

القسم 1: تحديد الأهداف

وعندما تبحثون عن شركاء أو متعاونين، اسعوا إلى تكوين المزيج الصحيح. سوف تحظى حملة شبيهة بحملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر تبدأ بي» بجهات فاعلة متنوعة ومتحدة للقضاء على المalaria. وإشراك أنواع مختلفة من الشركاء سيوسع نطاق المهارات والمعرفة والتأثير والموارد المتوفرة لدعم الحملة، ويتيح لها أن تصل إلى جماهير وشبكات جديدة. ومن خلال إشراك شركاء مجتمعيين وسياسيين رفيعي المستوى على سبيل المثال، ستتمكن الحملة من تعزيز التدخلات المعنية بتغيير السلوك وتؤثر على القرارات المتعلقة بالسياسات على الصعيد الوطني في آن واحد.

كذلك، يحتمل أن يكون هناك حملات صحية أخرى ناشطة في بلدكم. قد يكون مفيداً توحيد القوى، إن أمكن، وتبادل الخبرات معهم. وفي نهاية المطاف، لا ينبغي بالذات إلى تحسين الشؤون الصحية أن ينظروا بعضهم إلى بعض من ناحية تنافسية، بل أن يسعوا إلى العمل معاً إزاء تحقيق الهدف النهائي الكامن في سكان يتمتعون بصحة أفضل.

سوف تختلف الطرائق التي تتبعونها في إشراك شركاء محتملين حيث أن أحداثاً شأن عقد المؤتمرات وإقامة الاحتفالات باليوم العالمي لمكافحة المalaria وأحداثاً أخرى يمكنها أن توفر فرصة للقاء آخرين يعملون على قضية المalaria. فحين تمنح لكم فرصة لمناقشة أفكارهم بشأن قضيتكم المختارة، احرصوا على طرح أسئلة مفتوحة تتيح لهم أن يشرحوا آراءهم، بدلاً من توجيه إجاباتهم من خلال أسئلة مغلقة (مثلاً: «ما رأيك بالسياسات الراهنة المتعلقة بشراء العقاقير؟» مقابل «هل ينبغي بنا تغيير السياسات المتعلقة بشراء العقاقير؟»).

وإذا كنتم تجتمعون بصاحب مصلحة للمرة الأولى، قد ترغبون بمعرفة المزيد عن اهتماماته ومواءمته ونفوذه وقدرته على المشاركة [أنظروا أداة تحليل أصحاب المصلحة، الوحدة 1] لتحديد موقفه قبل أن تعرضوا عليه الشراكة. وفيما تكون مجموعة من الأفكار والآراء مرحباً بها في التحالف، تريدون ضمان أن يكون لدى الشركاء رؤية بشأن خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر.

اختيار الأهداف:

ماذا ستحقق الحملة؟

قد يكون ثمة حاجة للقيام بالعديد من التغييرات للقضاء على المalaria، ويحتمل أن يكون لديكم الآن فكرة عن التغييرات المحددة التي تستطيع حملتكم استهدافها. فعندما تحددون، خذوا في الاعتبار استخدام أداة SMART أدناه مستخدمين اللغة الملائمة، كما أن توضيح أهدافكم بشكل جيد سوف يرسى أسس الحملة الناجحة. وما أن تحققوا هذه الأهداف، يمكنكم أن تضيفوا إليها لاحقاً أهدافاً جديدة تكون أكثر طموحاً.

مع الأخذ بالاعتبار مشكلة ما، تكونون مستعدين لاختيار الأهداف لحملتكم. سيساعدكم هذا القسم في تحديد ما تريدون تحقيقه، معرفة من تحتاجون إليه للعمل معه، كيف ستشجعون في العمل، وما هي الرسائل التي يمكنكم استخدامها للتأثير على القرارات.

من الأدلة إلى السياسات

بعد بحث المسألة وتحديد كيفية احتمال تسبب بعض التغييرات بمنافع كبيرة، قد يبدو المضي قدماً واضحاً بشكل مخادع. لكن كما لاحظتم دون أدنى شك، يتطلب تغيير السياسات أكثر من فكرة جيدة، وغالباً ما تكون الروابط بين الأدلة ووضع السياسات معقدة.

التشاور: العمل مع أصوات أخرى

قبل تحديد استراتيجيتكم والقيام بالعمل، قد يكون من المفيد التشاور مع بعض أصحاب المصلحة الذين حددتموهم أو مع أشخاص آخرين يعملون في حملات مناصرة مشابهة. ويمكن أحد العوامل الرئيسية لإنجاح الحملات في توحيد جهات فاعلة مختلفة في رؤية مشتركة. كما أن العمل باكراً مع أفراد أو منظمات قد ترغبون بالتشارك معهم هو أمر حاسم لإحراز النجاح.

كذلك، سيساعدكم لقاء الآخرين في النظر في المشكلة من منظور جديد وفهم كيفية رؤية الآخرين للقضية. قد توافقونهم الرأي أو تختلفون معهم في الرأي، لكن من المهم معرفة ما يعتقد الآخرون. ويحتمل أن ينتج عن هذه الاجتماعات معلومات مفصلة بشأن الجهود الحالية المبذولة لمكافحة المalaria، أو الجو السياسي الذي يمكنه مساعدتكم في تحديد نهجكم. كذلك، قد تطلعون على أفكار أشخاص آخرين لإيجاد حلول محتملة. فبدلاً من البدء من الصفر، قد تطلعون على عمل جارٍ يمكنكم أن تبنيوا عليه.

وخلال تطويركم للحملة، سوف ترغبون بتطوير شراكات قد تكون بشكل ترتيبات رسمية أو علاقات عمل تعاونية. ستسمح الشراكات مع مؤسسات حكومية ومنظمات خارجية وشركات ومنظمات مجتمعية وأفراد بأن تحظى الحملة بتأثير أكبر في بلدكم، إذ يستطيع وجود الشركاء الملائمين أن يرفع مكانة القضية ويحولها من فكرة فرد إلى مسألة مغلقة على الصعيد الوطني. ستحظى الحملة بصوت أقوى وقدرة أكبر في التأثير على الآخرين. كما أن الشراكات تضيف المزيد من المصداقية على القضايا التي تثيرونها، ما يمنح الحملة المزيد من الشرعية. ومن خلال الشراكات، تستطيع الحملة في نهاية المطاف أن تحشد «عدداً كبيراً» من الأفراد خلف القضايا، ما يجعل تحقيق التغيير أكثر سهولة.