዲጠቀሙ ማድረግ፤ በዚህም የብራንድ ወጥነትን ማስጠበቅ፤

10.3. ልዩ፣ ልዩ ጎተመቶች፡- በስትራቴጂው ሰነድ ላይ እንደተመላከተው መደበኛ ዲዛይን ያላቸው (የሪፖርት ማቅረቢያ ቅጽ/template፣ በዐማርኛ እና በእንግሊዝኛ የተሰናዳ ብሮሽር/ብራሪ ወረቀት፣ እንደ ዶሴ የሚያገለግል ጥራዝ/ sales kit፣ እና ፖስተር) እንዲሁም እንዳስፈላጊነቱ የሚቀያየሩ ጎተመቶች (ለሠልጣኞች/ለስብሰባ ተሳታፊዎች የሚታደሉ ሰነዶች/handouts እና በየክልሉ ለሚካሄዱ የግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች መድረክ ማድመቂያነት የሚውሉ ባነሮች) እንዲሠሩ ምክረ ሐሳብ ቀርቧል፡፡

- ✓ የጎተመቶቹ ይዘት ለረዥም ጊዜ እንዲቆይ እና ወጪን ለመቀነስ ይዘቶቹን በቋሚ መልእክቶች ማጠናቀር፤ ለምሳሌ በራሪ ወረቀቶቹ ዝርዝር ጉዳዮችን የማይጠቅሱ፣ ባነሮቹም ቀን እና ቦታቸው ክፍት ሆኖ ስቲክሮችን በመጠቀም ብቻ በተደጋጋሚ ለሁሉም ስብሰባዎች መጠቀም፤ ወዘተ፤
- ✓ ብሮሽሮቹን በድረ ገጹ ላይ መጫን፤

- ✓ ከስብሰባዎቹ ብዛት እና ለተሰብሳቢዎች ከሚታደሉት ሰነዶች ከፍተኛነት አንጻር ወጪን ለመቀነስ እንዲቻል መለስተኛ አቅም ያለው አንድ ማባላጥ ማሸን መግዛት፤
- ✓ እንደ በራሪ ወረቀት ያሉት በከፍተኛ ቁጥር (በየስብሰባው ለሚሳተፉት ሁሉ ስለሚታደል) እና ምናልባትም በተደጋጋሚ በማተሚያ ቤት የሚታተሙ
- ✓ ስለሆነ የማተሚያ ፕሌቱን ማስቀመጥ፤
- ✓ የሪፖርት ማቅረቢያ ቅጽ የጥምረቱን የብራንድ ድንጋጎች ጠብቆ መውጣቱን ማረጋገጥ፤ ቅጹንም ሁሉም የውስጥ ባለድርሻዎች ሊያገኙበት በሚችሉበት ቦታ ማስቀመጥ፤

11. አስተማሪ ፊልም

የሚዘጋጀው ፊልም በዋናነት ሰፊውን ማህበረሰብ (አማካይን ግለሰብ) ታላሚ የሚያደርግ ሲሆን፤ በምክክር ሂደቱ ማእቀፍ ውስጥ የሴቶችን አጀንዳ እና የተሳተፏቸውን አስፈላጊነት በማጉላት ይሆናል፡፡

- ✓ በሞያተኛ ፊልም ሠሪ (በውጭ ተኮናታሪ) ሊሠራ የሚገባ ሲሆን፤ ለምልመላው የሚዘጋጀው ቢጋር የቴክኒካል መሥፈርቶችን፤ ስለሚፈለገው የይዘት ጥንቅር እና መልእክት በቂ ማብራሪያዎችን ሊይዝ ይገባል፡፡
- ✓ በፊልሙ ውስጥ በተቻለ መጠን የስሙጥር ከያንያንን አስተያየት (በቃለ-መጠይቅ ወይም በንግግር) ቢያካትት ይመረጣል፤
- ✓ በሁለት ዓይነት ይዘጋጃል፤ ረጅም (35-45 ደቂቃ) እና በአጭር (5 ደቂቃ) ፤
- ✓ ትረካው በዐማርኛ ሆኖ የእንግሊዝኛ ትርጉሙን በንኡስ አርእስት ማቅረብ፤
- ✓ ቪዲዮው በማህበራዊ ሚዲያ ገጾች እና በድረ ገጹ ላይ ይለጠፋል፤ ጥምረቱ በሚያዘጋጃቸው/በሚሳተፍባቸው ኩነቶች ላይ እንደ ማድመቂያ ይታያል፤ እንዲሁም አጭሩ ቪዲዮ በፓወር ፖይንት ገለጻ ውስጥ ይካተታል፡፡

በምክክር ሂደቱ ላይ ያተኮረ የሚዲያ ዘገባዎች ክትትልን ማከናወን፤ አዳዲስ መረጃዎችን ለማግኘት፤ ድንገተኛ ክሥተቶችን እና ስጋት-አዘል ሁኔታዎችን በወቅቱ ለመረዳት፤ እና በእነዚህም መነሻነት ጥምረቱ እንቅስቃሴዎቹን በጊዜ እንዲያስተካክል ያስችለዋል፡፡

12. ክትትሎች

12.1. የአንላይን ክትትል ዘዴዎች

- ✓ የመከታተያ ቃላት ዝርዝርን ማዘጋጀት (Monitoring Keywords) :- ከምክክር ሂደቱ ጋር የተያያዙ ክታች የተጠቀሱትን የቃላት ዝርዝር በዐማርኛ እና በእንግሊዝኛ ማዘጋጀት፤ ለምሳሌ:-

- ✓ ነገረ-ጉዳዮችን፡- <ምክክር>፣ <አገራዊ/ሀገራዊ/ሃገራዊ ምክክር>፣ <ዕ/እርቅ>፣ <ፖለቲካ ውይይት>፣ <ሴቶች ተሳትፎ ምክክር>፣ ... ወዘተ፤
- ✓ ተቋማት፡- <አገራዊ/ሀገራዊ/ሃገራዊ የምክክር ኮሚሽን>፣ <ሴቶች ጉዳይ ቋሚ ኮሚቴ>፣ <ሴቶች ሚኒስቴር>፣ ...፤
- ✓ አግባብነት ያላቸው ግለሰቦችን፡- ዋና ኮሚሽነር ፕ/ር <መስፍን አ/ዐ/ዓርአ/ዐ/ዓያ>፣ <ቶናስ አ/ዐዳዬ> ...፤
- ✓ በእነዚህ ቃላት አማካኝነት የGoogle email alert መፍጠር
- ✓ ማኅበራዊ ሚዲያን በተመለከተ በሳምንት አንዴ በእነዚህ ቃላት አማካኝነት
- ✓ ትእዛዝ-ፍለጋ ማካሄድ፤

12.2. ሌሎች ክትትሎች

- ✓ ምንም እንኳ በርካታ የኅትመት ሚዲያዎች ይዘቶቻቸውን በድረ-ገጻቸው ላይ የሚያትሙ ቢኖሩም፤ አንዳንዶቹ የዚህ ዓይነቱ አሠራር ስለሌላቸው (ለምሳሌ የክልል ጋዜጦች)፤ ኅትመቶቹን በወረቀት/በጋዜጣ ገዝቶ/ሰብስከራይብ አድርጎ መከታተል፤ ለዚህም ጋዜጦቹን በቋሚነት ቢሮ ድረስ የሚያቀርብ አገልግሎትን መግዛት፤
- ✓ የብሮድካስትን በተመለከተ፤ ከስፋቱ አንጻር በሁሉም ላይ ክትትል ለማድረግ ስለማያመች፤ በቴሌቪዥን እና በዩቲዩብ ሚዲያዎች ላይ ያተኮረ በሳምንት አንዴ ግርድፍ ቅኝት ማድረግ፤ ይህም አብዛኞቹ ጣቢያዎች የዩቲዩብ አካውንት ስላላቸው የተጫኑትን ቪዲዮዎች መቃኘት፤

12.3. የክትትሉ ውጤት አቀራረብ

- ✓ አስቸኳይ ክሥተቶች ሲኖሩ ከአስተያየት/ምክረ-ሐሳብ ጋር ለሚመለከተው አካል ወዲያውኑ በኢሜይል መላክ፤
- ✓ በየሁለት ሳምንቱ የሚወጣ፤ ከአንድ ገጽ ያልበለጠ የሚዲያ ዳይጀስት ማዘጋጀት እና ለውስጥ ባለድርሻዎች (የትምራን እና የጥምረቱ አባል ድርጅት ሐላፊዎች) በኢሜይል መላክ፤ አቀራረቡም አንድ መስመር አርእስት፤ በሁለት መስመር የተጨመቀ የዜና ሐተታ፤ እና የምንጩ ስም ከአንላይን ማስፈንጠሪያው ጋር (በጠቅላላው 4 መስመር ያልበለጠ) ፤
- ✓ በተጨማሪም የሚዲያ ዳይጀስቱ በኢ-መጽሔቱ ውስጥ እንደ አንድ ዐምድ ይካተታል፡፡

13. ዲጂታል - ኢ-መጽሔት

በተቋም ደረጃ ያሉ ዓበይት ባለድርሻዎችን ለመድረስ የሚስችል ስልት ሲሆን፤ ያለ ወረቀት ኅትመት በኢሜይል የሚዳረስ ነው፡፡

13.1. የይዘት ጥንቅር

- ✓ በጥምረቱ እና አባላቱ ዙሪያ የሚከናወኑ ዐበይት ክሥተቶችን የተመለከቱ ዜናዎች
- ✓ በተመረጡ ርእሰ-ጉዳዮች ላይ ሐተታ እንዲሁም
- ✓ ስለ ምክክር ሂደቱ በሚዲያዎች የተዘገቡ ጽሑፎችን፤

13.2. ፎርማት

- ✓ ወርኃዊ ኅትመት (ዑደቱን መጠበቅ ያስፈልጋል)፤
- ✓ በዐማርኛ እና በእንግሊዝኛ ቋንቋዎች (ሁሉም ይዘቶች በሁለቱም ቋንቋዎች የቀረቡ መሆኑን ማረጋገጥ)፤

13.3. አዘገጃጀት

- ✓ ሂደቱን ግብረ-ራስ (automate) ለማድረግ የሚያስችሉ መተግበሪያዎችን (ለምሳሌ፡- ሜይል ቺምፕ) መጠቀም፤
- ✓ ሜይል ቺምፕ በዓመት እስከ 20 ሺህ ለሚደርሱ ተቀባዮች (subscribers) ነጻ ነው፤ ቁጥሩ ከዚህ የሚልቅ ከሆነ ግን የሚፈለገውን ክፍያ መፈጸም ያሻል፤
- ✓ አዲስ ዲዛይን መፍጠር ሳያስፈልግ መተግበሪው ላይ ካሉት በርካታ ቅጾች አንዱን መርጦ መጠቀም፤
- ✓ አድራሻዎችን በቀላሉ ከኤክሴል/አውትሎክ ወደ መተግበሪያ መገልበጥ ያስችላል፤
- ✓ ከላይ በተራ ቁጥር 6 በተጠቀሰው የአድራሻ ቋት ውስጥ ላሉት ኢሜይል አድራሻዎች በሙሉ መላክ (ተቀባዮች ካልፈለጉ ራሳቸውን ከዝርዝሩ ማውጣት ይችላሉ)
- ✓ የዘመቻውን አፈጻጸም በየወሩ በሚሰናዳው የዲጂታል ሪፖርት ውስጥ ማካተት፤
- ✓ ኢ-መጽሔቱ ከታተመ/ከተላከ በኋላ የአንላይን ማስፈንጠሪውን በጥምረቱ እና በአጋር አባላቱ ማሳበራዊ ሚዲያዎች ላይ መለጠፍ፤
- ✓ የበፊት ኅትመቶች (archives) በጥምረቱ ድረ-ገጽ ላይ ላይ እንዲቀመጡ ማድረግ፤

14. የሚዲያ ግንኙነት - ጋዜጣዊ ገለጻ (press conference/presser) እና ጋዜጣዊ መግለጫ (press release)

በስትራቴጂው ላይ እንደተመለከተው፤ በክልል ደረጃ በሚካሄዱ 12 የአገራዊ ምክክር ግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች ጎን ለጎን ጋዜጣዊ ገለጻዎች ይዘጋጃሉ፡፡ የዚህ ምክንያትም እነዚህ ኩነቶች ቀልብ-ሳቢ ዜናዎችን ለመፍጠር እና ጋዜጠኞችም የተለያዩ ሰዎችን አስተያየት በአንድ ቦታ ለማግኘት ስብሰባዎቹ ምቹ አጋጣሚ ስለሚፈጥሩ ነው፡፡

ምንም እንኳ ከታች የቀረበው ምክረ-ሐሳብ እነዚህን ኩነቶች ያማከለ ቢሆንም፤ መጠነኛ ማስተካከያ በማድረግ እንደአስፈላጊነቱ ያለዕቅድ/በድንገት ለሚጠሩ ጋዜጣዊ ገለጻዎችም ጭምር ማዋል ይቻላል፡፡

14.1. መሠረታዊ ተግባራት፡ ከብዛታቸው አንጻር የሥራ ድግግሞሽን ለመቀነስ እና ሂደቱን ለማቀልጠፍ፡-

- ✓ ከጥምረቱ ብራንድ ጋር የተጣጣሙ የጋዜጣዊ ጥቆማ/ጥሪ (Media Advisory) እና የጋዜጣዊ መግለጫ (Press Release) ቅጾችን/document templates ማዘጋጀት፤
- ✓ ሁሉም ጋዜጣዊ ገለጻዎች በሚዘጋጅባቸው አዳራሾች ውስጥ ከተናጋሪዎቹ ጀርባ ያለው ቦታ ባዶ እንዳይሆን ወይም የካሜራዎቹ ዓይን የሚያርፍበት ሁለት ወይም ሦስት የቁም ባኔሮችን (pull-up banners) ማዘጋጀት፤ እነዚህንም ጋዜጣዊ ገለጻዎቹ በሚካሄድባቸው ክፍሎች ውስጥ ማቆም፤
- ✓ አብዛኞቹ የሚዲያ ድርጅቶች ኢሜይል ያላቸው እና ጋዜጣዊ ጥሪዎቹም በኢሜይል የሚላኩ እንደመሆኑ፤ በመላ ኢትዮጵያ (የክልል መንግሥታትን ሚዲያዎች እና በክክል ከተሞች ወኪል ያላቸውን ጨምሮ) ያሉ ሚዲያዎችን የተቋም ስም፣ የአዘጋጅ ስም፣ የአሳይንመንት ኤዲተሮች³ ስም፣ የተቋሙን እና የግለሰቦችን የስልክ ቁጥሮች እና የኢሜይል አድራሻዎችን ማሰናዳት፤ (በተራ ቁጥር 6.4 የተጠቀሰውን ይመለከታል) ፤

14.2. ቅድመ-ኩነት፡- የዝግጅት/መሰናዶ ተግባራት ከኩነቱ ቢያንስ አንድ ሳምንት አስቀድሞ የሚጀምር ሲሆን፤ የሚከተሉትን ዐበይት ተግባራት ያካትታል፡-

- ✓ ሰለንዳ/Logistics:-
- ✓ መለስተኛ አዳራሽ/Syndicate Room:- ከላይ እንደተጠቀሰው ጋዜጣዊ ገለጻዎቹ ከዋናው ጉባኤ (ወይም ከሌሎች ዐበይት ኩነቶች) ጎን ለጎን (on the sidelines) የሚዘጋጁ እንደመሆኑ፤ የአዳራሽ አገልግሎት ግዢው ከዋናው አዳራሽ አቅራቢያ/አጠገብ ያለ እና እስከ 25 ሰዎች ማስተናገድ የሚችል አንድ ተጨማሪ ክፍልን ሊያካትት ይገባል፡፡ ይህም በጠዋቱ የሻይ ዕረፍት ጊዜ ቢበዛ ለ30 ደቂቃ ገለጻ የሚሰጥበት ይሆናል፡፡
- ✓ አመቺ ቀን:- ከፍተኛ አንባቢ ያላቸው የጋዜጣ ጎትመቶች የሚወጡት በሰንበታት ስለሆነ፤ የዝግጅቱን ቀን በተቻለ አቅም ወደ ሳምንቱ ማገባደጃ ማስጠጋት፤ ምክንያቱም ለምሳሌ ከሰኞ እስከ ረብዕ ባሉት ቀናት ቢካሄድ የብሮድካስት ሚዲያዎቹ አስቀድመው ስለሚዘገቡት በሰንበታት የሚወጡት ጋዜጦች ደግሞ ዜናው ስለሚያረጅባቸው አይዘገቡትም፡፡ ይህም የሽፋን መጠኑን ስለሚቀንሰው፤ ሐሙስ (ዐርብ የጾም ቀን ስለሆነ) እጅግ ይመረጣል፡፡
- ✓ ሌሎች ግብአቶችን በተመለከተ ቁጥር 16ን ይመለከታል፡፡
- ✓ ጥሪ:- ጋዜጣዊ ጥቆማውን ከ3 ቀናት በፊት በኢሜይል መላክ፤ ለእያንዳንዱ ተቋም የስልክ ጥሪ በማድረግ መሳተፍ ስለአለ/መቻላቸው ማረጋገጥ፤ ጥያቄዎች ካሉም ማብራሪያ መስጠት ያሻል፡፡ ኢሜይል የማይጠቀሙ ሚዲያዎች ካሉ ጥቆማውን በፋክስ ወይም በአካል በድብዳቤ ማድረስ፤
- ✓ የጋዜጣዊ ገለጻው አቅራቢዎች/Panelists: - ቅስቀሳው ወይም መልእክቱ የአንድ ወገን/የጥምረቱ ብቻ እንዳይመስል፤ ከጥምረቱ/ከትምራን አንድ ተወካይ በተጨማሪ ሁለት ሰዎችን መመልመል፤ እነዚህም እንደሁኔታው የኮሚሽኑ አመራር፤ የሰብሰባው አወያይ፤ የአካባቢው አስተዳዳሪ፤ የጥምረቱ አጋር፤ በአካባቢው የሚታወቅ የማኅበረሰብ

ድርጅት ተወካይ፣ የጥምረቱ ብራንድ አምባሳደር፣ ወይም ተጋባዥ ክቡር እንግዳ (VIP) ሊሆኑ ይችላል።

- ✓ ጋዜጣዊ መግለጫ፡- ከገለጸው ጋር አብሮ የሚበተን ጋዜጣዊ መግለጫ የሚዘጋጅ ሲሆን፤ ይህም፡-
- ✓ ከአንድ ገጽ ያልበለጠ፤
- ✓ በፀማርኛ እና ኩነቱ በተዘጋጀበት ክልል የሥራ ቋንቋ (አዲስ አበባ ሲሆን ግን በእንግሊዝኛ ጭምር) ማዘጋጀት፤ ለዚህም በቅድሚያ የትርጉም አገልግሎት ማመቻቸት፤
- ✓ በሐተታው መጨረሻ ላይ በኩነቱ መሳተፍ ያልቻሉ ጋዜጠኞች እንደ ቀጥታ ጥቅስ መጠቀም የሚያስችሏቸውን፤ የጥምረቱ ተወካይን እና ከውጭ የተመረጡትን ገለጻ አቅራቢን የጥቅስ ንግግር ማካተት፤ ለዚህም ሙሉ የመግለጫውን ረቂቅ አስቀድሞ በመላክ የግለሰቦቹን ይሁንታ መቀበል፤
- ✓ ንግግሮች፡-
- ✓ በጋዜጣዊ ገለጻው ላይ የሚሳተፉት አቅራቢዎች ሐሳባቸውን በጠራ ሁኔታ እንዲያቀርቡ፤ መናገር ስላለባቸው እና/ወይም ስለሌለባቸው ጉዳዮች፤ ብሎም ምናልባት የሚነሱ ጥያቄዎችን ከነመልሶቻቸው የያዘ የገለጻ ነጥቦችን (press lines) ማዘጋጀት እና መስጠት፤ አስፈላጊ ሲሆንም ማለማመድ፤

3 አሳይንመንት ኤዲተር ማለት ለሚዲያው የሚመጡ ጥሪዎችን እና ጥቆማዎችን ተቀብሎ ጋዜጠኞችን የሚመድብ ሓላፊ ነው። በተለይ በብሮድካስት ድርጅቶች ውስጥ የካሜራ እጥረት ስላለ ለዝግጅቱ ስኬት የእነዚህን ግለሰቦች አድራሻ መያዝ እጅግ ጠቃሚ ነው።

- ✓ ስብሰባውን በንግግር የሚከፍቱ ተጋባዥ እንግዶች (አብዛኛውን ጊዜ በከፍተኛ ባለሥልጣናት እንደሚጠየቀው) የመክፈቻ ንግግር ጽሑፍን አዘጋጁ/ጥምረቱ እንዲያሰናዳላቸው የሚጠይቁ ከሆነ ይህንኑ ማዘጋጀት፤

14.3. ዕለተ-ኩነት

- ✓ ጋዜጣዊ ገለጻውን ማካሄድ፡- የጋዜጣዊ ገለጻው አሰጣጥ አቅራቢዎቹ ስለ ዓላማው በጥቅሉ ካብራሩ በኋላ፤ መድረኩን ለጥያቄ ክፍት በማድረግ ምላሽ ይሰጣሉ። የቃል ገለጻው ከተጠናቀቀ በኋላ አንድ ለአንድ ቃለ መጠይቅ ለማድረግ የሚፈልጉ ጋዜጠኞች ካሉ በዚሁ አግባብ የሚመቻች ሲሆን፤ በሁለቱም አሠራሮች ላይ የጥምረቱ የተግባብ ባልደረባ ተገኝቶ ሁሌንም ምልልሶች በመቅረቡ-ድምፅ ሊቀዳ ይገባል፤ ይህም ተጠያቂው ያልተናገረውን በማዛባት እና በመለወጥ የቀረበ ዘገባ ቢኖር፤ በማስረጃ ለማስተባበል እንዲቻል ነው።
- ✓ ጋዜጣዊ መግለጫን ማሠራጨት
- ✓ በገለጻው ለተሳተፉት በወረቀት የታተመ አንድ ቅጂ ይታደላል፤

- ✓ ለተሳተፊትም ሆነ ላልተሳተፊት (በሚዲያ አድራሻ ቋት ውስጥ ላሉት በሙሉ) ከምስጋና መልእክት ጋር ጋዜጣዊ መግለጫውን ከጥቂት ፎቶዎች ጋር ዕለቱን (ከቀትር በፊት) በኢሜይል መላክ፤
- ✓ ጋዜጣዊ መግለጫውን፣ ፎቶዎችን፣ እና አጭር ቪዲዮውን በድረ ገጹ እና በማኅበራዊ ሚዲያ ገጾች ላይ መጫን፤
- ✓ ስነ-ምግባር/Documentation:- ዋናውን ስብሰባ ጨምሮ ፎቶዎችን፣ አጭር ቪዲዮዎችን (መክፈቻ ንግግሩን ጨምሮ ከ5 ደቂቃ ያልበለጠ) እንዲሁም የተሳታፊ ጋዜጠኞችን ዝርዝር (ስም፣ አድራሻ) መሰነድ፤

14.4. ድገረ-ኩነት

- ✓ የተሳታፊዎችን አድራሻ ወደ አድራሻ ቋቱ ውስጥ መገልበጥ፤
- ✓ የሚዲያ ክትትል
- ✓ እስከ ቀጣዮቹ 7 ቀናት ድረስ ኩነቱን የዘገቡ ሚዲያዎችን መከታተል፤
- ✓ የተሳሳተ፣ የተጣመመ ወይም ዕለታዊ ዘገባ ካለ፣ ዕርግት እንዲሰጥበት ወዲያውኑ ለሚዲያ ተቋሙ በደብዳቤ ማድረስ እና መከታተል፤ የዘገባው ይዘት እጅግ ጎጂ ከሆነ እና ሚዲያው ለማረም ካልፈለገ፣ መደበኛ የሕግ ሂደቶችን መከተል እንደተጠበቀ ሆኖ በሌሎች ጋዜጠኞች ላይ ለአዘጋጁ በሚል (letter-to-the-editor እና OP-ED) አሊያም በክፍያ/በማስታወቂያ መልክ ያለመዘገየት እንዲወጣ ማድረግ፤
- ✓ ይህንንም በጥምረቱ ማኅበራዊ ሚዲያዎች ጭምር መናኘት፤
- ✓ ለእያንዳንዱ ኩነት የሚዲያ ሽፋን ሪፖርት ማዘጋጀት፤ ይህም አርእስቱን፣ የአንላይን ማስፈንጠሪያውን፣ ጊዜውን፣ እንዲሁም ስለ አዘጋገባቸው የሚያብራራ አጭር ሐተታን የያዘ ሲሆን፣ ይህም ለጥምረቱ አመራሮች እና በጋዜጣዊ ገለጻው ላይ በአቅራቢነት ለተሳተፊት ጭምር ይላካል፡፡

15. የሚዲያ ግንኙነት - አሳታፊ የሬዲዮ ዝግጅቶች

ይህ አውታር፣ ከቁጥር 9. የኤሌክትሮኒክ የሕዝብ አስተያየት መስጫ/መምረጫ (E-Polls) እና ከቁጥር 16. የአገራዊ ምክክር ግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች ጋር በሚደገገም አኳኋን የሕዝብ አስተያየትን ለመሰብሰብ ብሎም ጥምረቱን ለመላው ሕዝብ (ይልቁንም ለመላው ኢትዮጵያዊ ሴቶች) ማስተዋወቅ የሚቻልበት ዘዴ ነው፡፡

በዚህ አኳኋን ቢያንስ 5 (አቅም ከፈቀደ 12) የሬዲዮ ፕሮግራሞች የሚዘጋጁ ሲሆን፣ እነዚህም እያንዳንዳቸው ከ45 እስከ 60 ደቂቃ የሚፈጁ ሲሆን፣ በፕሮግራሙ አቅራቢ/presenter እና በአንድ የጥምረቱ ተጋባዥ እንግዳ መካከል ስለ ፕሮግራሙ ውይይት ከተካሄደ በኋላ አድማጮች የሚሳተፉበት ነው፡፡

15.1. ደጋፊ ቴክኖሎጂዎች:- ፕሮግራሞቹን ለማከናወን በቅድሚያ የሚከተሉት ደጋፊ ቴክኖሎጂዎች ይሟላሉ፡፡

- ✓ አዎቤ የስልክ መስመር፡- አዎቤ የስልክ ጽሑፍ መልእክቶችን (SMS) ለመቀበል/ለመላክ የሚያስችል፤ ለተሳታፊ አድማሮች ከክፍያ ነፃ የሆነ እና ባለአራት አገዛ አዎቤ የስልክ ቁጥርን (short code) ብዙ ደንበኞች ካሉት ከኢትዮ-ቴሌኮም መግዛት፤
- ✓ መስመሩ በዋናነት የሬዲዮ ፕሮግራሞች አድማሮች ያለክፍያ የሚልኳቸውን መልእክቶች ለመቀበያ የሚውል ቢሆንም እንዳስፈላጊነቱ በሚሊዮኖች ለሚቆጠሩ ሰዎችም መላክ ያስችላል፤
- ✓ ለወጪም ሆነ ለገቢ መልእክቶች ክፍያውን የሚፈጽመው ጥምረቱ ነው፤
- ✓ ኢትዮ ቴሌኮም የደንበኞቹን ዝርዝር መረጃ ስለሚይዝ (ለምሳሌ በተወሰነ ክልል/ከተማ የሚኖሩ ዕድሜያቸው ከ35 ዓመት በላይ የሆናቸው ሴቶችን ብቻ) ፤ ይህንኑ መሠረት በማድረግ የስልክ ቁጥሮችን ጠይቆ በማግኘት፤ አዎቤ የጽሑፍ መልእክቶችን ታላሚ ለተደረጉት ተደራሲያን/audiences ብቻ እንዲደርስ ማድረግ ይቻላል፤ አካሄዱ ወጪንም ይቆጥባል፤
- ✓ የመረጃ ጥንቅር አከናዎኝ፡- በአዎቤ የጽሑፍ መልእክት መስመሩ የሚመጡትን በርካታ አኃዛዊ (quantitative) እና ገለጻዊ (qualitative) ግብረ-መልሶችን፤ በሶፍትዌር ታግዞ በእየ ዘርፋቸው የመሰደር እና የመተንተን ሥራ የሚያከናውን፤ በመሰል አገልግሎትም ተጨባጭ ልምድ ያለውን የመረጃ አጠናቃሪ ድርጅት መቅጠር፤

15.2. ቅድመ-ዝግጅት

- ✓ ለዝግጅቱ የሚመረጡት ሬዲዮ ጣቢያዎች፤ አገር-አቀፍ ተደራሽነት ካለው አንድ ጣቢያ (ለምሳሌ የኢትዮጵያ ሬዲዮ ብሔራዊ አገልግሎት) ይልቅ፤ በአካባቢው ቋንቋ የሚዘጋጁ እና በአካባቢው ሕዝብ ዘንድ ከፍተኛ ተደማጭነት ያላቸውን የግል/የመንግሥት/የማኅበረሰብ የኤፍ/ኤም ጣቢያዎችን መጠቀም ያሻል፤ በዋጋም ረገድም አንጻራዊ ቅናሽ አላቸው፡፡
- ✓ በአነስተኛ ደረጃ 5 ፕሮግራሞችን (አዲስ አበባ፣ አማራ፣ ኦሮሚያ፣ ትግራይ፣ እና ሶማሌ) ፤ በቂ በጀት ካለ ደግሞ በ12ቱም ክልሎች ካሉ አካባቢያዊ ሬዲዮ ጣቢያዎች ከእያንዳንዳቸው የአንድ ሰዓት አየር ጊዜ ግዢ ማከናወን፤
- ✓ ምንም እንኳ እንደየአካባቢው ሕዝብ ልማድ ሊለያይ ቢችልም፤ ዝግጅቱ የሚተላለፍበትን ሰዓት ከሥራ ሰዓት ውጪ እና ቤተሰብ በሚሰበሰቡበት አመሻሽ (ከቀኑ 11:00 እስከ ምሽቱ 1:00) ላይ ማድረግ፤
- ✓ የሬዲዮ ዝግጅቶቹን በክልል ደረጃ ከሚካሄዱ የግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች ዝግጅት ጋር በማስተሳሰር አንድ ሳምንት አስቀድሞ ማካሄድ፤ በዚህም ለጉባኤዎቹ የሚሰበሰበውን ግብአት ከፍ ማድረግ እንዲሁም የሕዝቡን ተሳትፎ እና ተነሣሽነት ማሟላት (creating a communications buzz) ፤
- ✓ ፕሮግራሙ ከሚተላለፍበት ቀን በፊት በዚያው ጣቢያ እና በጥምረቱ አውታሮች አማካኝነት ተከታታይ ማስታወቂያዎችን ማስተላለፍ እንዲሁም አድማሮች በተጋባዥ

እንግዳው እንዲመለስላቸው የሚፈልጓቸውን ጥያቄዎች በአጭራ መስመሩ አስቀድመው እንዲልኩ መቀስቀስ፤

15.3. የሬዲዮ ፕሮግራሞቹ ይዘት

- ✓ ፕሮግራሙ እንደ ስሙ «አሳታፊ ውይይት» ስለሆነ፤ የውይይቱ አጀንዳዎች በአጭራ የስልክ መስመሩ ከሕዝቡ ተሰብስበው የሚጠናቀሩ ናቸው፤
- ✓ ተጋባዥ እንግዳ የሚሆኑት አንድ ወይም ሁለት ግለሰቦች በተቻለ አቅም አንድ የምክክር ኮሚሽኑ ኮሚሽነር እና/ወይም ስለ አገራዊ ምክክር ሞያዊ ብቃት ያላት ጥምረቱ የሚወክላት ሴት ሊሆኑ ይገባል፤ ተጋባዦቹ የግድ በስቴዲዮው/በአካል መገኘት ሳይገባቸው በስልክ ግንኙነት ካሉበት ሆነው መሳተፍ ይችላሉ፤ የአካባቢውን ቋንቋ መናገር ለሚችሉት ቅድሚያ መስጠት ያሻል፡፡
- ✓ በአቅራቢው እና በተጋባዥ እንግዳ/ዎቹ መካከል አጭር ውይይት ከተደረገ እና፤ ተጋባዥ ባለሞያዎ/ዎቹ አስቀድሞ ከሕዝብ የቀረቡትን ጥያቄዎች ከመለስ/ሱ በኋላ (በአጠቃላይ 20-30 ደቂቃ) አድማጮች በሁለት መንገድ ይሳተፋሉ፡፡
- ✓ በቀረበው ፕሮግራም እና ስለ አገራዊ ምክክሩ በጥቅሉ ወደ ስቴዲዮው ስልክ እየደወሉ ንግግራቸው በቀጥታ አየር ላይ የሚተላለፍበት የአስተያየት/የጥያቄ ክፍለ-ጊዜ (15-30 ደቂቃ) ፤ እንዳስፈላጊነቱም ተጋባዥ እንግዳዎች ተጨማሪ ምላሽ/አስተያየት ይሰጣሉ፤
- ✓ ወደፊት በሚመረጡ ርእሰ-ጉዳዮች ላይ የሕዝብ አስተያየት/እርካታን ለመሰብሰብ/ለመመዘን ያለው ውሳኔ ምርጫ (close ended questions) ያላቸውን አንድ ወይም ሁለት ጥያቄዎችን በማንበብ፤ አድማጮች ከቀረቡላቸው አማራጮች ውስጥ ምላሻቸውን የሚወክሉ ተጓዳኝ የፊደል ምልክቶችን በአጭራ መስመሩ በስልክ እንዲልኩ ይጠየቃሉ፤

15.4. ስነዳ

- ✓ ውጤት፡- በፕሮግራሙ ሂደት በሁለት ዙር የቀረቡት የሕዝብ ጥያቄዎች እና የምረጥ ጥያቄዎች በተጠቀሰው ቴክኖሎጂ አማካኝነት ተሰድረው እና ተተንትነው ለጥምረቱ የሚቀርቡ ሲሆን፤ ስለ ውጤቶቹም የዜና ዘገባ በመሥራት የሬዲዮ ጣቢያው እንዲያስተላልፈው ማድረግ፤ በጥምረቱ ዲጂታል ፕላት ፎርምትም ላይ መናኘት፤
- ✓ አየር ላይ የዋለው ፕሮግራም በመቅረብ-ድምፅ ተቀድቶ ይቀመጣል፤

16. ኩነት - የአገራዊ ምክክር ግንዛቤ ማስጨበጫ ጉባኤዎች

ከዚህ በታች የቀረቡት ምክረ ሐሳቦች በዋናነት ያነጣጠሩት በ12 ክልሎች ለማካሄድ በዕቅድ በተያዙት 62 ጉባኤዎች ቢሆንም፤ ከመጠነኛ ማስተካከያ ጋር ለሌሎችም መሰል ኩነቶች ይሆናሉ፡፡

16.1. መሠረታዊ ተግባራት

- ✓ ለእያንዳንዱ ኩነት በተናጠል ከሚደረገው ዝግጅት በፊት፣ ለሁሉም ኩነቶች የጋራ የሆኑ ሥራዎችን መለየት እና ማቀድ ያሻል። እነዚህም፡-
- ✓ ዝቅተኛ መስፈርት፡- የሰብሰባ አዳራሾችንና ተያያዥ አቅርቦቶችን (facilities) ዝቅተኛ መስፈርት ማውጣት፣ መስፈርቱ በክልል ያሉ ገጠር-ቀመስ የመሰብሰቢያ ሁኔታዎችን ከግምት ማስገባት ቢኖርበትም፣ እንደ መጻዳጃ እና አደጋ ማምለጫ የመሳሰሉ ነገሮች ላይ በቂ ትኩረት ሊሰጥ ይገባል።
- ✓ ለምሳሌ የመቀመጫ ብዛት፣ የመድረክ ሥራት፣ ለፓወር ፖይንት ገለጻ የሚያመኝ ሰሌዳ እና ፕሮጀክተር፣ ለጋዜጣዊ ገለጻ የሚሆን በአጠገብ/አቅራቢያ ያለ አነስተኛ አዳራሽ (syndicate room)፣ የመኪና ማቆሚያ፣ ጥበቃ፣ መጻዳጃ፣ የአደጋ ጊዜ መውጫ በሮች፣ ለአካል ጉዳተኞች አመቺነት፣ አቅርቦቶች (የድምጽ ሲስተም፣ ጀነሬተር፣ ሙቀት/ንፋስ መቆጣጠሪያ፣ ብርሃን፣ ወዘተ) ፣ መስተንግዶን የሚያካትት ከሆነ (የሻይ እና የሃሳ ማቅረቢያ አዳራሽ/ክፍል) እና ሌሎችንም፣
- ✓ ለወጪ ተኮናታሪ የሚሰጡ አገልግሎቶችን መለየት
- ✓ የፓኬጅ አገልግሎት፡- የሰብሰባ አዳራሾችን ጨምሮ በተለያዩ ከተሞች ቅርንጫፍ ካላቸው ሆቴሎች ጋር የፓኬጅ አገልግሎት መደራደር እና መስማማት (ምንም እንኳን ጉባኤዎቹ በሚደረግባቸው ከተሞች ሁሉ ቅርንጫፎች ላይኖራቸው ቢችሉም)፣
- ✓ ኢ-ክፍያ፡- በተራ ቁጥር 1.1 እና 1.4 እንደተጠቀሰው፣ ለተሳታፊዎች የውሎ አበል እና መጓጓዣ ወጪዎችን የመክፈል አሠራር ተግባራዊ ቢደረግ፣ ከተከፋዮቹ ብዛት እና ከሥራው ጫና አንጻር፣ የኢ-ክፍያ አሠራርን መተግበር ስለሚጠቅም፣ ይህንኑ አገልግሎት አቅራቢ መምረጥ፣
- ✓ ጥሪ፡- ዝግጅቶቹ በየሚካሄዱባቸው ከተሞች የግዴታ በደብዳቤ ለሚጠሩት ደብዳቤዎችን ለማድረስ፣ እንዲሁም የከተማው ነዋሪ እንዲሳተፍ ለመቀስቀስ የጎዳና ማስታወቂያ ልፈፋን በተመለከተ፣ ከዋጋ እና ከቅልጥፍና አንጻር እነዚህን አገልግሎት ሰጪዎች ከነዚያው ከተሞች ካሉ ድርጅቶች መምረጥ የሚቻልበትን አሠራር መዘርጋት፣
- ✓ አስተርጓሚ፡- የአካባቢው የሥራ ቋንቋ ከፀግርኛ የተለየ ከሆነ ቀጥታ አስተርጓሚ (Interpreter) መቅጠር፣
- ✓ በአካባቢው የታወቀ መድረክ አስተዋዋቂ መቅጠር (Master of Ceremony - MC)
- ✓ አዳራሽ ማስዋብ እና ጽዳት

16.2. ቅድመ-ዝግጅት

በዚህ ምዕራፍ ላይ ለእያንዳንዱ ኩነት የሚደረጉት ቅድመ-ዝግጅቶች ከሞላ ጎደል የሚከተሉት ናቸው፡-

- ✓ ሰብሰባን ማሳወቅ (በተለምዶ ፈቃድ)፡- በተለይ በክልሎች በሚካሄዱ ጉባኤዎች ላይ፣ ሕዝባዊ ጥሪ ከመተላለፉ በፊት ለሚመለከታቸው ባለሥልጣናት ዓላማውን፣ ቀኑን፣ እና ቦታውን በመጥቀስ የሚያሳውቅ፣ ብሎም የፖሊስ የጥበቃ አገልግሎት የሚጠይቅ ደብዳቤ ማስገባት፣ ምላሹንም መከታተል፣

- ✓ የተሳታፊዎች ጥሪ፡- የአዳራሽ መቀመጫ አቅምን ባገናዘበ ሁኔታ፤ ሁለት ዓይነት ተሳታፊዎች
- ✓ ይኖራሉ፡-

- ✓ በልዩ/በደብዳቤ የሚጋበዙትን ሰዎች ስም እና አድራሻ ዝርዝር ማዘጋጀት፤ ቀጥሎም የጥሪ ኢሜይል ወይም በደብዳቤ መላክ፤ ለእነዚህ አካላት በቁጥራቸው ልክ ለብቻ የተከበረ/የተጠበቀ (reserved) መቀመጫ መኖር አለበት፤ ስብሰባውን በንግግር የሚከፍቱ የክቡር እንግዶች ጥሪም በዚህ ሥር ይካተታል፡፡
- ✓ በጎዳና ልፈፋ የተጠሩ እና በፈቃደኝነት የሚሳተፉ የከተማው ነዋሪዎች፤ በቀሩት መቀመጫዎች አቅም ልክ ይስተናገዳሉ፡፡
- ✓ የኖቅ-ለኖቅ ስብሰባ (e-meeting) ፡- እንዳስፈላጊነቱ ሰዎች ባሉበት ቦታ ሆነው በአንላይን መሳተፍ ቢኖርባቸው፤ (ማለትም ንግግራቸው እና ምስላቸው በአዳራሹ እየተላለፈ እነሱም የአዳራሹን ሂደት የሚከታተሉበት) ለዚህ የሚያስፈልጉ ቁሳቁሶችን (ድምፅ ማጉያ፣ ሳውንድ ቦክስ፣ ማይክራፎን፣ወዘተ) ከተዛማጅ የኮምፒውተር ሶፍት ዌር ጋር የሚያስተሳስር ሥርዓትን መዘርጋት፤ ከስብሰባው ቀን አስቀድሞም መፈተሽ፤
- ✓ ፍተሻ፡- ከጉባኤው ቀን አስቀድሞ ከላይ በተጠቀሰው ዝቅተኛ መስፈርት አማካኝነት ጠቅላላ ፍተሻ እና ሙከራ ማካሄድ፤

16.3. ዕለተ-ጉባኤው

- ✓ ስነዳ
- ✓ የመክፈቻ ንግግሮቹን እና የተመረጡ ክፍለ-ጊዜዎችን በቪዲዮ መቅረጽ፤ እና ፎቶ ማንግት፤
- ✓ ሙሉውን ሥነ-ሥርዓት በመቅረጽ-ድምጽ መቅዳት፤ ይህም የጉባኤውን ሂደት በአጭር የሚብራራ ባለ አምስት ገጽ ድርጅት (synopsis/summary) ለማዘጋጀት ያግዛል፤
- ✓ የሚዲያ ግንኙነት (ቁጥር 14.3ን ይመለከታል)