



مجموعة أدوات حملة خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي



مجموعة أدوية حملة خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي



قائمة المحتويات

4	الأسماء المختصرة
5	شكر وتقدير
6	تمهيد
7	مقدمة
7	المستخدمون والاستخدامات
7	تصميم مجموعة الأدوات
8	أسئلة متكررة (FAQ)
9	دليل لبداية سريعة
9	تعهد «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي»
9	بيان صحفي
9	تعزير الحملة على وسائل التواصل الاجتماعي
9	إطلاع المجتمعات المحلية على وسائل الوقاية من المalaria ومعالجتها
10	الوحدة 1: إعداد الأجنحة
10	مقدمة
11	القسم 1: لماذا خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر؟
13	القسم 2: فهم تحديات المalaria في بلدكم
22	الوحدة 2: التخطيط والتشاور
22	مقدمة
23	القسم 1: تحديد الأهداف
25	القسم 2: التوجه إلى وضع خطة عمل
29	أدوات إضافية

30	الوحدة 3: المشاركة السياسية
30	مقدمة
31	القسم 1: دور الدعم السياسي للقضاء على الملاريا
32	القسم 2: أدوات المشاركة السياسية
39	الوحدة 4: إشراك القطاع الخاص
39	مقدمة
40	القسم 1: دور القطاع الخاص في القضاء على الملاريا
41	القسم 2: أدوات إشراك القطاع الخاص
52	الوحدة 5: إشراك المجتمعات المحلية
52	مقدمة
53	القسم 1: إشراك المجتمعات المحلية من أجل خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر
54	القسم 2: أدوات إشراك المجتمعات المحلية
59	الوحدة 6: إبراز الحملة
59	مقدمة
60	القسم 1: إنشاء تغطية إعلامية
61	القسم 2: أدوات إشراك وسائل الإعلام وإبرازها
66	الوحدة 7: الرصد والتقييم
66	مقدمة
66	القسم 1: الرصد والتقييم من أجل حملات المناصرة
68	القسم 2: أدوات الرصد والتقييم



الأسماء المختصرة

المركبات العلاجية القائمة على مادة الأرتيميسينين	ACTs
تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا	ALMA
الاتحاد الأفريقي	AU
الاتصال من أجل تغيير السلوك	BCC
حملة التعجيل بخفض وفيات الأمهات في أفريقيا	CARMMA
الاستراتيجية الفنية العالمية بشأن الملاريا لفترة 2016 - 2030	GTS
إدارة التنمية الدولية	DFID
الاستقصاء الديمغرافي والصحي	DHS
الشبكة الإعلامية الغانية للدعوة بشأن الملاريا	GMMAN
الناموسيات المعالجة بمبيدات الحشرات	ITN
العلاج الوقائي المتقطع في حالات الحمل	IPTp
الرش الموضعي للأماكن المغلقة	IRS
المكافحة المتكاملة للحشرات الناقلة للأمراض	IVM
الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية الرصد والتقييم	LLIN
العمل على نطاق واسع لمكافحة الملاريا	M&E
إعطاء الأدوية على نطاق واسع	MAAM
استقصاء مؤشر الملاريا	MDA
وزارة الصحة	MIS
منظمة غير حكومية	MoH
البرنامج الوطني لمكافحة الملاريا	NGO
الخطة الاستراتيجية الوطنية لمكافحة الملاريا	NMCP
تحليل سياسي واقتصادي واجتماعي وتكنولوجي	NMSP
مبادرة رئيس الولايات المتحدة بشأن الملاريا	PEST
إعلان الخدمة العامة	PMI
فحص التشخيص السريع	PSA
الاتصال من أجل التغيير الاجتماعي والسلوكي	RDT
أهداف محددة وقابلة للقياس وممكنة التحقيق وهامة ومحددة زمنياً	SBCC
الوقاية الكيميائية من الملاريا الموسمية	SMART
الأمم المتحدة	SMC
منظمة الصحة العالمية	UN
	WHO

شكر وتقدير

تود مفوضية الاتحاد الأفريقي وشراكة القضاء على الملاريا أن تعربا عن شكرهما لماثيو بوسليغو على صياغته هذا التقرير ولزينا سكانلون وباسين دجيبو ومايلا با لدعمهم له.

ونود أن نشكر أيضاً جميع أعضاء اللجنة المعنية بالشراكة الاستراتيجية التابعة لشراكة القضاء على الملاريا وشركاءها على مساهماتهم، بمن فيهم ميتشال فيشمن، روبرت فالادس، ليزا غولدمن - فان نوستراندي، سليمة عبد الغفور، تواندا تشيسانغو، أمينة فقير - نيبيلر، كايت ويلس، كريستينا توسونيه، هنا بيلاق، كيري راندل، كاري فرغوسون وجف تشيرتاك.

كما نعرب عن شكرنا الخاص لليونان أبوليناريو وبولين مازو على دعمهما في إعداد محتوى وحدة إشراك المجتمعات المحلية ولميلاني رنشو الرئيسة المشاركة في لجنة الشركاء المعنية بالدعم القطري والإقليمي.

يستند محتوى مجموعة الأدوات هذه على أدوات ومواد وضعت من خلال حملة صفر ملاريا! أشارك التي يقودها برنامج السنغال الوطني لمكافحة الملاريا ووزارة الصحة والعمل الاجتماعي بالشراكة مع منظمة «تكملي أفريقيا» (Speak Up Africa) وبرنامج التكنولوجيا الملائمة في مجال الصحة (PATH).

تتضمن المواد الأخرى المستخدمة في إعداد مجموعة الأدوات هذه الدلائل الخاصة بشراكة القضاء على الملاريا وهي دليل الدعوة لتعبئة الموارد من أجل مكافحة الملاريا، والاطار الاستراتيجي للاتصال من أجل التغيير الاجتماعي والسلوكي 2018 - 2030، ودليل المؤشرات المرجعي للاتصال من أجل تغيير السلوك بشأن الملاريا، إلى جانب مجموعة مراجع المناصرة الخاصة بمنظمة المياه والمساعدات (WaterAid)، مجموعة أدوات المناصرة الخاصة باليونيسف (UNICEF)، الإطار التحفيزي لوضع حد للإيدز الخاص بالاتحاد الأفريقي، الإطار الاستراتيجي العالمي بشأن الملاريا لفترة 2016 - 2030 الخاص بمنظمة الصحة العالمية، ومقال وتناكر وسميث بعنوان إعادة تصوّر الملاريا: خمسة أسباب لتعزيز مشاركة المجتمعات المحلية في قيادة حملة القضاء على الملاريا.



تمهيد

وتشمل مجموعة أدوات حملة خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي مواداً تهدف إلى مساعدة البلدان في بناء حملات ملائمة لاحتياجاتها، مع الحرص على أن تكون الحملة تحت إشراف محلي وذات صلات دولية. تتراوح الأدوات بين مساعدات في إدارة التخطيط والحملة ودلائل لزيادة مشاركة المجتمعات المحلية وإقامة شراكات جديدة.

بالتالي، تشاورت مفوضية الاتحاد الأفريقي وشراكة القضاء على malaria مع شركاء في أرجاء القارة وبحثت نماذج مبادرات تقودها أفريقيا لمكافحة malaria والتي حققت نتائج مجدية. تتضمن هذه الوثيقة الدروس المستخلصة وقد تساعد البلدان التي تسعى إلى وقف زحف malaria.

الدعم للدول الأعضاء في الاتحاد الأفريقي هو حاسم ليس من أجل نجاح هذه الحملة فحسب، بل أيضاً لجهودنا المبذولة للقضاء على هذا المرض نهائياً في أفريقيا وفي أرجاء العالم. سواء أكان القضاء على malaria أمراً مرتقباً في بلدكم أو لا يزال يبدو هدفاً بعيد المنال، فإن القيادة الأفريقية هي التي ستريح المعركة ضد هذا المرض الفتاك لكن القابل للقضاء عليه كلياً، وذلك من خلال توحيد الجهود في أرجاء البلدان والقطاعات.

خفض الإصابة بالمalaria يبدأ بي وبكم وبنا جميعاً.

الدكتور كيسيتي أدماسو،

المدير التنفيذي لشراكة القضاء على malaria

يشكل التوقف الأخير في إحراز تقدّم عالمي في مكافحة malaria مع ارتفاع عدد حالات الإصابة في أرجاء العالم للمرة الأولى منذ أكثر من عقد من الزمن، مدعاة لقلق شديد. ولأفريقيا المصلحة الكبرى في مكافحة malaria بوجود نسبة تزيد عن 90% من كافة حالات الإصابة بالمalaria والوفيات.

وبخلاف مقاومة المرض للعقاقير والمبيدات الحشرية، تكون بعض التهديدات للجهود الرامية إلى مكافحة malaria أكثر اعتيادية، منها: الرضا بالوضع القائم، الافتقار إلى منح الأولوية السياسية، وعدم إشراك المجتمعات المحلية والأعمال التجارية المتأثرة بالمalaria.

لذا، حان الوقت لإنشاء حركة جديدة للدفع نحو تطهير أفريقيا من malaria وذلك دعماً لطموح الاتحاد الأفريقي في القضاء على المرض في أرجاء القارة بحلول عام 2030. لهذه الغاية، تطلق مفوضية الاتحاد الأفريقي وشراكة القضاء على malaria مستلهمتان من المبادرات الوطنية والإقليمية على مستوى القارة بأكملها، حملة خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي لمساعدة كل بلد في تحالف فانز من أجل دحر malaria.

تسعى الحملة إلى إبقاء malaria في صدارة الأجندة السياسية، وإلى تعبئة موارد إضافية لمكافحة malaria، بما في ذلك من القطاع الخاص، وتمكين المجتمعات المحلية لتولي زمام الوقاية من malaria وتوفير الرعاية للمصابين بها.

أميرة الفضيل

مفوضة الشؤون الاجتماعية بمفوضية الاتحاد الأفريقي

مقدمة

تمر مكافحة الملاريا بمنعطف حرج حيث أفادت منظمة الصحة العالمية عام 2017 عن حدوث أكبر تراجع في التقدم المحرز ضد مكافحة الملاريا منذ سنوات، مقدره حدوث 5 ملايين إصابة بالمرض أكثر من العام السابق. توقف التقدم المحرز ضد المرض بعد عقد من النجاحات، إذ أن نصف مليون شخص لا يزالون يموتون من الملاريا كل عام ومعظمهم من الأطفال دون الخامسة من العمر. بالتالي، تحمل أفريقيا نسبة تزيد عن 90% من عبء الملاريا العالمي.

ركد التمويل لمكافحة الملاريا من المصادر التقليدية وتواجه الإرادة السياسية لإيجاد حل تحديات من خلال ميزانيات محدودة وأولويات متنافسة. ولا تملك دائماً المجتمعات المحلية الأكثر تضرراً من هذا المرض الأدوات اللازمة أو المعرفة لحماية نفسها. لذا، المطلوب هو توفير زخم جديد من أجل إعادة تنشيط مكافحة الملاريا.

بالتالي، حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» هي حملة على مستوى القارة بأكملها من أجل أفريقيا خالية من الملاريا، وهي مستوحاة من حركات أثرت على أولويات الصحة على الصعيد الوطني مثل حملة صفر ملاريا! أشارك في السنغال وحملة الاتحاد الأفريقي بشأن التعجيل بخفض وفيات الأمهات وحديثي الولادة والأطفال. توفر الحملة التي تشارك في قيادتها مفوضية الاتحاد الأفريقي وشراكة القضاء على الملاريا نموذج مناصرة محلية لمكافحة الملاريا وهي:

- تشرك القادة السياسيين وأعضاء المجتمع المؤثرين،
- تبني علاقات مع القطاع الخاص وتجذب مصادر تمويل جديدة،
- تنكح الوعي وتزيد الرغبة بتولي زمام الأمور بشأن الوقاية من الملاريا واختبارات الكشف عن الإصابة بالملاريا ورعاية المصابين بها في المجتمعات المحلية،
- تعزز بروز البرامج المعنية بمكافحة الملاريا، و
- تزيد إجمالي الموارد المحلية المتوفرة لمكافحة الملاريا.

لذا، أعدت شراكة القضاء على الملاريا ومفوضية الاتحاد الأفريقي مجموعة الأدوات هذه مع شركاء في أرجاء القارة الأفريقية من أجل التمكين من تبادل المعرفة وتسهيل تبني بلدان جديدة لحركة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي». تتضمن هذه المجموعة أدوات للتخطيط، حشد الدعم السياسي والمالي، تنفيذ تدخلات مجتمعية، وأدوات رصد وتقييم تترافق جميعها مع الهدف المنشود المتمثل بمساعدة البلدان في العودة إلى مسار تحقيق القضاء على الملاريا على نطاق أفريقيا بحلول عام 2030.

وتستطيع الإرشادات المتضمنة في مجموعة الأدوات هذه أن توحد رؤية كافة الجهات الفاعلة العاملة على مكافحة الملاريا وتجذب شركاء جدد للمشاركة في مكافحة الملاريا وتضمن استدامة الجهود المبذولة للقضاء على الملاريا في أرجاء القارة الأفريقية.

المستخدمون والاستخدامات

مجموعة أدوات حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» مخصصة لكافة الجهات الفاعلة في البلدان الأفريقية المهتمة بالمشاركة في الدعوة لمكافحة الملاريا أو حشد الموارد أو الاتصالات. ويمكن أن تشمل هذه الجهات الفاعلة حكومات [من خلال وزارات الصحة ووزارات المالية والتنمية، البرامج الوطنية لمكافحة الملاريا/القضاء عليها]، القطاع الخاص، منظمات غير حكومية، مجتمعات محلية، وأعضاء آخرين من المجتمع.

يستطيع المستخدمون الاستفادة من مجموعة الأدوات إما كمجموعة كاملة أو كمجموعة وحدات للذين يثير اهتمامهم نشاط محدد [مثلاً، إشراك المجتمعات المحلية أو المناصرة].

تصميم مجموعة الأدوات

مجموعة أدوات حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» متوفرة على منصة على شبكة الإنترنت وكمطبوعات باللغات الفرنسية والإنكليزية والبرتغالية. ترافق هيكلية مجموعة الأدوات المستخدمين على امتداد دورة مشروع الحملة [أنظر الرسم 1]، وتتضمن الوحدات التالية:

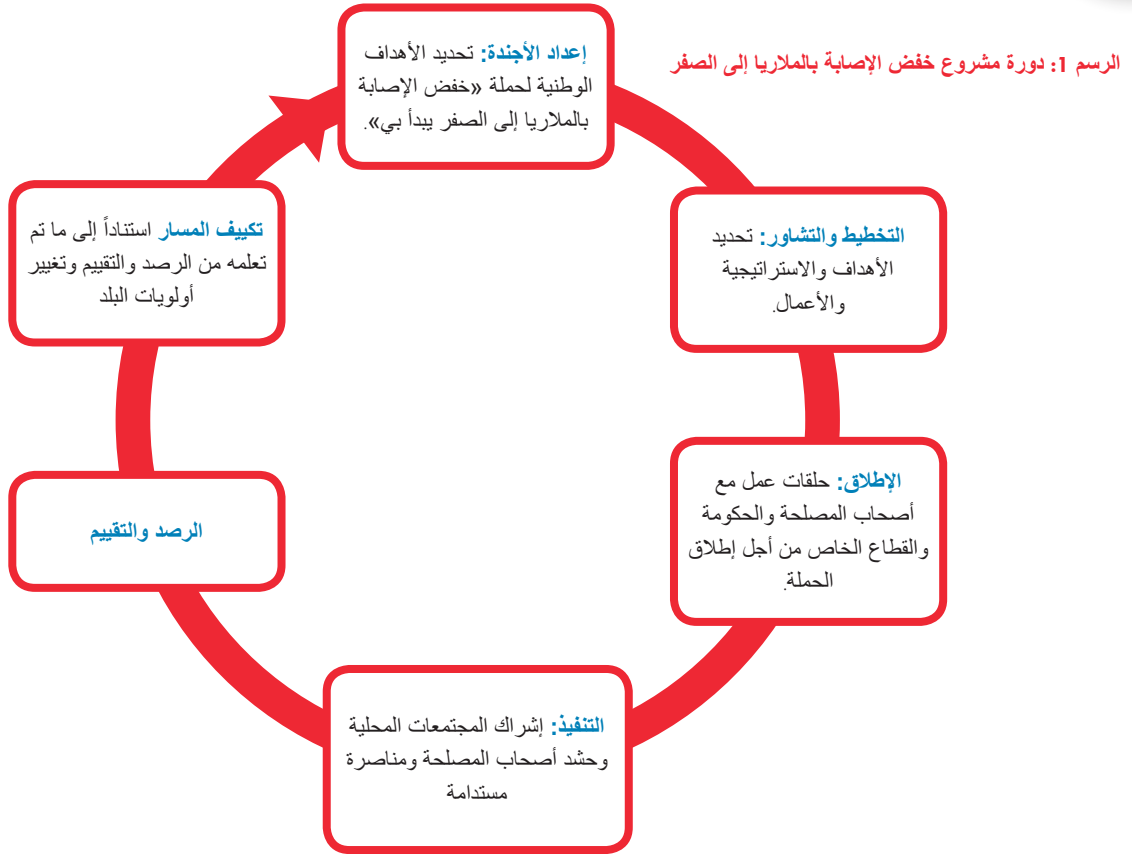
دليل الانطلاقة السريعة: للمستخدمين الذين يريدون العمل فوراً من أجل إبداء دعمهم للحملة.

الوحدة 1: إعداد الأجنحة: أدوات ودلائل لتحديد أهداف مناصرة القضاء على الملاريا في المشاركة المجتمعية في بلدكم، إلى جانب أدلة بحوث من أجل بناء قاعدة أدلة.

الوحدة 2: التخطيط والتشاور: أدوات وأدلة من أجل تحديد الأهداف والاستراتيجيات والنهج والأعمال ورصد وتقييم الأثر، إلى جانب الاجتماع بأصحاب المصلحة وتحديد الموارد والتشاور مع شركاء محتملين.

الوحدات 3-5: وحدات خاصة بالنشاط:

- . الوحدة 3: المشاركة السياسية: أدلة من أجل إطلاق الحملة وتعبئة الدعم السياسي واستدامة المناصرة.
- . الوحدة 4: إشراك القطاع الخاص: أدلة من أجل إطلاق الحملة مع شركاء محتملين من القطاع الخاص وبناء العلاقات وأدوات التمويل.
- . الوحدة 5: إشراك المجتمعات المحلية: أدلة من أجل المشاركة المجتمعية إلى جانب أدوات من أجل تجنيد رواد مكافحة الملاريا المجتمعيين ودعمهم والإشراف عليهم.



لا أملك العديد من الموارد للشروع في العمل على هذه الحملة. هل يمكنني رغم ذلك المشاركة في الحملة؟

غالباً ما تكون الموارد المالية والبشرية لحملة المناصرة شحيحة. فإذا لم يكن لديكم المال أو الوقت لوضع حملة متكاملة، خذوا في الاعتبار الفرص القليلة التكلفة المتوفرة لكم. يمكنكم طلب أن يوقع الأشخاص المؤثرون تعهد «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» وتبادل التعهد مع وسائل الإعلام و/أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي وخلال أحداث أو جلسات مناقشة مع زملاء وأصدقاء وأفراد الأسرة. يمكنكم أن تنشئوا صفحة بسيطة على فايسبوك أو، إذا كان لديكم صفحة، يمكنكم أن تنشئوا موقعكم الشبكي من أجل التوعية وإشراك الأشخاص في شبكتكم - بدءاً من المدارس وصولاً إلى الجماعات الدينية والرابطات الرياضية. كما يمكنكم أيضاً التواصل مع الأعمال التجارية المحلية لتوفير الدعم. كونوا مبدعين في نهجكم. حتى الحملة الصغيرة يمكنها أن تنتج مكاسب كبيرة للجهود التي يبذلها بلدكم في القضاء على الملاريا.

الوحدة 6: إبراز الحملة: تتضمن إرشادات شاملة بشأن العمل مع وسائل الإعلام وحشد الداعمين والعمل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

الوحدة 7: الرصد والتقييم: تتضمن أدوات لتحديد أهداف واستراتيجية ومؤشرات الرصد والتقييم، إضافة إلى دليل إعادة توجيه البرنامج استناداً إلى تطورات جديدة.

أسئلة متكررة (FAQ)

ثمة حملة لمكافحة الملاريا جارية فعلاً في بلدي، فكيف أستخدام مجموعة أدوات حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»؟

وضعت عدة بلدان حملاتها الخاصة من أجل بناء الدعم للجهود المبذولة في مكافحة الملاريا. لا تسعى هذه الحملة إلى الحلول مكان حملاتها، بل توفر المعلومات المدرجة في مجموعة الأدوات هذه أفكاراً وأساليب يمكنها أن تساعد في إحداث أثر أكبر لجهودكم. فبدلاً من البدء من البداية، استعرضوا الوحدات في [المشاركة السياسية \(الوحدة 3\)](#): [إشراك القطاع الخاص \(الوحدة 4\)](#)، أو [إشراك المجتمعات المحلية \(الوحدة 5\)](#) للحصول على بعض الأفكار.

هل يمكنني استخدام اسم وشعار حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»؟

أجل، يمكن استخدام كافة مواد الحملة مجاناً. لكن إن اعتبرون أن اسماً أو شعاراً آخر قد يكون أكثر ملاءمة أو فاعلية في بلدكم، استخدموه. غير أن شعار ومجموعة أدوات حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» يتضمنان العديد من الاقتراحات بشأن كيفية الإسهام في الجهود المبذولة لمكافحة الملاريا، لكنهما لا يحلان مكان خبرتكم المحلية وحكمكم.

دليل لبداية سريعة



تتضمن مجموعة أدوات حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر تبدأ بي» أدلة وأدوات يمكنكم استخدامها لإعداد وإدارة حملة منظمكم على مدى عدة أشهر أو سنوات. فإذا كنتم مهتمين في إظهار التزام بلدكم بالحملة من خلال القيام ببضع خطوات سريعة، يمكنكم تطبيق الأدوات التالية فوراً.

تعهد «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي»

يشكل تعهد «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» وسيلة للشخصيات البارزة - بدءاً من الرؤساء وصولاً إلى المشاهير وقادة الأعمال التجارية وقادة المجتمعات المحلية - كي يعبروا عن التزامهم بالقضاء على المalaria. استخدموا التعهد كوسيلة سهلة لتوسيع نطاق وصول حملتكم وخلق فرص للمستقبل والتزام أعمق.

وإذا كنتم تعرفون شخصاً مستعداً لدعم حملتكم، اطلبوا منه أن يوقع التعهد علناً، واحرصوا على أن تلتقطوا صوراً (بإذن منه) لتبادلها مع الصحافة ووسائل التواصل الاجتماعي.

نزّلوا التعهد واطبعوه من هذا الموقع: www.zeromalaria.africa

بيان صحفي

إذا كان بلدكم مستعداً لإعلان التزامه بالقضاء على المalaria، أرسلوا بياناً صحفياً إلى وسائل الإعلام المحلية واحرصوا على أن يكون الإصدار مقنعاً وجيد التوقيت بهدف إثارة الاهتمام [أنظروا [الوحدة 6: إبراز الحملة](#) للحصول على المزيد من الإرشادات لإشراك وسائل الإعلام].

يمكنكم أن تجدوا نموذج بيان صحفي قابلاً للتعديل يظهر شعار الحملة في هذا الموقع: www.zeromalaria.africa

تعزيز الحملة على وسائل التواصل الاجتماعي

اطلبوا من داعمي حملتكم أن يتبادلوا الرسوم الترويجية للحملة أو أن يتبادلوا على قنوات وسائل التواصل الاجتماعي خاصتكم. للحصول على إرشادات بشأن كيفية إنشاء حضور على وسائل التواصل الاجتماعي من أجل الحملة، أنظروا [الوحدة 6: إبراز الحملة](#).

يمكنكم أن تنزلوا مجموعة من رسوم الحملة من هذا الموقع:

www.zeromalaria.africa

إطلاع المجتمعات المحلية على وسائل الوقاية من المalaria ومعالجتها

سوف تتطلب استراتيجية شاملة لإشراك المجتمعات المحلية بعض التخطيط والإعداد [أنظروا [الوحدة 5: إشراك المجتمعات المحلية](#)]. لكن الخطوة الأولى تكمن في تحسين إعلام الأشخاص. يحتوي كتاب المalaria المصور رسائل بسيطة بشأن الوقاية من المرض والعناية بالمرضى. خذوا بالاعتبار طبع نسخ عنه لتوزيعها إلى جانب حملة الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية أو تزويد العيادات المحلية بالوثائق.

يمكن تنزيل كتاب المalaria المصور باللغة الإنكليزية من الموقع التالي:

www.zeromalaria.africa

خذوا بالاعتبار ترجمة الوثيقة إلى لغة محلية إذا كان ذلك ملائماً أكثر.



الوحدة 1: إعداد الأجنحة

مقدمة

يوفر القسم 2 سلسلة أدوات يستطيع المخططون أن يستخدموها لإنشاء تفهماً متوازناً لوضع بلدهم فيما يتعلق بالمalaria. فمن خلال اتباع هذا الدليل، سوف ينشئ المستخدمون قاعدة أدلة لإرشاد القرارات، تحديد أصحاب المصلحة ذوي الصلة ومنحهم الأولوية، فهم العوامل الخارجية التي يحتمل أن تؤثر على الجهود، وتصور أسباب وأثار معضلات malaria في بلدهم.

أهداف تعليمية

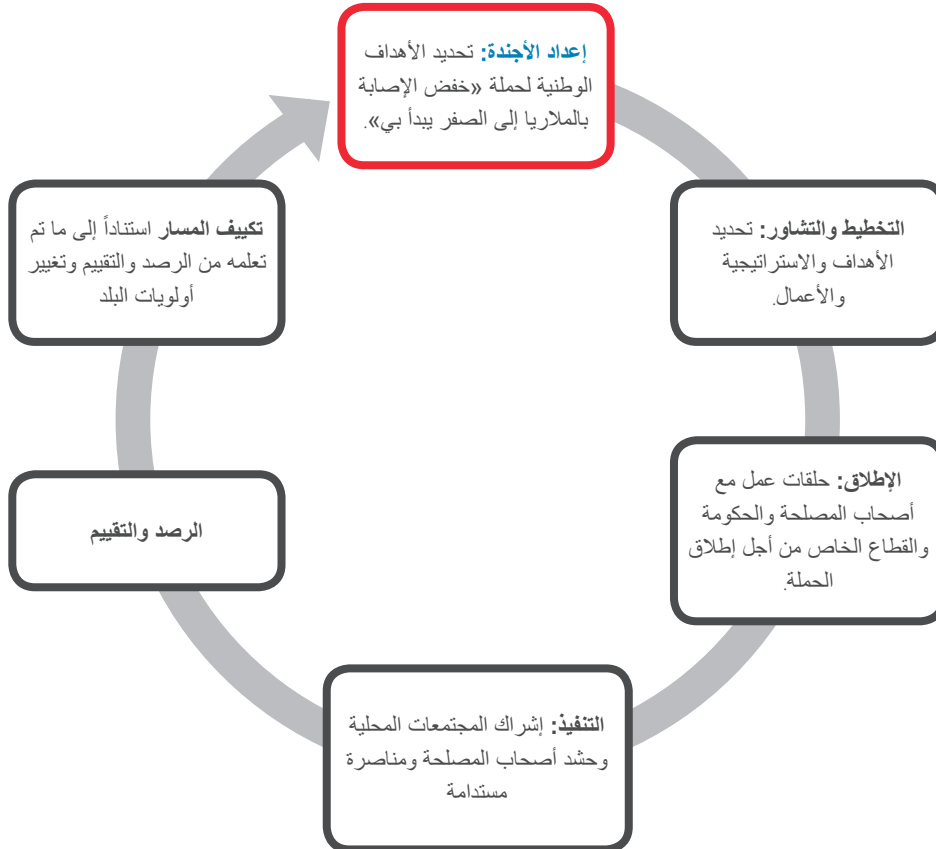
يشكل إعداد الأجنحة المرحلة الأولى في دورة المناصرة، إذ أنه يمهد الطريق لأنشطة الحملة. وفي نهاية هذه الوحدة، سوف تتمكنون من:

- فهم الوقائع الأساسية المتعلقة بالمalaria في بلدكم، الأثر الكبير للمalaria على صحة أسرتم ومجتمعكم المحلي وأمتكم والتقدم الاقتصادي ومنافع أن يكون البلد مطهراً من malaria.
- معرفة من هم أصحاب المصلحة المشاركين حالياً في مكافحة malaria- من خلال وضع سياسات أو التأثير عليها واتخاذ القرارات المتعلقة بالميزانية- وتحديد أفراد أو منظمات أخرى يحتمل ان يكونوا مهتمين بالمشاركة.
- فهم العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي يحتمل أن تؤثر على عملكم.
- تحليل خيارات مختلفة للعمل، ما يمنحكم أفكاراً تتعلق بالمجالات حيث يستطيع عملكم أن يحظى بالتأثير الأكبر.

هذه الوحدة مصممة لإعداد الأجنحة - اكتشاف وتحديد المصاعب وأصحاب المصلحة والعوامل الخارجية الأكثر أهمية لمكافحة malaria في بلدكم. من الأفضل إتقان التمارين المدرجة هنا قبل البدء بعملية التخطيط وذلك للحرص على حصولكم على المعلومات التي تحتاجونها لاتخاذ قرارات مستنيرة من أجل حملة مؤثرة وشاملة.

يصف القسم 1 حركة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي»، الطابع الملح لسبب احتياجنا إلى تنشيط أعمال مكافحة malaria والأفراد والمجتمعات المحلية ومنافع القضاء على malaria على النطاق القطري ونطاق الحملة في القارة بأكملها. يكمن مفتاح هذا النهج في إشراك جميع أفراد المجتمع: الزعماء السياسيين الذين يتحكمون بعمليات صنع القرار الحكومية، بما في ذلك تخصيص ميزانيات ومنح الأولوية للقضايا التي سيعالجونها من خلال السياسات والتمويل؛ شركات القطاع الخاص التي ستفيد من وجود قوة عاملة خالية من malaria ويمكنها أن تدعم الجهود المبذولة للقضاء على malaria، والمجتمعات المحلية المتضررة من malaria، الذين يشكل دعمهم وتوليهم زمام التدخلات حجر الزاوية للنجاح.

الرسم 2: إعداد الأجنحة في دورة التخطيط لحملة خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر



القسم 1: لماذا خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر؟

حملة على نطاق القارة بأكملها من أجل أفريقيا خالية من المalaria

أفريقيا خالية من المalaria هي رؤية جريئة مشتركة بين الحكومات الأفريقية والأعمال التجارية، والأكثر أهمية هي المجتمعات المحلية المتضررة مباشرة من المرض. لطالما اعتبر أن القضاء على المalaria أمر صعب التحقيق. غير أن التقدم التاريخي الذي شوهد في الأفية الجديدة بثل الفرص مع خفض نسب الحالات المرضية والوفيات في العالم إلى أكثر من النصف منذ عام 2001. لكن وبالرغم من تحقيق هذا التقدم، يتطلب استئصال المalaria نتيجة مقاومتها للعقاقير ومبيدات الحشرات وتغير المناخ والتعاقص عن العمل أو الرضا بالوضع القائم، قيادة تضطلع بها البلدان المتضررة من أجل إنهاء عملية المكافحة.

تمثل أفريقيا ما يزيد عن 90% من عبء المalaria العالمي. يؤثر المرض بشكل أولي على الأطفال الصغار والحوامل مسبباً ما يزيد عن 400 ألف وفاة و200 مليون حالة مرضية كل عام، ويكلف القارة ما يقدر بـ 12 مليار دولاراً أمريكياً سنوياً كخسائر مباشرة. يوجد العديد من الأدوات والتقنيات المطلوبة لمكافحة المalaria - لكن المطلوب الآن هو الالتزام المستديم لإحراز المزيد من التقدم.

يأتي معظم التمويل للوقاية من المalaria والسيطرة والقضاء عليها في أفريقيا من جهات مانحة خارجية، بما فيها حكومات، مؤسسات، ومنظمات دولية. لكن عدم التوازن يجعل من برامج السيطرة المحلية على المalaria والقضاء عليها سريعة التأثير «بصدمات» خارجية - مثل ركود اقتصادي عالمي أو تغير في أولويات البلدان المانحة. وحالياً، يأتي ثلث التمويل تقريباً من مصادر محلية - بما في ذلك الإنفاق العام والخاص وإنفاق الأسر المعيشية.

أهداف الاتحاد الأفريقي للقضاء على المalaria

وضع الإطار التحفيزي لوضع حد للإيدز والسل والقضاء على المalaria في أفريقيا بحلول عام 2030 الخاص بالاتحاد الأفريقي أهدافاً طموحة للقضاء على المalaria بحلول عام 2030. مقترناً بتقديرات احتياجات التمويل الصادرة عن منظمة الصحة العالمية [أنظروا الجدول أدناه]، الوضع الحالي للتمويل للقضاء على المalaria حالياً مقلق مقارنة بما سوف يكون مطلوباً - تم استثمار فقط 2.7 مليار دولار أمريكي عام 2016، وهو أقل من الـ 6.5 مليار دولار أمريكي الضرورية سنوياً بحلول عام 2030. بالتالي، سيكون من الضروري إيجاد مصادر تمويل جديدة ومتزايدة من البلدان المتضررة من المalaria لتحقيق هذا الهدف.

حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر تبدأ بي» هي حملة على نطاق القارة بأكملها من أجل أفريقيا خالية من المalaria. سوف تدعم الحملة التي تتشارك في قيادتها مفوضية الاتحاد الأفريقي وشراكة القضاء على المalaria، الأمم الأفريقية في جهودها المبذولة للقضاء على المalaria من خلال:

- مشاركة رفيعة المستوى مع الحكومة والقطاع الخاص وقادة المجتمع المدني
- الدعوة إلى زيادة التمويل الخارجي والمحلي للقضاء على المalaria، بما في ذلك من خلال آليات تمويل مبتكرة والقطاع الخاص
- زيادة الوعي والإمساك بزمام الأمور على المستوى المجتمعي
- توفير الدعم الحاسم للمهمة إلى البلدان الموبوءة بالمalaria من خلال مجموعة الأدوات العملية لحملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر تبدأ بي» وتقديم المساعدة الفنية عند الطلب.

أفريقيا خالية من المalaria			الرؤية
المعالم والأهداف			الأهداف
2030	2025	2020	
صفر وفيات ناجمة عن المalaria	75% على الأقل	40% على الأقل	خفض معدلات الوفيات الناجمة عن المalaria عالمياً مقارنة بعام 2015
صفر حالات إصابة بالمalaria	75% على الأقل	40% على الأقل	خفض حالات الإصابة بالمalaria عالمياً مقارنة بعام 2015
في كافة البلدان الـ 47 (34+13)	13 بلداً (8+5) على الأقل	8 بلدان على الأقل	القضاء على المalaria بحلول عام 2030 في البلدان التي لديها انتقال للوباء
مُنعت عودة ظهور المalaria	مُنعت عودة ظهور المalaria	مُنعت عودة ظهور المalaria	منع عودة ظهور المalaria في كافة البلدان الخالية من المalaria
9 مليار دولار أمريكي	8 مليار دولار أمريكي	6.5 مليار دولار أمريكي	التمويل السنوي المطلوب (GTS)

المصدر: الإطار التحفيزي لوضع حد للإيدز والسل والقضاء على المalaria في أفريقيا بحلول عام 2030¹ والاستراتيجية الفنية العالمية لمنظمة الصحة العالمية بشأن المalaria للفترة 2016 - 2030²

1 الاتحاد الأفريقي. (2016). الإطار التحفيزي لوضع حد للإيدز والسل والقضاء على المalaria في أفريقيا بحلول عام 2030. أديس أبابا.
2 منظمة الصحة العالمية. (2016). الإطار الاستراتيجي العالمي بشأن المalaria للفترة 2016 - 2030. جنيف.



تركز حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» على ثلاث مجموعات أصحاب مصلحة حاسمة بشأن تحقيق مكافحة الوباء وتكون مستديمة وناجحة في نهاية المطاف. هذه المجموعات هي: الزعماء السياسيون والقطاع الخاص والمجتمعات المحلية. لكل مجموعة دور فريد لكن مكمل في عملية المكافحة. تسعى الحملة إلى تحديد مصلحة كل مجموعة في القضاء على الملاريا وتوحيد هذه المجموعات من أجل العمل على تحقيق رؤية مشتركة. نورد أدناه أمثلة عما يحتمل أن يحفز كل مجموعة، لكن ينبغي تذكر أن هذه الأمثلة قد تختلف في كل بلد.

تستلهم الحملة من حركة شعبية في السنغال حيث تعهدت جميع شرائح المجتمع - بما فيها رئيس البلد والشركات الكبرى ورواد المجتمعات المحلية - بأن يتحملوا مسؤولية مكافحة الملاريا شخصياً. ازداد الزخم دعماً لأهداف البلد وفي عام 2016، كانت السنغال واحدة من خمسة بلدان فقط خفضت حالات الإصابة بالمرض بما يزيد عن 50 ألف حالة في السنة، في عام شهد فيه أكثر من 24 بلداً متأثراً بالملاريا زيادات كبيرة في حالات الإصابة بالمرض وفق ما ورد في التقرير العالمي بشأن الملاريا لعام 2017.³

نهج حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»

يسلم نهج حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» بأن ثمة مصلحة للجميع في القضاء على عبء الملاريا على أسرهم ومجتمعاتهم المحلية وبلادهم، لكنهم قد لا يعرفون أهمية العمل معاً. فمن خلال إنشاء تحالف للمجتمعات المحلية والشركات والزعماء السياسيين والمجتمعيين، تنشئ الحملة علاقات والتزامات دائمة وزخماً مستديماً لمكافحة الملاريا، وتزيد مصادر التمويل المحلية لتعزيز الوصول إلى الأدوات المنقذة للحياة من أجل الوقاية من الملاريا ومعالجتها، وتنشئ حساً شعبياً بتولي زمام هذه الأدوات، وتحرص على الاحتفال بالنجاحات والعمل على معالجة الانتكاسات.

حوافز وأعمال الجهات الفاعلة الرئيسية لمكافحة الملاريا

المجتمعات المحلية	القطاع الخاص	الزعماء السياسيون
<ul style="list-style-type: none"> ○ الاهتمام بأسرهم وأصدقائهم وجيرانهم ○ تحسين المدارس والعيادات المحلية ○ خفض النفقات الصحية للأسرة المعيشية 	<ul style="list-style-type: none"> ○ الاهتمام بموظفيهم وعمالهم ○ زيادة الإنتاجية ○ جذب الاستثمارات الأجنبية ○ بناء علامة تجارية إيجابية 	<ul style="list-style-type: none"> ○ الاهتمام بناخبيهم ○ زيادة النمو الاقتصادي وجذب الاستثمارات الأجنبية ○ تشجيع السياحة ○ تعزيز التعاون مع البلدان المجاورة ○ إظهار قيادة ناجحة
<ul style="list-style-type: none"> ○ القيام بعمل لتفادي الإصابة بالملاريا والسعي إلى الحصول على العلاج الملائم ○ تبادل المعلومات بشأن الوقاية من الملاريا ورعاية المصابين بها مع الجيران والزعماء ○ الدعوة من أجل منح المزيد من الاهتمام والتمويل للقضاء على أثر الملاريا على المجتمعات المحلية والبلد 	<ul style="list-style-type: none"> ○ إدراج الوقاية من الملاريا ورعاية المصابين بها في سياسات أمكنة العمل واستخدام الحملات للتوعية بين الموظفين كي يقوموا بخطوات لحماية أنفسهم وأسرهم وزملائهم ○ توفير أدوات منقذة للحياة للوقاية من الملاريا ومعالجتها، مثلاً، الناموسيات المثبتة المعالجة بمبيدات حشرية/شبيكات البعوض ○ تنسيق التنقيف بشأن الملاريا وتوزيع أدوات الوقاية من الملاريا ومعالجتها مع البرنامج الوطني ○ المساهمة في تمويل الحملات التنقيفية بشأن الملاريا وإمكانية الوصول إلى وسائل الوقاية من الملاريا ومعالجتها 	<ul style="list-style-type: none"> ○ منح الأولوية لمكافحة الملاريا في عمليات صنع القرار ○ دعم الإنفاق العام على التدخلات المعنية بمكافحة الملاريا ○ تبني سياسات مواتية لمكافحة الملاريا ○ تنسيق الجهود مع البلدان المجاورة

الحافز للقضاء على الملاريا

الأعمال لمكافحة الملاريا

3 منظمة الصحة العالمية. (2017). التقرير العالمي بشأن الملاريا لعام 2017. جنيف.

القسم 2: فهم تحديات الملاريا في بلدكم

قبل البدء بأي حملة مناصرة لمكافحة الملاريا، ستحتاجون لأن تمضوا بعض الوقت في دراسة المسائل قبل ان تقرروا كيفية المشاركة في الحملة. سواء أكنتم حديثي المعرفة بالملاريا أو لديكم خبرة في العمل على هذا المرض في الحكومة أو المنظمات غير الحكومية أو في أدوار القطاع الخاص، تستطيع هذه الأدوات مساعدتكم في توسيع نطاق فهمكم واكتساب افكار تستخدمونها في نهجكم المتبع.

ستساعدكم الأدوات والإرشادات المدرجة في هذا القسم في بناء قاعدة أدلة للبيانات المتعلقة بالملاريا، وتحديد أصحاب المصلحة الحاليين والمحتملين الذين يمكنكم إشراكهم، وفهم العوامل الخارجية التي قد تؤثر على المشروع، وتصوّر مسارات تتسبب حالياً بالمعضلات التي ستحدونها.

وضع خطة البحوث

ترتكز المناصرة الناجحة على الدليل. فقبل أن تختاروا أهدافاً وغايات لملتكم، ستحتاجون إلى فهم المسائل المتعلقة بالملاريا في بلدكم. ولاحقاً، عندما تصبحون مستعدين لبناء شراكات وقادرين على إقناع الجهات الفاعلة المؤثرة لدعم نهجكم، ستساعدكم الأدلة التي تجمعونها في إقامة حجج قوية للقضاء على الملاريا. وبفضل العاملين على القضاء على الملاريا، ثمة العديد من الموارد المتوفرة حالياً ويمكن إجراء المزيد من البحوث مستخدمين البيانات التي سبق وتم نشرها.

ومن أجل تنظيم البحوث على نحو فعال، يستخدم العديد من المنظمات المعنية بالمناصرة مصفوفات بسيطة في تخطيط البحوث تنظم هذه الجداول البسيطة مهامات البحث وفق الموضوع وسؤال محدد (مثلاً، يمكن أن يكون الموضوع «الملاريا في حالات الحمل» ويمكن لسؤال البحث أن يكون «كم يبلغ عدد النساء اللواتي يمكنهن الحصول على العقاقير للوقاية من الملاريا خلال فترة الحمل؟»). تطلب الأداة حينذاك من المستخدمين أن يحددوا مصدر المعلومات التي يجدونها فيه وكيف سيتمكنون من الحصول عليها وتحليلها.

من خلال تحويل البرامج المعنية بمكافحة الملاريا إلى مبادرات سياسة عامة مميزة، تستطيع حملات المناصرة المستخدمة هذا النهج أن ترفع الرهانات وتشجع الرؤساء والبرلمانيين والعمد ومسؤولين منتخبين آخرين على الاهتمام شخصياً في أداء التدخلات بشأن الملاريا.

وغالياً ما تستطيع الشركات الخاصة أن تجني منافع ملموسة من خفض الإصابة بالملاريا وذلك من خلال قوة عاملة تتمتع بصحة أفضل وتكون أكثر إنتاجية، وعملاء يتمتعون بصحة أفضل ولربما يكونون أكثر ازدهاراً، ومن خلال سمعة ايجابية. يستثمر العديد من الشركات في البرامج المعنية بمكافحة الملاريا من أجل موظفيها، لكن هذه المبادرات ليست منسقة مع الجهود المبذولة على الصعيد الوطني. بالتالي، يكمن دور حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» في حل مشكلة التنسيق هذه من خلال منح الشركات منصة للاطلاع على الأهداف المشتركة والمشاركة في تحقيقها، ومنحها فرصة سانحة لتمويل جزء من العمل.

يشكل الأفراد والأسر والمجتمعات المحلية المتضررة من الملاريا محور الحملات الناجحة، إذ هم وحدهم يستطيعون تطبيق المعرفة بشأن الوقاية من الملاريا ورعاية المصابين بها من أجل تغيير السلوكيات والمواقف بطريقة تجعل المرض نادر الوجود. لذلك، توفر حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» الإرشادات بشأن كيفية تبادل هذه المعلومات الحاسمة، إلى جانب تمكين الأفراد المهتمين كي يصبحوا رواداً في المجتمعات المحلية ويقودوا الجهود الشعبية في مكافحة الملاريا في هذا المجال.

والأكثر أهمية، سوف تبني الجهود الأولية في إعداد مرحلة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» العلاقات وتعزز الحوافز التي ستدعم الجهود، إذ أن التهديد الأكبر لمكافحة الملاريا يكمن في التقاعس عن العمل والرضا بالوضع القائم. بالتالي، يمكن من خلال تحقيق ذلك أن يكون هذا هو الجيل الذي يشهد على نهاية هذا المرض المدمر. تم توثيق عودة ظهور المرض في أكثر من 60 بلداً نتيجة حدوث ثغرات في التمويل، لذا، من الأهمية بمكان أن تستمر المجموعات في عملية مكافحة الملاريا لحين القضاء عليها.

أداة تخطيط البحث

الموضوع	سؤال البحث	مصدر المعلومات	طريقة البحث	من سيجري البحث؟	متى ستكون البيانات متوفرة؟

مقتبس من منظمة المياه والمساعدات (WaterAid) 'مجموعة مراجع المناصرة' (2007) 'مجموعة أدوات المناصرة' للندن واليونيسف (2010) نيويورك



نورد أدناه نموذجاً عن بعض الأسئلة التي قد يطرحها مناصرون لتحسين حالة الملاريا في فترة الحمل. يرجى الملاحظة أنهم وضعوا أسئلة بحث محددة وحددوا طرائق مختلفة لتجميع البيانات، ما يساعدهم في بناء قاعدة أدلة متينة لإرشاد أهداف سياساتهم.

- كم يبلغ عدد حالات الإصابة بالملاريا والوفيات الناجمة عنها كل عام؟
- متى تكون حالات الإصابة بالملاريا الأكثر شيوعاً؟ هل انتقل العدوى موسمي أو يحدث على مدار السنة؟
- ما هي المناطق الأكثر تأثراً بالملاريا؟
- ما هي الميزات الاجتماعية الاقتصادية للسكان الأكثر تضرراً من الملاريا؟
- ما هو أثر الملاريا على الاستثمارات والنمو الاقتصادي في بلدكم؟
- ما هو أثر الملاريا على الفقر في بلدكم؟
- ما هو أثر الملاريا على التعليم في بلدكم؟

ينبغي في البدء أن يساعدكم بحثكم في وضع صورة واضحة لمشهد الملاريا في بلدكم من أجل منح الأولوية للقضايا والتخطيط للعمل (أنظروا الوحدة 2). قد تختلف كثيراً أسئلة البحث المحددة وفقاً للبلد - إذ أن للملاريا أثراً مختلفاً جداً في البلدان حيث هناك آلاف الإصابات في العام والبلدان حيث هناك بضع مئات فقط - لكن كي تكون الأسئلة فاعلة، سيحتاج جميع المناصرين إلى صورة واضحة لعبء الملاريا في بلدكم، وللجهود الحالية المبذولة في مكافحة الملاريا، وإمكانية الحصول على التدخلات، والالتزام السياسي بمكافحة الملاريا، وتمويل البرامج المعنية بمكافحة الملاريا، ومستوى الوعي للوقاية من الملاريا ورعاية المصابين بها.

التدخلات بشأن الملاريا: ما هي الإجراءات المتخذة حالياً لمكافحة الملاريا.

- ما هي التغطية الحالية والتاريخية لإجراءات الوقاية مثل الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، الرش الموضوعي للأماكن المغلقة، العلاج الوقائي المتقطع في فترة الحمل، الوقاية الكيميائية من الملاريا الموسمية، وما إلى ذلك.
- ما هو الوضع الحالي لإمكانية الحصول على العلاج والفحوصات التشخيصية (بما في ذلك القطاعين العام والخاص وعلى الصعيد المجتمعي)؟

خذوا في الاعتبار استخدام الأسئلة التوجيهية التالية كنقطة انطلاق، مضيفين أسئلة بحث إضافية حسب الاقتضاء.

أسئلة توجيهية للبحث بشأن الملاريا

عبء الملاريا: العواقب الصحية والاقتصادية والاجتماعية للملاريا في بلد ما.

نموذج أداة تخطيط البحث

الموضوع	سؤال البحث	مصدر المعلومات	طريقة البحث	من سيجري البحث؟	متى ستكون البيانات متوفرة؟
فترة الحمل في الملاريا	ما هي النسبة المئوية للحوامل اللواتي يحصلن على جرعة واحدة على الأقل من العلاج الوقائي المتقطع في فترة الحمل (IPTp)؟	الإحصاءات الحكومية تقارير استقصائية ديمغرافية وصحية تقارير استقصائية لمؤشر الملاريا الخطة الاستراتيجية الوطنية لمكافحة الملاريا	استعراض المنشورات	تحديد زميل مسؤول عن البحث	قد يعتمد التاريخ على وقت العمل أو إذ لم يتم نشر البيانات.
	ما هي الحواجز التي تعيق الحصول على العلاج الوقائي المتقطع في فترة الحمل؟	العاملون في النظام الصحي مجموعة تركيز من النساء	شخصياً أو من خلال مقابلة هاتفية ومجموعة تركيز		
	كيف يتم شراء العلاج الوقائي المتقطع في فترة الحمل؟	وزارة الصحة والعاملون في البرنامج الوطني لمكافحة الملاريا وثائق السياسات المنشورة	شخصياً أو من خلال مقابلة هاتفية واستعراض للمنشورات		

تحديد أصحاب المصلحة في مكافحة الملاريا

يمكن العمل الأساسي لفهم الملاريا في بلدكم في تحديد ووصف المجموعات أو الأفراد الذين يؤثرون على وضع السياسات ذات الصلة بالجهود المبذولة لمكافحة الملاريا أو المتضررين من الملاريا أو لديهم القدرة على إحداث أثر - المحددين هنا بـ «أصحاب المصلحة». ويعتمد نجاح نهج «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» على بناء تحالف لشركاء يعملون في مختلف القطاعات لإنشاء جبهة موحدة في مكافحة الملاريا. ويكون من غير المرجح إحداث تغيير في غياب دعم هذه الجهات الفاعلة الرئيسية.

يمكن تجميع أصحاب المصلحة في مكافحة الملاريا على النحو التالي:

- **جهات فاعلة حكومية** تعمل على مكافحة الملاريا أو في التأثير على مكافحة الملاريا (مثلاً، ما مدى الأولوية التي تحصل عليها، كم يبلغ التمويل المخصص لتلك الجهود)، قادتهم ومجموعات مكونة رئيسية. يمكن أن تشمل هذه الجهات وزارة الصحة، وزارة الشؤون المالية، وزارة الشؤون الخارجية، برلمانيين والعاملين لديهم.
- **المجتمع المدني** وجهات فاعلة متعددة الأطراف مهتمون في القضاء على الملاريا بشكل خاص أو مجال الصحة والوقاية بشكل عام. يمكن أن تشمل هذه الجهات منظمات غير حكومية، منظمات القطاع الصحي، جهات مانحة، وكالات الأمم المتحدة، أعضاء آلية التنسيق القطري التابعة للصندوق العالمي، جهات فاعلة دينية وغيرها.
- **جهات فاعلة في القطاع الخاص** تدعم حالياً الجهود المبذولة في مكافحة الملاريا، شركات تتأثر أعمالها بالملاريا (مثل التعدين وصناعات أخرى كثيفة العمالة)، وشركات يتأثر عملاؤها بالملاريا (الشركات السياحية، المؤسسات الريفية، شركات الاتصالات، شركات تحويل الأموال وما إلى ذلك).
- **المجتمعات المحلية** الأكثر تأثراً بالملاريا، موصوفة وفق ميزاتها الجغرافية والاجتماعية الاقتصادية، أو أفراد مناصرين للجهود المبذولة في مكافحة الملاريا في مناطقهم.
- **جهات فاعلة** معنية أخرى مهتمة بمكافحة الملاريا أو الذين يحتمل أن تحدث مشاركتهم أثراً. كن مبدعاً - التي قد تشمل مشاهير، فنانيين، زعماء دينيين، صحفيين وغيرهم.

متى حددتم بعض الجهات الفاعلة الرئيسية أو المحتملة في مكافحة للقضاء على الملاريا، غالباً ما يكون مفيداً وضع قائمة ببعض مواقفهم التي سوف تكون ذات صلة بعملكم. لذا، تشكل أدوات تحليل أصحاب المصلحة إطاراً شائعاً وقابلاً للتكيف وهي موضوعة لمساعدة المناصرين في تحديد النهج الذي ينبغي اتباعه مع كل جهة فاعلة وفي كيفية منح الأولوية لجهودهم لتحقيق أكبر أثر ممكن.

نورد أدناه تكييفاً لأداة تحليل أصحاب المصلحة لدعم حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي». أدرجوا بعض المنظمات أو الأفراد الذين حددتموهم وحاولوا وصف خصائصهم استناداً إلى الأبعاد التالية:

- **الالتزام السياسي:** إلى أي حد يمنح القادة الأولوية لمكافحة الملاريا؟
- ما هي الأهداف المحددة وطنياً في مكافحة الملاريا؟
- هل الخطة الوطنية الاستراتيجية لمكافحة الملاريا محدثة؟
- كيف أظهرت الحكومة التزامها العلني بالبرامج المعنية بمكافحة الملاريا؟
- هل الرئيس وشخصيات سياسية أخرى رفيعة المستوى مدركون لتأثير الملاريا على البلد ويتحدثون عنه؟

التمويل: إلى أي مدى تم توجيه التمويل الكافي والموارد المادية لمكافحة الملاريا؟

- ما هو مصدر التمويل لمكافحة الملاريا في بلدكم؟
- ما هو مستوى التمويل المحلي لمكافحة الملاريا؟ ما هي مصادر التمويل المحلي؟
- ما هي الصورة المرتقبة للتمويل في الأعوام المقبلة؟ هل ثمة ثغرات كبيرة؟
- كم يبلغ التمويل الدولي لمكافحة الملاريا المتبرّع به لبلدكم؟ هل هذا التمويل مضمون (مثلاً، هل يتم التعهد بهذه الالتزامات سنوياً أو هي مضمونة لعدد محدد من الأعوام؟)
- هل التمويل الدولي مرهون بتنفيذ بعض شروط التمويل، (مثلاً بشرط الصندوق العالمي أن تساهم البلدان بنسبة مئوية من التمويل لتأمين المبلغ الكامل للأموال المتوفرة لمكافحة الملاريا في بلدكم).

الوعي والعمل: إلى أي مدى يعي الأشخاص المعرضين للإصابة بالملاريا كيفية الوقاية منها ومعالجتها؟

- ما هي نسبة الأشخاص الذين يمكنهم الحصول على أدوات الوقاية (الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، العلاج الوقائي المتقطع في حالات الحمل وما إلى ذلك) ويستخدمونها فعلياً؟
- ما هي نسبة حالات الحمى التي يتم فحصها لتشخيص الملاريا؟
- ما هي الحواجز الثقافية والسلوكية والاقتصادية، إن وجدت، التي تمنع الأشخاص من السعي إلى الحصول على الرعاية؟
- ما هي سهولة أو صعوبة الحصول على ناموسيات لأسرهم ومجتمعكم المحلي؟ ما هي سهولة أو صعوبة الحصول على العلاج الوقائي إذا كنتن حوامل؟ هل يفيد مجتمعكم المحلي من رش منازلكم ضد البعوض؟ ما هي المسافة التي عليكم قطعها للحصول على علاج الملاريا؟
- هل يعرف العاملون في مجال الصحة في مجتمعكم المحلي كيفية تشخيص الملاريا بسرعة أو هل لديهم الأدوات اللازمة لذلك؟
- هل هناك سكان مهمشين يتطلبون اهتماماً خاصاً لمكافحة الملاريا في بلدكم (لاجئين، عمال مهاجرين، أشخاص مشردين داخلياً، وغيرهم؟)

يمكن إيجاد الأجوبة على العديد من هذه الأسئلة في الموارد العامة المدرجة أدناه. ويمكن إيجاد أجوبة على أسئلة أخرى في قواعد البيانات الحكومية أو قد تحتاج لأن يتم البحث عنها بشكل مستقل من خلال إجراء مقابلات. وفي حال وجود ثغرات كبيرة في البيانات، يمكن حينئذ أن يصبح التعلم هدف للمناصرة.



الموارد المتاحة للجميع من أجل بحوث الملاريا

الموارد	الوصف
التقرير العالمي بشأن الملاريا متوفر على الموقع التالي: http://www.who.int/malaria/publications/world_malaria_report/en	تنشره منظمة الصحة العالمية سنوياً وهو يصف الاتجاهات العالمية الراهنة متضمناً البيانات والتقديرات المصنفة على الصعيد الوطني والإقليمي.
سجلات أداء تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا (ALMA) متوفرة على الموقع التالي: http://www.alma2030.org/	يتعقب سجل أداء تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا من أجل المساءلة والعمل الأهداف من أجل تمويل السلع الأساسية والتنفيذ ومؤشرات أخرى. يتم تحديثه فصلياً وهو متوفر باللغتين الإنكليزية والفرنسية.
الاستقصاء الديمغرافي والصحي (DHS) متوفرة على الموقع التالي: https://dhsprogram.com/	يسجل الاستقصاء الديمغرافي والصحي المعلومات الاجتماعية الديمغرافية إلى جانب المؤشرات الرئيسية للملاريا في عدة بلدان، بما في ذلك تغطية واستخدام أدوات الوقاية وإمكانية الحصول على العلاج.
استقصاء مؤشرات الملاريا (MIS) متوفر على الموقع التالي: http://www.malariasurveys.org/	يتضمن استقصاء مؤشرات الملاريا مؤشرات خاصة بالملاريا أكثر مما يتضمنه الاستقصاء الديمغرافي والصحي، إلى جانب خصائص المستجيبين الاجتماعية والديمغرافية.
الخطة الاستراتيجية الوطنية لمكافحة الملاريا (NMSP) يوفرها عادة كل برنامج وطني لمكافحة الملاريا الخاص بكل بلد.	الخطة الاستراتيجية الوطنية لكل بلد لمكافحة الملاريا هي مصدر معلومات بشأن الجهود الراهنة المبذولة لمكافحة الملاريا. تتضمن عادة معلومات عن الأهداف والتدخلات الوطنية وما إلى ذلك.
الخطط التنفيذية لمكافحة الملاريا (MOPs) الخاصة بمبادرة رئيس الولايات المتحدة بشأن الملاريا (PMI) متوفرة على الموقع التالي: https://www.pmi.gov/resource-library/mops	توزع الخطط التنفيذية لمكافحة الملاريا الخاصة بمبادرة رئيس الولايات المتحدة بشأن الملاريا وضع التدخلات والسياسات لمكافحة الملاريا في البلدان حيث تستثمر مبادرة رئيس الولايات المتحدة بشأن الملاريا.
مجلة الملاريا متوفرة على الموقع التالي: https://malariajournal.biomedcentral.com/about	مجلة علمية مخصصة لمكافحة الملاريا ومتاحة للجميع.
مكتبة المنشورات الخاصة بالملاريا في فترة الحمل متوفرة على الموقع التالي: http://library.mip-consortium.org/	قاعدة بيانات كتابات منشورة وغير منشورة تتعلق بالملاريا في فترة الحمل.
قاعدة بيانات الأدلة للاتصال من أجل التغيير الاجتماعي والسلوكي بشأن الملاريا متوفرة على الموقع التالي: https://healthcommcapacity.org/malaria-evidence-database	قاعدة بيانات أدلة تتضمن استعراضاً للمؤلفات التي تصف أثر برامج مختلفة بشأن الاتصال من أجل التغيير الاجتماعي والسلوكي.
المسح العنقودي المتعدد المؤشرات (MICS) متوفر على الموقع التالي: www.childinfo.org	دراسات استقصائية تمثيلية على الصعيد الوطني بناءً على معلومات من السكان والأسر المعيشية وضعتها اليونيسف لدعم البلدان في سد الثغرات الأساسية من أجل رصد وضع الأطفال والنساء.
مجلات أكاديمية أخرى	تشكل الحالة الوبائية للملاريا والتدخلات بشأنها مواضيع شائعة في العديد من المجالات الطبية الرائدة. حاولوا قراءة The Lancet , BMC Public Health , The British Medical Journal , و The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene .

- **الاهتمام:** هل يهتم صاحب المصلحة حالياً بالقضاء على الملاريا أو لديه أولويات أخرى؟
- **الاتساق:** هل يحتمل أن يدعم أصحاب المصلحة المزيد من الاستثمارات والشراكات من أجل القضاء على الملاريا، أو يحتمل أن يعارضوها؟ إذا كانوا يديرون أنشطتهم الخاصة في مكافحة الملاريا، فهل يعملون بالتنسيق مع الخطة الوطنية؟
- **التأثير:** ما مدى سلطة أصحاب المصلحة؟ يمكن أن تكون هذه السلطة في مجال الموارد المالية أو العلاقات الهامة التي تؤثر على الجهود لمكافحة الملاريا.
- **القدرة على المشاركة:** ما قد يكون دورهم في الشراكة لمكافحة الملاريا؟

أداة تحليل أصحاب المصلحة

صاحب المصلحة	الاهتمام	الاتساق	التأثير	القدرة على المشاركة

مقتبس من منظمة المياه والمساعدات (WaterAid) 'مجموعة مراجع المناصرة' (2007) 'مجموعة أدوات المناصرة للنندن واليونيسف (2010) نيويورك

نورد أدناه نموذج أداة تحليل أصحاب المصلحة معبأة بأسماء منظمات وأفراد خياليين. استخدموا هذه الأدوات كمصدر إلهام لكن لا تترددوا في تكييفها كي تتلاءم على أفضل وجه مع احتياجاتكم.

نموذج أداة تحليل أصحاب المصلحة

صاحب المصلحة	الاهتمام	الاتساق	التأثير	القدرة على المشاركة
وزارة الشؤون المالية	معتدل. تضيق الإنفاق العام على التدخلات لمكافحة الملاريا وتهتم في الحد من الفقر.	سلبي. يحاولون حالياً خفض الإنفاق العام.	رفيع المستوى. يصغي الرئيس والبرلمان إلى نصائحهم بشأن برامج إنفاق جديدة.	سوف تحتاج وزارة الشؤون المالية لأن تدعم استثمارات جديدة في أعمال مكافحة الملاريا. سيحتاجون لأن يقتنعوا بقدرة هذه التدخلات على الحد من الفقر وبأهمية الإنفاق المحلي وتكملة المعونة.
شركة بوكسيت للتعدين	كبير. تلحق الملاريا الضرر بقوتهم العاملة. يبحثون عن نهج جديد لخفض أثر المرض.	حيادي. يبدون اهتماماً أكبر لخفض الإصابة بالملاريا في مناجمهم بدلاً من خفضها على الصعيد الوطني.	رفيع المستوى. هذه إحدى الشركات الكبرى العاملة في البلاد ولديها ميزانية كبيرة للصحة.	يمكن أن تصبح شركة بوكسيت للتعدين شريكاً هاماً للحملة. سوف يحتاجون لأن يشاهدوا الأثر المحتمل لبرامج مكافحة الملاريا على نطاق واسع.
موسيقي شهير	معتدل. حقق نجاحاً في مهنته ويتطلع إلى رد الجميل إلى بلده.	إيجابي. سبق وتحدث عن احتياجات بلده من أجل التخلص من الملاريا.	معتدل. يعرفه ملايين المعجبين ويحترمونه لكن خبرته محدودة في العمل مع الحكومة.	يستطيع الموسيقي أن يصبح متحدتاً باسم الحملة ويستخدم نفوذه لإقناع آخرين بالمشاركة.



تحديد سياق أدلة الملاريا

قبل البدء بتنفيذ مشروع جديد في المجال العام، يستخدم العديد من المدراء أداة التحليل السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي لتحديد العوامل الخارجية التي يحتمل أن تؤثر على نجاح المشروع أو فشله. سوف تساعدكم أداة التحليل السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي في لقاء نظرة عامة على التطورات الراهنة وفي توجيه الأعمال المستقبلية وتوقيتها.

تطلب أداة التحليل السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي من المستخدمين أن يتبادلوا الأفكار المتعلقة بالعوامل الخارجية في الفئات التالية:

- السياسية: ما هو الجو السياسي الراهن وكيف يمكن لذلك أن يؤثر على قدرتك في إشراك الزعماء السياسيين؟

- الاقتصادية: ما هو الوضع الاقتصادي لبلدكم؟ ما مدى سلامة ميزانيته؟ ما هي الاستراتيجية الراهنة بشأن الحد من الفقر؟
- الاجتماعية: ما هي حالة المام معظم الأشخاص بالملاريا؟ أي مجموعات ديمغرافية هي الأكثر تضرراً بها؟
- التكنولوجية: ما هي الأدوات الحالية التي يستخدمها بلدكم لمكافحة الملاريا في الميدان (الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، فحص التشخيص) وخلف الكواليس (برامجيات تحليل البيانات، نظم الإبلاغ السريع) على حد سواء؟

أداة التحليل السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي

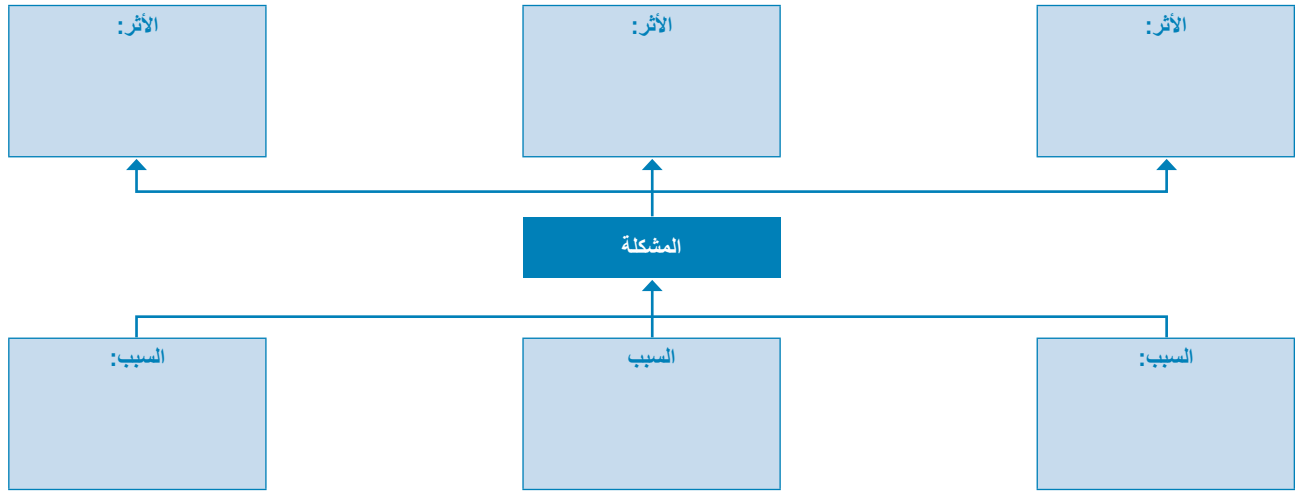
العوامل الاقتصادية	العوامل السياسية
العوامل التكنولوجية	العوامل الاجتماعية

تحديد مجالات العمل

تعرفون في هذه المرحلة وضع الملاريا وأثرها وما يتم القيام به لمكافحةها في بلدكم. حددتم أصحاب المصلحة الرئيسيين في هذا المجال إلى جانب بعض الأطراف الفاعلة المحتمل أخذها في الاعتبار، وتفهمون السياق الأوسع. حان الوقت الآن لاستخدام هذه الأدلة لتحديد نهج حملة يمكنه أن يدعم الجهود المبذولة لمكافحة الملاريا في بلدكم.

تضمن الطريقة السهلة للنظر إلى «الصورة الشاملة» لمشكلة ما من خلال أداة شجرة المشكلة والحل. شجرة المشكلة والحل هي ببساطة مخطط انسيابي يتضمن «المشكلة» في الوسط ويظهر كيف أن بعض الحالات تساهم في التسبب بالمشكلة ومن ثم يعرض تصوراً للأثار الأولية والثانوية للمشكلة. يمكن أن تكون المشكلة التي تختارونها من أجل هذا التمرين أي موضوع يثير اهتمامكم - بدءاً من مشكلة كبيرة متعددة الأوجه مثل «الملاريا موجودة في بلدي» وصولاً إلى مسألة محددة مثل «الثغرة في تمويل برامج مكافحة الملاريا».

شجرة المشكلة والحل



الرسم 3: شجرة المشكلة. مقتبسة من شراكة دحر الملاريا. آب/أغسطس 2014. دليل مناصرة شراكة دحر الملاريا لتعبئة الموارد. <http://archiverbm.rollbackmalaria.org/docs/2014/ARMGuide.pdf>

شجرة الحل

4. ترجموا المشكلة الرئيسية إلى حل. حددوا الحلول من خلال تحويل كتابة البيانات السلبية إلى كتابة بيانات ايجابية. مثلاً، «يتم القيام بأعمال عالمية ومحلية لزيادة التمويل وسد الثغرات.» (وسط الشجرة).
5. أدرجوا تأثيرات الحل. حددوا بمساعدة إرشادات البرنامج الوطني لمكافحة الملاريا، السلع الأساسية وخدمات مكافحة الملاريا اللازمة لكنها غير ممولة. (فروع الشجرة).
6. أدرجوا التدخلات المحتملة المعنية بالمناصرة. حددوا أعمال المناصرة اللازمة لحل المشكلة. (جذور الشجرة).

من الأفضل القيام بهذا التمرين عندما تتبادلون الأفكار ضمن مجموعة بعد تجميع الأدلة. إليكم دليل لإنشاء شجرتكم الخاصة للمشكلة والحل تتوافق مع النموذج أدناه.

شجرة المشكلة

1. ابدأوا بتحديد المشكلة الرئيسية - الثغرات البرمجية والتمويلية للملاريا في هذه الحالة. خذوا بالاعتبار إنشاء شجرة للثغرة في كل سلعة أساسية (مثلاً، الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، المركبات العلاجية القائمة على مادة الأرتيميسينين، فحص التشخيص السريع، وما إلى ذلك). (وسط الشجرة).
2. أدرجوا تأثيرات المشكلة الرئيسية. مثلاً، أحد تأثيرات الافتقار إلى إمكانية الحصول على السلعات الأساسية لمكافحة الملاريا هو زيادة وفيات الأطفال. (فروع الشجرة).
3. أدرجوا الأسباب الكامنة للمشكلة. مثلاً، قد يكون أحد أسباب الثغرات التمويلية أنها لا تتمتع بالأولوية كي يجد لها صانعو القرارات حلاً كون معظم التمويل الصحي يأتي من مانحين بشكل منح. (جذور الشجرة).



نموذج شجرة المشكلة

تأثيرات المشكلة

تمنع الملاريا النمو الاقتصادي.
نسبة وفيات الأطفال والرضع عالية.
تخسر الأعمال التجارية أرباحاً نتيجة
التغيب عن العمل بسبب الإصابة
بالملاريا.



يموت الأشخاص نتيجة الإصابة
بالملاريا.
تضعف الملاريا قدرة الأطفال في التعلم.
تفقد الأسر المعيشية المداخل نتيجة
الإصابة بالملاريا.

الأسباب الكامنة

لا تعتبر الاقتصادات الناشئة أن لها
مصلحة في تمويل برامج مكافحة الملاريا
في أفريقيا.

التمويل من المانحين التقليديين غير كاف
لتحقيق الأهداف.

الميزانيات العامة المحلية شحيحة الموارد
إذ عليها معالجة أولويات إنمائية مختلفة.

لا تتم معالجة الملاريا كمسألة إنمائية
عند تقرير تخصيص موارد القطاع العام
المحلية.

لا يعتبر القطاع الخاص المحلي الملاريا
تهديداً لتنمية الأعمال التجارية.

العقبات أمام الاستخدام المجدي للموارد
قائمة.

التأثيرات الإيجابية

يصل نمو نصيب الفرد من الدخل إلى مستوى نصيب الفرد من الدخل في البلدان الخالية من الملاريا، ما يشكل أكثر من 5 أضعاف.

زيادة دخل الأسر المعيشية

نسبة غياب أدنى في التعلم والأعمال التجارية

يمكث الأطفال في المدرسة

يتم إنقاذ الملايين من الأشخاص نتيجة توفر السلع الأساسية مثل الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، العلاج الوقائي المتقطع في حالات الحمل، الرش الموضعي للأماكن المغلقة، فحص التشخيص السريع و المركبات العلاجية القائمة على مادة الأرتيميسينين.

نظام صحي معزز

إنتاجية زراعية متزايدة

الأعمال

دعوة الاقتصادات الناشئة لزيادة المنح لبرامج مكافحة الملاريا في أفريقيا.

دعوة القطاع الخاص لتخصيص موارد من أجل تعليم الموظفين وأسرهم ومجتمعاتهم المحلية وحمايتهم.

الدعوة من أجل إيجاد حلول ابتكارية للتمويل (سندات الملاريا، فرض ضرائب على أسعار تذاكر الطيران، فرض ضرائب على الكحول والتبغ) لمعالجة شح الميزانيات العامة المحلية.

دعوة الشعوب والمسؤولين المنتخبين لمعالجة الملاريا كأولوية إنمائية عند تقرير تخصيص موارد القطاع العام المحلية.

إقناع المانحين التقليديين بالمحافظة على التزاماتهم بالتمويل وزيادته.

الدعوة من أجل تحقيق فعالية التكاليف وإدماج الخدمات بشكل أفضل من أجل خفض الاحتياجات للموارد (طرائق فاعلة لشراء الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، توفر فحص التشخيص السريع، مجموعة خدمات صحية متكاملة بما في ذلك الوقاية من الملاريا، ومكونات مكافحة الملاريا والقضاء عليها)



الوحدة 2: التخطيط والتشاور

مقدمة

ينبغي مراعاة واقع أن التخطيط هو عملية مستمرة. فإذا تغيرت الظروف أو توفرت فرص جديدة، عودوا إلى خططكم وراجعوها. وقد يكون من المفيد جدولة مراجعة خططكم بشكل دوري للحرص على أنها لا تزال مفيدة.

الأهداف التعليمية

عند حلول نهاية هذه الوحدة، تكونون قد:

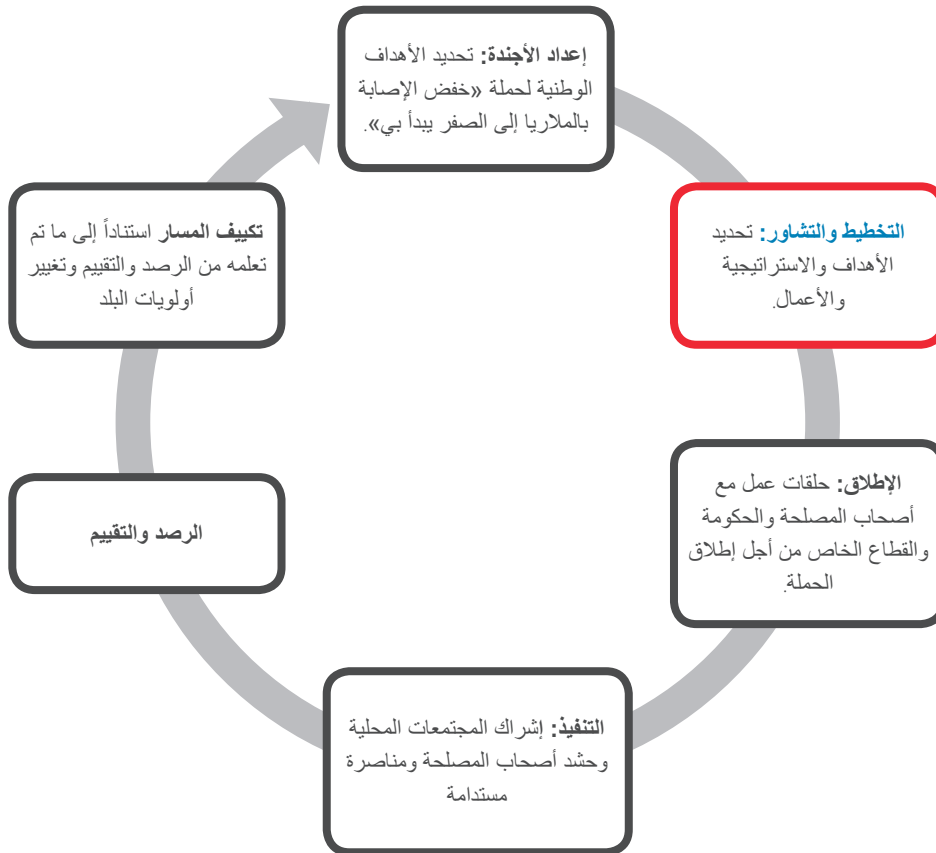
- حددتم مجموعة من الأهداف المحددة والقابلة للقياس والقابلة للتحقيق والهامة والمقيدة زمنياً (SMART)
- حددتم استراتيجية لتحقيق هذه الأهداف
- أعددتكم خطة عمل للشروع في العمل
- تشاورتم مع أصحاب المصلحة الرئيسيين
- حددتم الموارد البشرية والمادية التي ستحتاجون إليها لتحقيق أهدافكم.
- فهمتم المخاطر التي ينطوي عليها مشروعكم.

إذا استخدمتم الأدوات المذكورة في الوحدة السابقة التي تحمل عنوان إعداد الأجنحة، يكون قد أصبح لديكم الآن فكرة واضحة عن المسائل المتعلقة بالملاريا في بلدكم وأين ينبغي أن تركزوا جهودكم.

يستطيع التخطيط في أي مشروع أن يوفر الوقت والطاقة ويزيد من تأثيركم متيحاً لكم فرصة أن تكونوا فاعلين قدر الإمكان في قيادة التغيير الدائم. يتطلب التخطيط تحديد الأهداف التي تلائم حملتكم بشكل أفضل استناداً إلى احتياجات بلدكم وقدراتكم الخاصة. عندما تختارون هدفاً أو أكثر، ستساعدكم هذه الوحدة في تصميم استراتيجية وخطة عمل لتحقيق هذه الأهداف.

كذلك، يستطيع التشاور مع أصحاب المصلحة والخبراء الذين حددتموهم أن يساعدكم في تقييم المخاطر وإمكانية تنفيذ خططكم، إلى جانب بناء علاقات يمكنها أن تتحول إلى تحالفات أو شراكات.

الرسم 4: التخطيط والتشاور في دورة مشروع خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر



القسم 1: تحديد الأهداف

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 الملاريا، 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 مقلقة 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.

وعندما تبحثون عن شركاء أو متعاونين، اسعوا إلى تكوين المزيج الصحيح. سوف تحظى حملة شبيهة بحملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي» بجهات فاعلة متنوعة ومتحدة للقضاء على الملاريا. 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 الملاريا وأحداثاً أخرى يمكنها أن توفر فرصة للقاء آخرين يعملون على قضية الملاريا. فحين تسنح لكم فرصة لمناقشة أفكارهم بشأن قضيتكم المختارة، احرصوا على طرح أسئلة مفتوحة تتيح لهم أن يشرحوا آراءهم، بدلاً من توجيه إجابته من خلال أسئلة مقلقة (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 بالملاريا إلى الصفر.

اختيار الأهداف:

ماذا ستحقق الحملة؟

قد يكون ثمة حاجة للقيام بالعديد من التغييرات للقضاء على الملاريا، 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.



المعايير الموضوعية لأداة SMART

س	م	ا	ر	ت
محددة	قابلة للقياس	قابلة للتحقيق	هام	محددة زمنياً
كونوا محددين قدر الإمكان عند تحديد الأهداف كي يكون ما تعملون على تحقيقه واضحاً.	احرصوا على أن يكون الهدف قابلاً للقياس كي تتمكنوا من معرفة أنكم أنجزتموه.	اختراروا أهدافاً واقعية يمكن تحقيقها من خلال مواردكم وشركائكم ومهاراتكم المتوفرة.	احرصوا على أن تشكل الأهداف مساهمة هامة في رؤيتكم لبلد خال من الملاريا.	حددوا متى تعتزمون إتمام هدفكم أو تحقيق تقدم إزاءه.

اليك بعض الأمثلة عن أهداف SMART والأهداف التي لا تلي هذه المعايير:

نموذج الهدف 1: الحصول على تعهدات علنية بالالتزام بالقضاء على الملاريا من مئة عضو في البرلمان بحلول كانون الثاني/يناير 2020.

هل هذا الهدف محدد؟	أجل، يحدد نوع التعهد (علني، للقضاء على الملاريا) والأشخاص الذين ينبغي ان يقوموا بالتعهد (مئة عضو في البرلمان).
هل هذا الهدف قابل للقياس؟	أجل، سوف يتم تحقيق الهدف بعدما يكون قد تعهد مئة عضو علنية.
هل هذا الهدف قابل للتحقيق؟	أجل، إذا حظيت الحملة بمكانة عالية بما فيه الكفاية للتمكن من الوصول إلى أعضاء البرلمان، سوف يشكل الطلب منهم أن يتعهدوا بالدعم هدفاً واقعياً.
هل هذا الهدف هام؟	أجل، سوف يكون دعم البرلمانيين حاسماً لتحقيق القضاء على الملاريا.
هل هذا الهدف محدد زمنياً؟	أجل، تم تحديد تاريخ لتحقيق هذا الهدف.

نموذج الهدف 2: جمع الأموال من أجل برنامج مكافحة الملاريا.

هل هذا الهدف محدد؟	كلا، لا يحدد نوع التمويل والمبلغ الذي ينبغي جمعه وممن وغيرها من الأمور.
هل هذا الهدف قابل للقياس؟	كلا، رغم أن التمويل سهل القياس لكن الهدف لا يحدد المبلغ الذي ينبغي تجميعه.
هل هذا الهدف قابل للتحقيق؟	أجل، جمع الأموال هو هدف واقعي لحملة، لكنه يعتمد على المبلغ المستهدف.
هل هذا الهدف هام؟	أجل، يشكل التمويل للقضاء على الملاريا جزءاً أساسياً لحملة ناجحة.
هل هذا الهدف محدد زمنياً؟	كلا، لم يتم تحديد أي تاريخ لهذا الهدف.

إلى من تحتاج الحملة كي تؤثر؟

يكون من السهل الاتصال ببعض أصحاب المصلحة لكن قد يكون تأثيرهم ضعيفاً أو لربما لديهم موقف متناقض مع رؤيتكم. قد يكون أصحاب مصلحة آخرين شديدي النفوذ وإيجابيين جداً لكن يصعب الوصول إليهم - مثل رئيس البلد أو المشاهير. حاولوا استخدام الأداة التالية لوضع «مخطط» لتأثير صاحب المصلحة وموقفه وإمكانية الوصول إليه من أجل تحديد صاحب المصلحة الذي ينبغي التواصل معه وكيف.

تستطيع أداة تحليل أصحاب المصلحة [ص. 17] مساعدتكم في تحديد الأطراف الفاعلة الرئيسية أو الجهات الفاعلة المحتملة في مكافحة الملاريا في بلدكم. الآن وقد أصبح لديكم فهم أفضل لأهدافكم، يمكنكم أن تحددوا أصحاب المصلحة الأوليين من أجل عقد الشراكات أو التوعية. من بين أصحاب المصلحة المدرجة اسماءهم يملك النفوذ الذي قد يساعدكم في تحقيق أهدافكم؟ يمكن أن يكون هذا النفوذ من خلال صلات سياسية، إمكانية الوصول إلى شبكات علمية أو مناصرة، إمكانية الوصول إلى التمويل، أو منصة لنشر رسائل موجهة إلى جماهير رئيسية.

التأثير

ضعيف	كبير
مرتفع	الداعمون الأولون يستطيع أصحاب المصلحة هؤلاء أن يصبحوا حلفاء رئيسيين ويساعدونكم في تحقيق أهدافكم. ركزوا جهود المشاركة هنا.
منخفض	المعارضون الثانويون لا يملكون الكثير من السلطة رغم أنهم يعارضون عملكم. أصغروا إليهم كي تفهموا شواغلهم، لكن ما عدا ذلك يمكن تجاهلهم.

الاتساق

القسم 2: التوجه إلى وضع خطة عمل

أنتم مستعدون في هذه المرحلة لأن تضعوا خطة ملموسة لكيفية إشراككم لجمهوركم المستهدف من أجل تحقيق أهدافكم. سوف يساعدكم هذا القسم في التعبير عن نظريتكم للتغيير ووضع خطة عمل مفصلة لإرشاد عملكم وتقييم الموارد التي ستحتاجون إليها وتقييم المخاطر.

تخطيط العمل

ينبغي أن يجري تخطيط العمل مع أعضاء في حملتكم قبل البدء بالأنشطة. ففي العمل معاً، ستتقون وفريقكم على نهج ملائم لهيكلية فريقكم وأهدافه، مع تحديد واضح للمسؤوليات المحددة لكافة الأطراف.

أفضل طريقة لتنظيم مصفوفات التخطيط هي تنظيمها وفقاً للهدف وذلك من أجل تصور كيفية مساهمة كل عمل في تحقيق الهدف. بعد إدراج الأولوية، أضيفوا المؤشر الذي ستستخدمونه لقياس التقدم، الأهداف التي تأملون تحقيقها، التاريخ الذي تأملون تحقيقها فيه، وتفويض مسؤولية تحقيقها لفرد.

تستطيع وحدات المشاركة السياسية ومشاركة القطاع الخاص والمشاركة المجتمعية أن تساعدكم في تقرير أنواع العمل التي ينبغي استخدامها من أجل الوصول إلى كل صاحب مصلحة.

كذلك، تشكل مرحلة تخطيط العمل الوقت المثالي للبدء بالتفكير بالرصد والتقييم. استخدموا **أداة اطار الرصد والتقييم** في الصفحة 68 بعد وضعكم خطة العمل، وذلك من أجل اختيار المؤشرات وتبيان كيفية صلتها بالأنشطة والمخرجات والنتائج التي تغطيها حملتكم.

مخطط الداعمين والمعارضين

لن يكون كل صاحب مصلحة مستعداً للعمل لصالحكم، وقد يعارض البعض منهم بعض أهداف الحملة. سيساعدكم هذا المخطط في معرفة من سيكون مستعداً للمساعدة ومن الذي قد يعيق التقدم. جمعوا أصحاب المصلحة في المربعات المجعة وفقاً للتأثير والاتساق كما هو مبين في الجدول أدناه.

مستخدمين الأداة أعلاه، كيف تصنفون نموذج أصحاب المصلحة أدناه؟ ما الذي قد تفعلونه من أجل إشراكهم فعلياً (ما هو حجم الموارد الذي قد تستثمرونها في إشراكهم، وكيف ستواصلون معهم، وأمور أخرى)؟

- **عمدة مدينة صغيرة:** يهتم هذا العمدة في حماية أطفالكم في مدينتهم من المرض. لكنه ليس على اتصال بعمد آخرين ويعتزم العمل بمفرده.
- **مجموعة من البرلمانيين:** يريد هؤلاء البرلمانيون في هذا المثال، أن يخفصوا الإنفاق العام. لا يعتقدون أن على الحكومة زيادة الاستثمارات في مجال الصحة ويتمتعون ببعض النفوذ في عملية وضع الميزانية.
- **وزير الصحة:** وزير الصحة هو طبيب أطفال سابق وهو قلق جداً بشأن الملاريا ويكن له أعضاء آخرين في الحكومة احتراماً كبيراً.
- **عمل تجاري صغير في العاصمة:** يريد صاحب هذا العمل التجاري الصغير أن يصنع اسماً إيجابياً لنفسه لكنه لا يملك الكثير من الموارد لدعم الحملة.
- **زعماء قرية صغيرة:** في هذا المثال، لا يثق زعماء قرية صغيرة منزلة وتعاني من عدة مشاكل نتيجة الإصابات بالملاريا، بالعاملين في المجال الصحي. يشكون بمحاولات زيادة الخدمات الصحية ورفضوا المشاركة في الحملات السابقة بشأن الرش الموضوعي للأماكن المغلقة.
- **الزعماء الدينيين:** تريد مجموعة من زعماء دينيين بارزين المساعدة في تخفيف حدة الفقر وإيجاد حل للمشاكل الصحية. يحترمهم العديد من الأشخاص ويصغون إلى برامجهم الأسبوعية الإذاعية.



خطة العمل

الهدف	النشاط	المؤشر	الأداء المستهدف	التاريخ	المسؤولية

تجدون أدناه نموذج مصفوفة تخطيط العمل معاً. يرجى ملاحظة كيف يمكن أن يكون هناك عدة أنشطة لكل هدف و عدة مؤشرات لكل نشاط.

نموذج خطة عمل

الهدف	النشاط	المؤشر	الأداء المستهدف	التاريخ	المسؤولية
الحصول على تعهدات علنية بالالتزام بالقضاء على الملاريا من مئة عضو في البرلمان بحلول عام 2020.	تنظيم حلقة عمل برلمانية بشأن حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي»	المشاركون في حلقة العمل	200	أيار/مايو 2019	مدير شؤون السياسة العامة للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا
		التعهدات العلنية بعد حلقة العمل	100	أيار/مايو 2019	
	الاجتماع بالبرلمانيين لتشجيعهم في أن يصبحوا رواد الحملة.	الاجتماعات مع البرلمانيين	10	أيار/مايو 2019	مدير شؤون السياسة العامة للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا
زيادة الاستخدام الوطني للناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية في المناطق الموبوءة بالملاريا بنسبة 80% بحلول عام 2020.	إطلاق حملة إعلانية تشجع على استخدام الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية	بث الإعلانات الإذاعية	1000	أيار/مايو 2019	منظمة غير حكومية شريكة تغيير السلوك الاتصالات القيادة
	التشجيع على استخدام الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية في حلقات العمل المدرسية بقيادة رواد مجتمعيين	حلقات عمل مدرسية أقيمت	100	حزيران/يونيو 2019	منظمة غير حكومية شريكة تغيير السلوك الاتصالات القيادة

إعداد الرسائل

مثلاً: «حملة 'خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي' هي حملة لجعل أفريقيا خالية من الملاريا. يمكن الوقاية من الإصابة بالملاريا ومعالجتها، ومع ذلك لا تزال تقتل طفلاً كل دقيقتين. لذا، يمكننا بمساعدتكم أن نقضي على المرض نهائياً.»

وما أن تكونوا قد أعددتكم بضع رسائل عامة لوصف اهدافكم، فكروا بكيف يمكنكم تكييف الرسالة أو وضع إطار لها من أجل توجيهها إلى جماهير مختلفة، إذ أن لدى العديد من أصحاب المصلحة الذين تريدون إشراكهم أولويات واهتمامات أخرى. فحين تتفاعلون معهم، تريدون أن تكون حملتكم ذات صلة بعملهم قدر الإمكان. ما هي المسألة التي تشكل أكثر اهتماماتهم؟ ثم احرصوا على إدماج العمل المحدد الذي تريدونهم أن يتحدثوا عنه لدعم حملتكم. غالباً ما يدعى هذا الأسلوب من الرسائل

سوف تحتاجون عند تشارككم مع أصحاب المصلحة وصانعي القرارات وعامة الشعب، لأن تتوافقوا على الرسائل الرئيسية التي تجيب على السؤال التالي: ما هو هدف حملتكم؟

الرسالة الجيدة هي بسيطة وسهلة الفهم. تفادوا كافة الأسماء المختصرة والمفردات التخصصية (الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية، مكافحة نواقل المرض، المركبات العلاجية القائمة على مادة الأرتيميسينين وغيرها). تريدون أن تجد رسالتكم صدى لدى الأشخاص وتحثهم على الاهتمام بقضيتكم. ويمكن أن يكمن نسق الرسالة المفيد في أن تبدأوا بوصف الحملة ومن ثم تستخدموا دليلاً رئيسياً يتعلق بالمشكلة وتنتهوا الرسالة بذكر هدف حملتكم.

قائمة مرجعية للاسترشاد في إعداد الرسالة

- بسيطة وسهلة الفهم
- لا مفردات تخصصية
- أسلوب ايجابي وملهم
- تركز على الحل
- تستند إلى أدلة
- تتضمن دعوة للعمل
- تتلاءم مع اهتمامات المستلم
- مسلمة بنسق ملائم
- مسلمة من المرسل الملائم

كونوا متأنبين بشكل خاص في كيفية تمرير رسالتكم، إذ إن تشددون كثيراً على المشكلة ستبدو صعبة جداً ومحبطة وميؤوساً منها حتى. كذلك، توخوا الحذر في اختيار الصور التي تستخدمونها، إذ يفضل الأشخاص النظر إلى أشخاص سعداء يحسنون حياتهم بدلاً من النظر إلى أشخاص يعانون. استخدموا أسلوباً إيجابياً وسيرغب الشركاء في المشاركة في الحل!

تحديد الموارد والاحتياجات

الآن وقد أصبح لديكم خطة عمل، فكروا بما يتطلب الأمر لتنفيذها. هل لديكم المال والمهارات والنفوذ التي تحتاجون إليها لتحقيق أهدافكم؟ اطرحوا الأفكار بشأن بعض المنافع التي لديكم لكل فئة في الأداة التالية، ومن ثم فكروا ببعض التحديات أو ما تفتقرون إليه.

«بشعار المصاعد». تخيلوا أنفسكم في مصعد مع شخص يمكنه أن يدعم حملتكم. تحتاجون لأن تقنعوه بالانضمام إليكم خلال أقل من 30 ثانية وذلك للفت انتباهه.

مثلاً، إذا كنتم ستجتمعون مع أعضاء شركة تعدين يحتمل أن تصبح شريكاً، يمكنكم أن تقولوا: «حملة 'خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي' هي تحالف للقضاء على الملاريا في بلدكم. تتسبب الملاريا بالمعاناة، تلحق الضرر بالأسر وتجعل الأفراد يجدون صعوبة أكبر في العمل. تلحق الملاريا الضرر بالجميع في بلدنا وحتى بأعمالكم التجارية. ساعدونا في القضاء على الملاريا، نحتاج إلى دعمكم العام المقبل في توزيع الناموسيات والوصول إلى العدد الأكبر من الأشخاص قدر الإمكان.»

فكروا بالإضافة إلى هذه الرسالة، في كيفية تسليمها من أجل التأثير إلى أقصى حد. قد تكون بعض الجماهير شديدة الاهتمام بالقضية ومستعدة لقراءة موجز من صفحة أو صفحتين عن عملكم. لكن معظم الأشخاص ليسوا مهتمين بقدر كاف ومن الأفضل الوصول إليهم من خلال فقرات قصيرة أو جملة واحدة. يمكن إدماج رسالتكم في خطابات، عروض، وسائل التواصل الاجتماعي أو بأي نسق يصل إلى جمهوركم.

كذلك، يتمتع الرسول أحياناً بالأهمية نفسها التي تتمتع بها الرسالة. فإذا كان لديكم متحدث باسمكم يتمتع بسمعة وتأثير قويين بين الجمهور المستهدف، خذوا في الاعتبار أن تطلبوا منه تسليم الرسالة.

أداة تحديد الموارد والاحتياجات

المنافع	التحديات	الخطوات التالية
الموارد البشرية		
الموارد المالية		
الشركاء		
العلاقات		
السمعة		

مقتبس من منظمة المياه والمساعدات (WaterAid) 'مجموعة مراجع المناصرة' (2007)



نموذج أداة تحديد الموارد والاحتياجات

هذا المثل معبأ من أجل بلد خيالي بهدف تبيان كيف سيبدو هذا الرسم البياني متى تمت تعيئته.

الخطوات التالية	التحديات	المنافع	
<ul style="list-style-type: none"> التخطيط للمشروع بوجود عبء إداري خفيف للحرص على أن يكون لدى العاملين وقتاً كافياً للقيام بواجبات أخرى. 	<ul style="list-style-type: none"> الافتقار إلى عدد كاف من العاملين لإدارة المهام الروتينية في إدارة مشروع. 	<ul style="list-style-type: none"> العديد من العاملين ذوي مهارات ومتخصصين ولديهم خبرة في المناصرة 	الموارد البشرية
<ul style="list-style-type: none"> الاقتراح على الشركاء في القطاع الخاص التسويق للعلامتين التجاريتين معاً 	<ul style="list-style-type: none"> لا تملك الحملة الموارد الكافية من أجل التوعية بشأن العلامة التجارية وأنشطة التوعية. 	<ul style="list-style-type: none"> يدعم البرنامج الوطني للقضاء على الملاريا الحملة من خلال منحة أولية بقيمة 50 ألف دولاراً أمريكياً. 	الموارد المالية
<ul style="list-style-type: none"> تنظيم دورة توعية للعاملين في وزارة الصحة من أجل تبادل الرسائل بشأن الملاريا واستحداث دعم للحملة 	<ul style="list-style-type: none"> الافتقار إلى الشركاء ضمن وزارة الصحة لنصرة القضية 	<ul style="list-style-type: none"> وافقت شركة اتصالات كبيرة على المشاركة في حملة تغيير السلوك الاجتماعي 	الشركاء
<ul style="list-style-type: none"> الطلب من زميل في وزارة الشؤون المالية أن يذكر الحملة للبرلمانيين خلال اجتماعهم اللاحق. الطلب من مناصري الحملة أن يعرفوا عن أنفسهم إلى البرلمانيين في الأحداث غير الرسمية. 	<ul style="list-style-type: none"> لا وجود لجهات اتصال في البرلمان 	<ul style="list-style-type: none"> العديد من جهات الاتصال في وزارة الشؤون المالية 	العلاقات
<ul style="list-style-type: none"> استخدام اللوحات الإعلانية والإعلانات الإذاعية لإطلاع الأشخاص بالحملة. 	<ul style="list-style-type: none"> سمع عدد قليل جداً من الأشخاص في أوساط الأعمال التجارية أو سمع نطاق أوسع من السكان بالحملة 	<ul style="list-style-type: none"> سمع العديد من جهات الاتصال عن الحملة من خلال الاتحاد الأفريقي 	السمعة

حاولوا القيام بالتمرين التالي الخاص بطرح الأفكار. تخيلوا أنكم بعد سنة من الآن (أو خمس سنوات أو عشرة). تخيلوا أنكم فشلتم في تحقيق أهدافكم ودونوا عدة أسباب لحدوث ذلك.

خذوا في الاعتبار مدى احتمال حدوث كل خطر ومدى خطورة العواقب. يمكنكم استخدام المخطط أدناه لتدوين كل خطر، ما سيساعدكم في اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن ما ستقومون به لاحقاً.

تعاني معظم حملات المناصرة من صعوبات كبيرة في تأمين الموارد المالية الكافية لتحقيق أهدافها. ولكي تكون حملتكم فاعلة، ستحتاجون لأن تتحلوا بالإبداعية ووسع الحيلة، حيث أن إيجاد رعاة للحملة في القطاع الخاص وخفض التكاليف الإدارية والتشارك مع حملات أخرى تشكل جميعها طرائق للحصول على أفضل قيمة لما لديكم.

تحليل المخاطر

يحمل كل نشاط بعض المخاطر. فالمخاطر هي جزء مقبول وطبيعي في أي مشروع، لكن من المهم معرفة ما هو في كفة الميزان قبل البدء. يمكن أن تكون المخاطر عوامل يحتمل أن تتسبب بفشل المشروع أو بالحاق ضرر بتمويل المنظمة وسمعتها وحتى وجودها.

أداة وضع مخطط المخاطر

الاحتمال		العوالم
كبير	متوسط	
خطر كبير: اتخذوا إجراءات لتفادي حدوثه أو خذوا في الاعتبار تغيير الخطط.		كبيرة
	خطر متوسط: استعدوا لتفادي حدوثه أو تخفيف وطأته	متوسطة
		متدنية

لتفادي حدوثها أو تخفيف وطأتها إذا كان من المحتمل تفادي حدوثها.

ما أن تكونوا وفريقكم قد طرحتم الأفكار بشأن عدد من المخاطر المحتملة في المشروع والمنظمة، سجلوها وحددوا استراتيجيات

أداة إدارة المخاطر

تخفيف وطأة الخطر	تفادي حدوث الخطر	الخطر

مقتبسة من مجموعة أدوات المناصرة لليونيسف (2010) نيويورك

أدوات إضافية

إدارة المخاطر: كيفية الاستعداد لمواجهة المخاطر غير المحددة
<https://www.pmi.org/learning/library/characterizing-unknown-unknowns-6077>

كيم، س. د. [2012]. تحديد خصائص المجهول المجهول. ورقة مقدمة في المؤتمر العالمي لمبادرة رئيس الولايات المتحدة بشأن الملاريا @ 2012 - أمريكا الشمالية، فانكوفر، كولومبيا البريطانية، كندا. نيوتون سكوير، بنسلفانيا: معهد إدارة المشاريع.

الإطار السريع لتقييم الروابط بين البحوث والسياسات: تستطيع هذه الأداة أن تساعدكم في معرفة كيف يمكن أن تؤثر البحوث بأفضل شكل على عمليات اتخاذ القرار. <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/events-documents/2764.pdf>

تحديد أنواع المخاطر: تصف أنواعاً مختلفة من المخاطر وفقاً لتحديداتها وقياسها الصحيحين [المعروف المعلوم، المجهول المعلوم والمجهول المجهول].
<https://www.projecttimes.com/articles/things-known-and-unknown.html>



الوحدة 3: المشاركة السياسية

مقدمة

سيعرض القسم 1 الأساس المنطقي للمشاركة السياسية، مبيّناً كيف يمكن استحداث دفع للجهود المبذولة في مكافحة الملاريا وموفراً أمثلة عن كيفية التزام بلدان مختلفة. وسوف يعرض القسم 2 أدوات مختلفة لبناء الإرادة السياسية والحفاظ عليها في بلدكم، بما في ذلك دليل حلقة العمل، دليل المناصرة، «تعهد بخفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»، ونماذج ورسوم بيانية مختلفة يمكنها أن تساعدكم في البدء بسرعة.

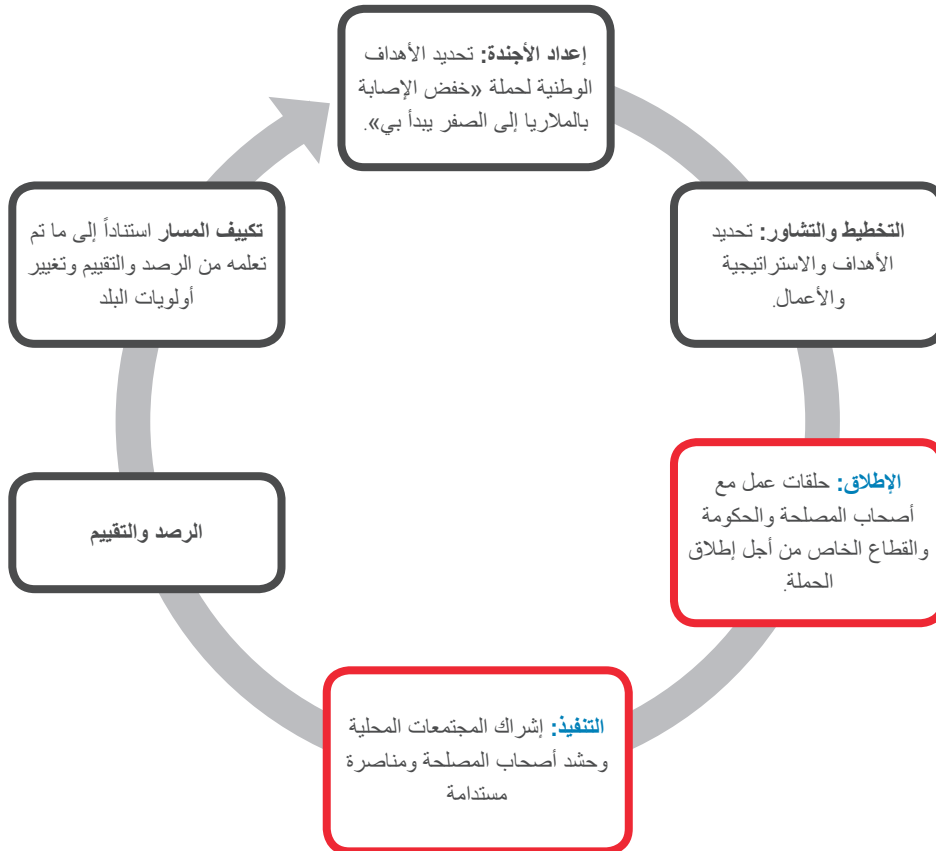
يكمل الالتزام السياسي الرفيع المستوى انخراط الشعب والقطاع الخاص في نهج حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي» من أجل حشد كافة أعضاء المجتمع.

وإذا لم تقوموا بذلك حتى الآن، خذوا في الاعتبار إلقاء نظرة على بعض أدوات إعداد الأجنحة والتخطيط في الوحدات السابقة قبل أن تبدأوا. تستطيع هذه الأدوات أن تساعدكم في اختيار الاستراتيجية الصحيحة لحملةكم وتوفير وقتكم على المدى الطويل.

- **الوحدة 1: إعداد الأجنحة**
- **الوحدة 2: التخطيط والتشاور**

ستساعدكم هذه الوحدة إلى جانب **الوحدة 4 إشراك القطاع الخاص** و**الوحدة 5 إشراك المجتمع المحلي** في تصفح مراحل «إطلاق» و«تنفيذ» حملتكم في الرسم أدناه. سوف تختلف هذه المراحل كثيراً بين البلدان وفق ما تأملون تحقيقه، من الذين تريدون مشاركتهم، وما هو النهج الأفضل لسياقكم المحدد. ليس هناك حلاً ناجحاً في جميع الحالات لمكافحة الملاريا، لذا لا تترددوا في استخدام هذه الأدوات كيفما تناسبكم وكيفوها بالطريقة التي ترونها مناسبة.

الرسم 5: إطلاق وتنفيذ نهج المشاركة في دورة مشروع خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر



الأهداف التعليمية

يشكل **سجل أداء تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا من أجل المساواة والعمل** مصدراً لمقارنة الالتزام السياسي للبلدان الأفريقية في مكافحة الملاريا. تستخدم الأداة بيانات وطنية للمساعدة في تحديد الاختناقات وتتخذ إجراءات سريعة لتحقيق الأهداف في مكافحة الملاريا والقضاء عليها. وتتعبق هذه الأداة مؤشرات رئيسية مثل تمويل السلع الرئيسية والتغطية والتنفيذ ومؤشرات أخرى، وهي محدثة فصلياً ومتوفرة باللغات **الانكليزية والفرنسية والبرتغالية والعربية**. يضاف إلى ذلك أن ما يزيد عن 30 بلداً في أفريقيا وضع أدوات مملوكة من الدولة لإدارة سجل أداء مكافحة الملاريا والقضاء عليها متعقبية التقدم المحرز إزاء تحقيق الأهداف الرئيسية لمكافحة الملاريا ومحددة العمل على الصعيد الوطني ودون الوطني.

- سوف تتمكنون في نهاية هذه الوحدة من:
- فهم كيف تستطيع المشاركة السياسية أن تدعم الجهود المبذولة في مكافحة الملاريا
- فهم النهج الشائعة للمشاركة السياسية
- معرفة كيفية قيادة حلقة عمل مع أصحاب مصلحة سياسيين
- معرفة كيفية استخدام تعهد «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» من أجل بناء الالتزام

القسم 1: دور الدعم السياسي للقضاء على الملاريا

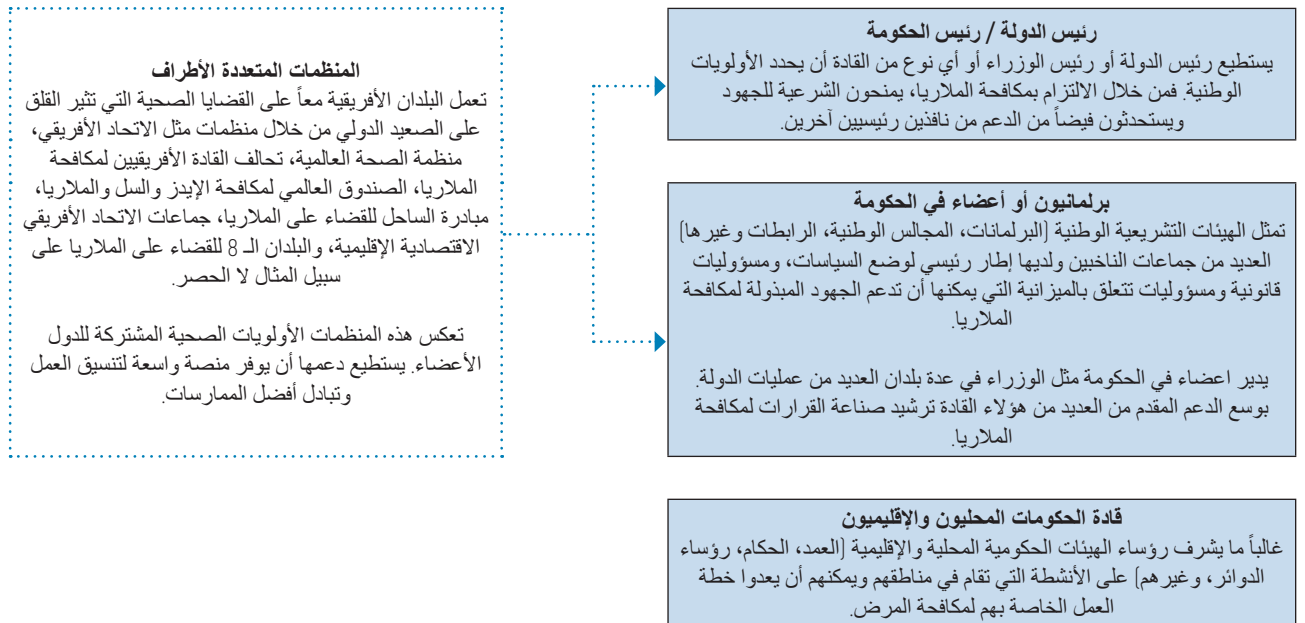
يتطلب النجاح في مكافحة الملاريا دعماً سياسياً رفيع المستوى وانخراط القطاع الخاص وتولي المجتمعات المحلية زمام التدخلات في آن واحد. لقد أقر القادة الأفريقيين منذ فترة طويلة بأهمية مكافحة الملاريا وأثرها على الصحة والنمو الاقتصادي والتفاوت الاجتماعي.

بالتالي، تستطيع حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي» أن تحظى بالدعم على كافة الصعد السياسية مؤمنة التزامات من أعلى مستويات المنظمات السياسية الوطنية والدولية ونزولاً عبر صانعي قرارات حاسمة آخرين ذوي مسؤوليات متخصصة أكثر. يبين الرسم البياني أدناه كيف تستطيع الالتزامات السياسية المتعددة المستويات أن تساهم في مكافحة الملاريا في بلدكم وفي أرجاء أفريقيا.

جعل الاتحاد الأفريقي من القضاء على الملاريا أولوية. ففي عام 2016، صادق الاتحاد الأفريقي على **الإطار التحفيزي لوضع حد للإيدز والسل والقضاء على الملاريا في أفريقيا بحلول عام 2030**. تعترف الخطة بأن إمساك البلد بزمام الخطة والقيادة هما العاملان الرئيسيان لخلو أفريقيا من الملاريا ويوجزان خريطة طريق للقضاء على انتقال الملاريا، إلى جانب منع عودة ظهورها في كافة البلدان بحلول عام 2030.

كذلك، تنسق الاستراتيجية الفنية العالمية لمكافحة الملاريا 2016 - 2030 (GTS) الخاصة بمنظمة الصحة العالمية الجهود المبذولة على الصعيد العالمي. تكمل أهداف هذه التقنية لخفض الإصابة بالملاريا وزيادة التمويل أهداف التنمية المستدامة (SDGs) وتوفر حالياً المعلومات للاسترشاد بها في وضع الاستراتيجيات الوطنية واستراتيجيات الجهات المانحة.

الرسم 6: المشاركة السياسية لمكافحة الملاريا على مستويات مختلفة





- الحفاظ على بند القضاء على الملاريا في صدارة الأجندة السياسية والإنمائية
- استمرار الحشد الاجتماعي، بما في ذلك الحركات الشعبية للقضاء على الملاريا
- زيادة التمويل للقضاء على الملاريا واستمراره، بما في ذلك التمويل المحلي واستخدام طرائق تمويل ابتكارية
- إشراك القطاع الخاص كي يؤدي دوراً هاماً في القضاء على الملاريا

القسم 2: أدوات المشاركة السياسية

يتضمن هذا القسم إرشادات وأدوات يمكنكم استخدامها لإطلاق حملتكم وتنفيذها بين أصحاب المصلحة السياسيين. وضع البرنامج الوطني السنغالي لمكافحة الملاريا وشركاؤهم بعض المواد المدرجة هنا واستخدام بنجاح لبناء زخم لمكافحة الملاريا.

نهج المشاركة السياسية لمكافحة الملاريا

تستطيع المشاركة السياسية مساعدة حملتكم في التأثير على صانعي القرارات من أجل دعم أهداف مكافحة الملاريا. فإذا استخدمتم أداة **تحليل أصحاب المصلحة** في الوحدة 1 **ومخطط الداعمين والمعارضين** في الوحدة 2 يكون قد أصبح لديكم فكرة قوية عنم ستحتاجون إليه للتعاقد معه وكم سيكون صعباً تغيير آرائه.

لدى صانعي القرارات الرفيعة المستوى الذين تتشاركون معهم عادة العديد من الأولويات التنافسية، إذ يطالبهم المواطنون والأفرقة المختصة باستمرار بدعم أو معارضة مواقف مختلفة. اعتبروا الوقت الذي تمضونه معهم ثميناً، وسوف تحتاجون لأن تتركوا انطباعاتاً جيداً من خلال أقوال تستند إلى أدلة تكون موجزة لكن مؤثرة والتي تربط بالمسائل الأوثق صلة باهتماماتهم. انظروا دليل **إعداد الرسائل** في الوحدة 2 لمعرفة المزيد عن كيفية التواصل بفاعلية.

كذلك، تتطلب المشاركة السياسية وقتاً تُترك انطباعات وتتغير الآراء إزاء تفاعلات متعددة من خلال تفضيل استخدام نسق متنوعة. نعرض أدناه بعض الأساليب التي يمكنكم استخدامها للفت انتباه صانعي القرارات وإقناعهم بالالتزام بالحملة وهي:

تحديد موعد اجتماع شخصي: رغم كافة أدوات التواصل الإلكترونية المتوفرة حالياً، تبقى الوسيلة الأفضل لإعطاء انطباعات جيد في الحضور الشخصي. قد يكون من الصعب الاجتماع مع أفراد رفيعي المستوى في المجال السياسي باستثناء إذا كان لديكم اتصال معهم. فإذا كنتم قادرين على تحديد موعد اجتماع رسمي، احضروا مستعدين وبحوزتكم رسائل تتناسب مع اهتماماتهم. اجلبوا بعض الموارد مثل صحيفة وقائع أو موجز من صفحة واحدة عن حملتكم لتبادلها معهم، وسجلات عن مكافحة الملاريا والقضاء عليها في البلد، وأعدوا طلباً محدداً وواقعياً لدعم الحملة، حيث أن

ويستطيع الزعماء السياسيون الملتزمين بمكافحة الملاريا أن يبنوا قاعدة دعم من أجل الجهود التي ستجعل من عملهم أولوية وطنية. وعند تقرير تخصيص موارد شحيحة للبرامج العامة، تضمن الإرادة السياسية القوية عدم معاناة هذه البرامج من ثغرات تمويل التي يمكنها أن تعيق التقدم أو تقود إلى عودة ظهور المرض. وأخيراً، سوف يتطلب النجاح في مكافحة الملاريا في غالبية الأحيان تعاوناً مع البلدان المجاورة. فمن خلال القيادة على سبيل المثال، سوف تلهم الحكومات الحريصة على الوصول إلى تحقيق خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر حكومات أخرى في أن تأخذ القضية بجدية.

تجارب ناجحة للمشاركة السياسية

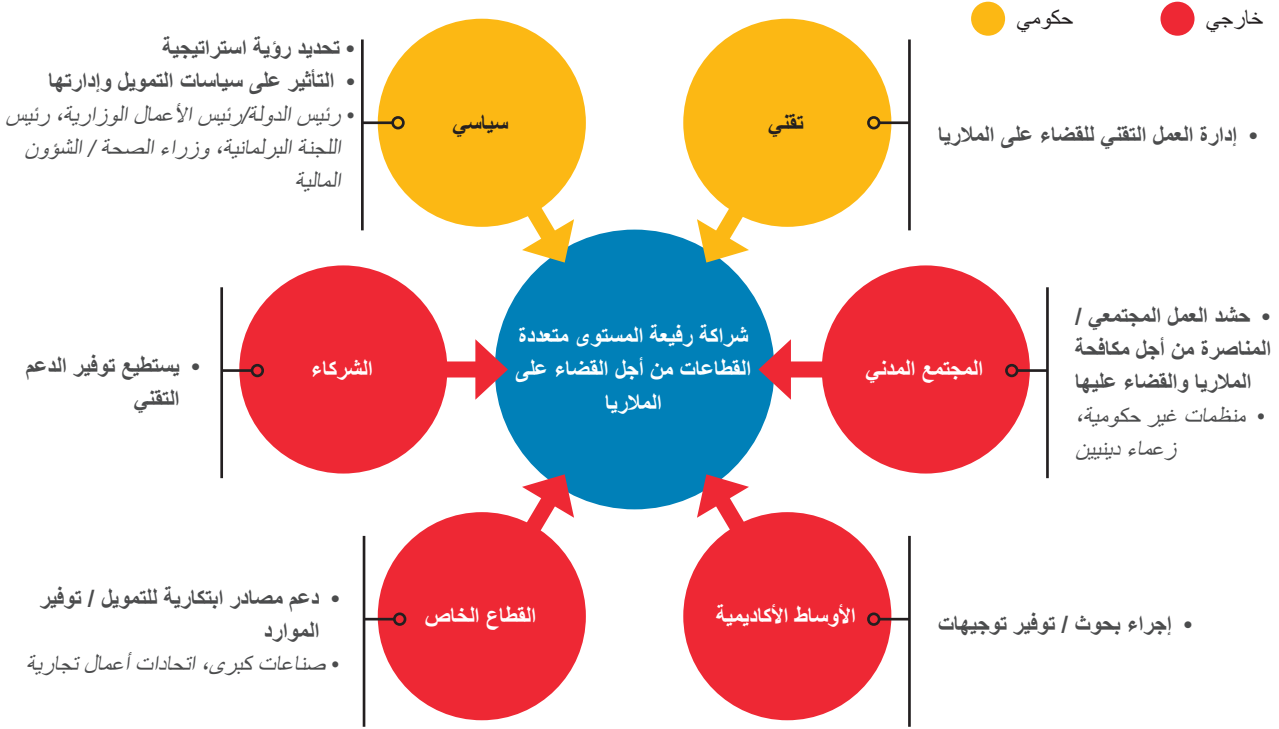
يثبت العديد من الأمثلة في أرجاء أفريقيا قدرة الالتزام الرفيع المستوى في تنفيذ الحملات في جميع أنحاء البلد. ففي زيمبابوا، أعلن الرئيس إدغار اونغو عن استراتيجية البلد الوطنية الأولى للقضاء على الملاريا بحلول عام 2021. يشكل هذا الهدف الطموح التطور الأخير في تاريخ البلد الطويل في ابتكار حلول للقضاء على الملاريا. كانت زيمبابوا من بين أوائل البلدان التي جرّبت نهج «توسيع النطاق للتأثير»، محققة تغطية واسعة لتوزيع الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية وإمكانية الحصول على العلاج في بداية عام 2005. بالتالي، تم تحقيق شعار «الملاريا تنتهي بي» لتلك البلدان في الممارسة حيث أن ثلث تمويل أعمال مكافحة الملاريا جاء من مصادر محلية في عام 2016.

وبعد النجاح في توسيع نطاق الوقاية من الملاريا في أرجاء البلد، بحث برنامج السنغال الوطني لمكافحة الملاريا وشركاؤه عن طرائق جديدة لضمان استخدام المجتمعات المحلية للأدوات للقضاء على الملاريا. وكان من بين مناصريهم الأول وزير الصحة أو كول سك التي استخدمت منصبها لبناء الدعم لحملتهم بين البرلمانيين والوزراء وعمد المدن السنغالية. مكنت هذه المنصة الرفيعة المستوى الحملة من إنشاء شراكات مع شركات كبرى وإطلاق نهجها في المرافق الصحية المجتمعية.

ومؤخراً، أطلق الرئيس الأوغندي بويري موسيفيني حملة العمل الجماعي لمكافحة الملاريا (MAAM) وهي حملة وطنية لجعل أوغندا خالية من الملاريا. وكجزء من الحملة، التزمت أوغندا بزيادة التمويل المحلي المخصص لمكافحة الملاريا وأقامت منتدى برلماني بشأن الملاريا من أجل تحسين الإطار القانوني القائم لبرنامج مكافحة الملاريا.

كذلك، يعمل عدد من البلدان حالياً على تشكيل مجالس وطنية لمكافحة الملاريا. يكون المجلس رفيع المستوى متعدد القطاعات ومؤلفاً من أفراد مدعويين من رئيس الدولة أو الحكومة أو كبير القادة حسب الاقتضاء، من أجل الإشراف على مسار الجهود المبذولة إزاء تحقيق القضاء على الملاريا (أنظروا الرسم البياني أدناه). يكمن التركيز الرئيسي لهذه المجالس في ضمان توافر موارد كافية لتحقيق القضاء على الملاريا، بما في ذلك ما يلي:

الرسم 7: المجالس الوطنية المعنية بالقضاء على الملاريا في العمل



مشاركة رفيعة المستوى من أجل

- ضمان ارتباط الموارد المحلية بالقضاء على الملاريا والتنمية
- تحديد فاعلية البرامج
- إنشاء مشاريع استثمارية من أجل القضاء على الملاريا
- تحديد فرص تمويل ابتكارية وتحقيقها

خلق فرص لاجتماعات غير رسمية: احرصوا على أن تحضروا وشركاؤكم أحداثاً يكون صانعو القرارات حاضرين فيها، مثل مؤتمرات رئيسية معنية بالصحة، أنشطة اليوم العالمي لمكافحة الملاريا وأحداث يوم عيد الاستقلال (انظروا الجدول أدناه للحصول على المزيد من الأفكار). وعندما تكونون ناشطين في المجال العام، من المحتمل أكثر أن تسنح لكم فرصة لقاء أشخاص يمكنهم التأثير على حملتكم. كونوا مستعدين لهذه اللقاءات وبحوزتكم بطاقات عمل وبعض الأدلة المراجعة جيداً التي يمكنها أن تقنعهم بزيادة انخراطهم.

تذكير الزعماء السياسيين بالتزاماتهم بمكافحة الملاريا: قام العديد من البلدان بالتزامات جريئة لمكافحة الملاريا وتستطيع حملة بلدكم أن تفيد من هذه الفرص لتذكير الزعماء السياسيين بما تم الوعد به. تحققوا لمعرفة ما إذا كان بلدكم وقع على ما يلي:

بعض القائمين بالحملات وجدوا أن من المجدي البدء بطلب صغير ومن ثم زيادة نطاق الطلبات التالية، ما ينشئ لدى الفرد حساً بالالتزام بالحملة مع مرور الوقت، وحرصوا على إلحاق الاجتماع برسالة شكر أو رسالة إلكترونية.

تنظيم حلقة عمل أو تدريب بشأن خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر: استخدمت حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي» في السنغال حلقات عمل لشرح نهجهم لمجموعات من البرلمانيين والعمد. قد يقبل الزعماء السياسيون دعوة لحضور حدث من أجل معرفة المزيد بشأن مسألة تؤثر على ناخبهم وذلك من أجل اتخاذ قرارات مستنيرة. ومن الأفضل أن تستغرق حلقات العمل هذه بضع ساعات فقط إذ أن لدى هؤلاء الأفراد العديد من المطالب الأخرى المفروضة على وقتهم. استخدموا أداة تخطيط حلقات العمل الواردة لاحقاً في هذا القسم كنقطة انطلاق.



– إطار الاتحاد الأفريقي التحفيزي لوضع حد للايدز والسيل والقضاء على الملاريا في أفريقيا بحلول عام 2030.

– تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا والقضاء عليها بحلول عام 2030.

– الاستراتيجية العالمية لمنظمة الصحة العالمية بشأن الملاريا للفترة 2016 - 2030.

– اجتماع رؤساء حكومات الكمنولث للالتزام بخفض الإصابة بالملاريا بحلول عام 2023.

– أهداف التنمية المستدامة

– أية بيانات عامة أخرى أو التزامات علنية لمكافحة الملاريا

– الالتزامات والأهداف في الخطة الاستراتيجية الوطنية القطرية لمكافحة الملاريا

تشغيل كمشك في المؤتمرات: تشكل المؤتمرات فرصة سانحة كي تأخذوا موقعكم بين جهات فاعلة أخرى من المجتمع المدني من أجل اكتساب الشرعية والبروز. ففي السنغال مثلاً، أقامت حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر تبدأ بي» معرض صور في مكان حدث دولي. استخدموا صوراً جميلة مقرونة برسائل قوية بشأن الملاريا من أجل وصف عملهم وإلهام آخرين بالانخراط.

نزهات ومسيرات واحتفالات لدعم الجهود في مكافحة الملاريا: يمكنكم أن تجمعوا العديد من أصحاب المصلحة معاً لإظهار الدعم الشعبي للجهود المبذولة لمكافحة الملاريا من خلال تنظيم نزهات ومسيرات وأحداث احتفالية أخرى.

نهج وسائط الإعلام: قد ترغبون بأن تجعلوا الحملة مصدر خبرة في مكافحة الملاريا لتلجأ إليه وسائط الإعلام للحصول على رؤية وآراء. فمن أجل إشراك وسائط الإعلام، ستحتاجون في غالبية الأحيان «لخطف» للقصّة - حدث في توقيت مناسب مثل اليوم العالمي لمكافحة الملاريا، إطلاق استراتيجية وطنية جديدة، أو صدور تقرير. تجدون المزيد من التفاصيل بشأن إشراك وسائط الإعلام في **الوحدة 6: إبراز الحملة.**

حفلة توزيع جوائز حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»: اعترفوا بصانعي القرارات المؤثرين بأن تقدموا لهم جائزة حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي». فمن خلال تقديم جائزة لهم أو شهادة، يمكنكم أن تعبروا لهم عن تقديركم الكبير لجهودهم وخلق حافظ لأخرين كي ينخرطوا، ويحتمل أن تلتفتوا انتباه وسائط الإعلام.

كمشك حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»: أقيموا «كمشك صور» صغيراً في مكان إقامة مؤتمر أو حدث حيث يمكن التقاط صور للأشخاص. اجعلوا الأمر ممتعاً من خلال إضافة خلفية تمثل حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»، ونسخة كبيرة عن التعهد، ودعائم مثل الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية أو عدة الرش الموضعي للأماكن المغلقة أو كرتونة كبيرة تظهر بعوضة.

المشاركة في تواريخ رئيسية

توفر التواريخ الرئيسية والذكرى السنوية مناسبة لتنظيم حدث أو نشاط اتصال. يحتمل أن يحضر الزعماء السياسيون حدثاً بشأن مكافحة الملاريا في اليوم العالمي لمكافحة الملاريا بدلاً من أن يحضروا حدثاً غير متصل بأي شيء حسن التوقيت. كونوا مبدعين في اختيار الوقت. نورد أدناه بعض الأفكار كما يلي:

التواريخ الرئيسية من أجل أحداث مشاركة سياسية

اليوم الدولي للمرأة (8 آذار/مارس): الحوامل معرضات بوجه خاص للإصابة بالملاريا بالتالي، تساهم التدخلات المعنية بمكافحة الملاريا في المساواة بين النوعين الاجتماعيين في مجال الصحة.

يوم الصحة العالمي (7 نيسان/أبريل): يشكل يوم الصحة العالمي مناسبة لإظهار كيفية عمل بلدكم لتحسين صحة الجميع وتشكل الجهود المبذولة في مكافحة الملاريا مساهمة رئيسية في التحسينات في مجال الصحة، لا سيما بين الأطفال والحوامل، لذا ينبغي أن تتمثل في أي حدث للاحتفال باليوم.

اليوم العالمي لمكافحة الملاريا (25 نيسان/أبريل): يشكل اليوم العالمي لمكافحة الملاريا كل عام فرصة لإعادة تأكيد التزامات البلدان بتحقيق الأهداف المشتركة في القضاء على الملاريا. ينظم العديد من البلدان احتفالات يلقي خلالها زعماء سياسيون خطابات ويقدم موسيقيون أو فرق مسرحية عروضاً.

جمعية الصحة العالمية (أيار/مايو، تختلف التواريخ): تجمع جمعية الصحة العالمية السنوية التي تتعقد في جنيف، زعماء من كافة أرجاء العالم لمناقشة القضايا الصحية والتصويت على أعمال منظمة الصحة العالمية. تشكل جمعية الصحة العالمية فرصة لبلدكم كي يتبادل عمله مع جهات مانحة وبلدان أخرى ومؤسسات الحكمة.

اليوم الدولي للأطفال (1 حزيران/يونيو): تتسبب الملاريا ب وفاة طفل من أصل كل أربع وفيات أطفال في أفريقيا.

اليوم الدولي للقضاء على الفقر (17 تشرين الأول/أكتوبر): تتسبب الملاريا بنشوء دورة فقر بحيث أن القضاء عليها يمكنه أن يخلق مكاسب اقتصادية دائمة.

يوم الأمم المتحدة لحقوق الإنسان: إمكانية الحصول على وسائل الوقاية من الملاريا ومعالجتها هو حق من حقوق الإنسان.

الذكرى السنوية للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا: إذا كان للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا في بلدكم ذكرى سنوية قريبة، اغتنموا الفرصة لتنظيم لقاء بين الشركاء والمشاركين.

دليل حلقات العمل من أجل المشاركة السياسية

نورد أدناه دليلاً لتنظيم حلقة عمل بسيطة لتبادل المعلومات مع الزعماء السياسيين - برلمانيين، موظفي الوزارات، عمد، أو مسؤولين آخرين. يحتمل أن يثير البرنامج اهتمامهم. تشكل حلقة العمل القصيرة فرصة لتعريف أصحاب المصلحة رسمياً بحملتكم، متيحين لهم فرصة لمعرفة اهدافكم وطرح أسئلة. ستشكل حلقة العمل أيضاً بالنسبة لبعض أصحاب المصلحة فرصة للقاء أشخاص آخرين حاضرين في حلقة العمل، ما يساعد في إنشاء شبكة من المنصرين للقضاء على الملاريا. عندما تنظمون حلقة عمل، تمنعوا بالأسئلة التالية:

أهداف حلقة العمل

- أيّ من أهداف حملتكم ستدعمها حلقة العمل؟
- ماذا تأملون أن تحققوا من خلال حلقة العمل؟ احرصوا على أن تكون واقعية وقابلة للتحقيق.

الحاضرون

- من ينبغي دعوته إلى حلقة العمل؟
- هل ثمة فرق بالأولويات بين الحاضرين؟ هل هناك أي شخص ينبغي أن يحضر كي تنجح حلقة العمل؟
- ما هي خصائص الحاضرين؟ احرصوا على تكييف حلقة العمل كي تلائم الحاضرين فيما يتعلق: بالمنصب، المعرفة السابقة بالملايا، مستوى التأثير، الموقف إزاء أهدافكم، وما إلى ذلك. مثلاً، تحتاج حلقة عمل مخصصة لفريق عامل علمي إلى تفاصيل فنية أكثر من حلقة العمل المخصصة للسياسيين الجدد في مجال الصحة.

الإعداد

- كم من الوقت ينبغي ان تدوم حلقة العمل؟ ما لم يكن الحاضرون متفانين للحملة، يحتمل أن تجعل حلقة العمل التي تدوم أكثر من نصف يوم البعض مترددين في المشاركة.

- ما هي ميزانيتكم المخصصة لحلقة العمل؟ هل سوف يتم توفير القهوة أو الشاي أو وجبات صغيرة أو غداء؟
- ما الذي ينبغي تحضيره لورشة العمل فيما يتعلق بالعروض وصحف الوقائع ووثائق الإحاطة؟ من سيعدها؟
- ما هي اللوجستيات التي ينبغي تحضيرها (حجز مكان، طعام وشراب وما إلى ذلك)؟ من سيكون مسؤولاً عن تحضيرها؟

تشكل عروضكم شكلاً من الرسائل. احرصوا على استخدام أدلتكم الرئيسية لبناء قصة حولها تبيّن سبب الحاجة لحملتكم وكيف أن دعم حملتكم هو حاسم. أنظروا دليل [إعداد الرسائل](#) للحصول على المزيد من المعلومات.

ينبغي بالنسق الذي تستخدمونه لحلقة العمل أن يكون متنوعاً وفقاً للحاضرين ولفترة الوقت التي لديكم ولقدر انخراط الحاضرين. نورد أدناه نماذج نسق لأنواع مختلفة من حلقات العمل والتي يمكنكم استخدامها كنموذج تقريبي عندما تفكرون بما ينبغي شمله في حلقة العمل.

نموذج حلقة العمل # 1: التعريف بالحملة

عندما تعرّفون جمهوراً جديداً بالحملة، راعوا وقت المشاركين وامنحوهم فرصة لطرح أسئلة. ينبغي بعرضكم أن يضع الحملة في سياقها ويجعلهم مهتمين بمعرفة المزيد عنها.

الأهداف	○ تعريف المجموعة البرلمانية بحملة «خفض الإصابة بالملايا إلى الصفر يبدأ بي».
	○ الحصول على معلومات اتصال من الحاضرين. ○ تحديد فرص للمزيد من المشاركة مع مناصرين محتملين للحملة.
الحاضرون	○ عشرون برلمانياً يعملون على معالجة قضايا صحية.
الأجندة	09:00 وصول المشاركين إلى صالة المؤتمرات في الفندق
	09:30-09:15 كلمة الترحيب يليها منظم حلقة العمل، شرح الأهداف وأجندة حلقة العمل
	09:45-09:30 التعريف بالحاضرين: ذكر الأسماء والمناصب وسبب اهتمامهم بمكافحة الملايا
	10:30-09:45 عرض حملة «خفض الإصابة بالملايا إلى الصفر يبدأ بي»
	○ عبء الملايا في بلدنا ○ الأعمال التي ينبغي القيام بها ○ دور القيادة البرلمانية ○ منافع البلد الخالي من الملايا
	11:00-10:30 عرض لكيفية إمكانية مشاركة البرلمانيين
○ فكروا بطرائق محددة يستطيع البرلمانيون من خلالها أن يساهموا في تحقيق أهدافكم. يمكن أن يكون ذلك من أجل دعم جزء معيّن من تشريع مقبل، توقيع التعهد بخفض الإصابة بالملايا إلى الصفر، أو عرض لإلقاء كلمة في حدث مقبل.	
11:30-11:00 أسئلة المشاركين وتعليقاتهم ومشاعرهم	
اللوجستيات والمواد	○ حجز صالة المؤتمرات في الفندق لتاريخ الحدث ○ عشرون دفتر ملاحظات، زجاجات ماء وأقلام ○ إحضار جهاز عرض وشاشة وحاسوب محمول. ○ طبع عشرين نسخة من صحيفة وقائع حملة «خفض الإصابة بالملايا إلى الصفر يبدأ بي». ○ إعداد العرض.



نموذج حلقة العمل # 2: إعداد المجموعة من أجل تحقيق هدف

عندما يكون لديكم مجموعة رئيسية من المناصرين، قد ترغبون بجمعهم بين الحين والآخر كي تخططوا معاً أو تعدوا العدة من أجل تحقيق هدف معين. يمنح ذلك كبار الداعمين لكم فرصة للمساهمة في توجيه الحملة، وزيادة حسهم بتولي بزمام الأمور وجعلهم أكثر احتمالاً في استخدام نفوذهم إزاء تحقيق أهداف الحملة.

في هذا المثل، بنت الحملة الخيالية دعماً قوياً بين العمدة الذين يرغبون حالياً بإطلاق برنامج لمكافحة الملاريا مستخدمين مواردهم البلدية.

الالتزام بالقضاء على الملاريا:

تعهد «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»

كانت سمة حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» في السنغال استخدامها للتعهدات حيث يتعهد أفراد من المجال السياسي أو القطاع الخاص أو المجتمعات المحلية بالتزامهم بالقضاء على الملاريا. أقر هذا التعهد مسؤوليات كافة الجهات الفاعلة بالقيام بدورها، ووفرت المشاركة قبل التعهد وبعده فرصة للحملة كي تتبادل مع مناصريها كيف يستطيع تقديم الدعم لها أن يشكل فرقا.

إذا كنتم تعتقدون أن التعهد سوف يكون مجدداً لحملتكم، إليكم كيفية القيام به وفق ما يلي:

- أولاً، بناء علاقة مع أصحاب مصلحة مؤثرين. سواء أكانوا يعملون في المجال السياسي أو في مجال آخر، فإن دعم كل فرد للحملة يصنع فرقا.
 - إذا كان الفرد مستعداً لمناصرة التدخلات المعنية بمكافحة الملاريا، اطلبوا منه توقيع التعهد علناً. التقوا به عند توقيع العهد واحرصوا على التقاط صور.
 - ثم وبإذن منه، اعرضوا الصور مرفقة بنص يتحدث عن التزامه وما يعنيه لبلدكم وذلك على موقع شبكي ووسائل التواصل الاجتماعي. وإذا كان مشهوراً، ثمة احتمال أن يضمن التعهد تغطية وسائط الإعلام له. انظروا الوحدة **الوحدة 6** للحصول على المزيد من المعلومات بشأن استراتيجيات البروز.
- يمكن استخدام التعهد كنقطة انطلاق لإنشاء شبكة من الحلفاء ملتزمين بمكافحة الملاريا. ولتنمية هذه العلاقات مع مرور الوقت، يمكنكم أن تقوموا بالتالي:
- إنشاء شبكة من رواد مناصرة مكافحة الملاريا بين موقعي التعهد، مشجعين بذلك التعاون بين القطاعات.
 - تذكير موقعي التعهد بالتزامهم عندما يكون ثمة حاجة للقيام بعمل هام (تمرير ميزانية جديدة، تمويل عمل تدخل جديد، جهود مجتمعية لمكافحة الملاريا وما إلى ذلك).
 - امنحوا موقعي التعهد فرصة لإلقاء خطابات مشجعين بذلك آخرين على الالتزام بالقضاء على الملاريا.

الأهداف	○ وضع استراتيجية إطلاق للمبادرة الجديدة التي تحمل عنوان «العمد ضد الملاريا»
الحاضرون	○ عشرة عمد مدن رئيسية شاركوا في الحملة خلال العام المنصرم
الأجندة	09:00 وصول المشاركين إلى صالة المؤتمرات في الفندق
	09:30-09:15 كلمة الترحيب يليها منظم حلقة العمل، شرح الأهداف وأجندة حلقة العمل
	09:45-09:30 التعريف بالحاضرين: ذكر الأسماء والمناصب وسبب تشكيل أهمية القضاء على الملاريا هدفاً هاماً لمدينتهم.
	10:30-09:45 خلاصة للتقدم المحرز الذي حققته حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»
	○ الإنجازات الرئيسية منذ إطلاق الحملة
	○ عبء الملاريا في مناطق البلديات
	○ الحاجة لنهج جديد يقوده العمدة
12:00-10:30 حلقة عمل: إعداد العمدة إزاء المبادرة بشأن الملاريا	
13:00-12:00 تحديد الأهداف والموارد المتوفرة	
غداء	
15:00-13:00 حلقة عمل: إعداد العمدة إزاء المبادرة بشأن الملاريا.	
	○ وضع خطة عمل وجدول زمني
	○ تحديد المخاطر
	○ تحديد الخطوات التالية
اللوجستيات والمواد	○ حجز صالة المؤتمرات في الفندق لتاريخ الحدث
	○ عشرة دفاتر ملاحظات، زجاجات ماء وأقلام
	○ إحضار جهاز عرض وشاشة وحاسوب محمول.
	○ طبع عشر نسخ من المذكرة المفاهيمية لحملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» وكتيب موجز.
	○ إعداد العرض والبحوث بشأن عبء الملاريا في كل بلدية.

أنظروا **الوحدة 6: إبراز الحملة** من أجل الحصول على إرشادات بشأن كيفية زيادة انتشار التعهد وأثره.

يمكن إيجاد مثل عن التعهد في ما يلي.

موارد إضافية للمشاركة السياسية

عندما تجتمعون بأصحاب مصلحة سياسيين، من المفيد أن يكون بحوزتكم مواد في المتناول للحرص على أن تكون حملتكم واضحة وبارزة ومقنعة. سوف تجدون في هذا القسم بعض الموارد التي يمكنها أن تساعدكم في بدء الحملة.

وثائق إحاطة: يمكن أن تتألف وثيقة الإحاطة من صفحة واحدة مفيدة في تعريف جماهير جديدة بالحملة. وهي متوفرة على الموقع التالي: <https://zeromalaria.africa/political-engagement>

نماذج: يمكن تحميل نماذج عن ورقة معنونة وصحيفة وقائع ودعوات تحمل علامة حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي»، إذا كان ذلك مناسباً لحملتكم، وذلك من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية على الموقع التالي: <https://zeromalaria.africa/political-engagement>

خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي

تعهدوا بدعكم من أجل مستقبل خال من المalaria!

شهدت أفريقيا خلال العقدين الماضيين تقدماً ملحوظاً في مكافحة المalaria. فمع إنفاذ ما يزيد عن ستة ملايين شخص، أثبتت البرامج المعنية بمكافحة المalaria أنها إحدى أفضل الاستثمارات في المجال الصحي. لكن المكافحة لم تنتهي بعد، إذ أن أفريقيا خالية من المalaria هي رؤية جريئة وفي المتناول - لكن فقط إذا التزم الجميع بمكافحة المalaria كلما وكيفما تمكنوا من ذلك.

سواء أنتم رجل سياسة، عضواً في القطاع الخاص، زعيماً دينياً أو فقط مهتمين بصحة أسرته وأصدقائكم وجيرانكم، الرجاء أن تتعهدوا اليوم بدعكم!



أعد أن أكون رائداً في مناصرة مكافحة المalaria.

ألتزم:

- جعل مكافحة المalaria أولوية من أجل أن أكون قدوة للآخرين في مجتمعي المحلي وبلدي وفي أرجاء أفريقيا والعالم.
- دعم استثمارات بلدي وأعماله في مكافحة المalaria من خلال البرنامج الوطني لمكافحة المalaria ووزارة الصحة ومنظمات أخرى.
- إنكفاء الوعي بشأن الوقاية من المalaria ورعاية المصابين بها والأنشطة ذات الصلة بين زملائي والناخبين والمجتمع المحلي.

التوقيع: _____

التاريخ: _____



تعهد خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي: تجدون أيضاً نسخة قابلة للطبع عن تعهد خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي متوفرة في مجموعة الأدوات الإلكترونية على الموقع التالي.

Available at <https://zeromalaria.africa/political-engagement>

موارد رسوم: يتوفر أيضاً شعار حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» ولافتات وصور عالية الجودة ذات صلة بالحملة من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية على الموقع التالي.

Available at <https://zeromalaria.africa/political-engagement>

الوحدة 4: إشراك القطاع الخاص

مقدمة

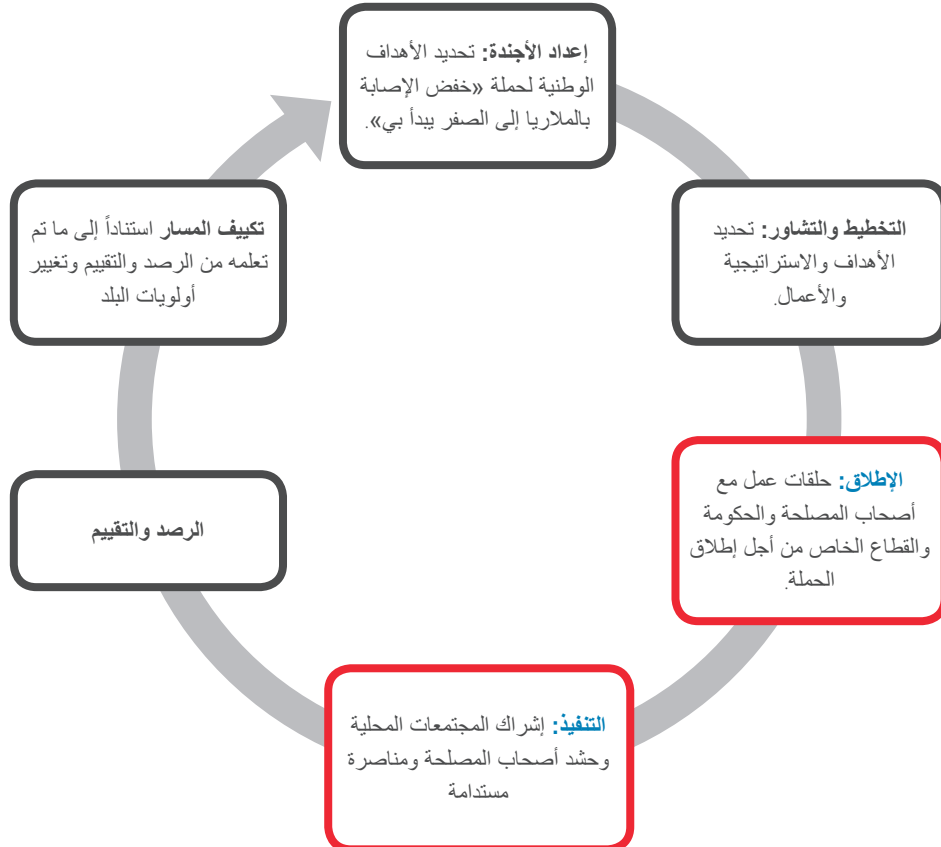
يصف القسم 1 كيفية تمكن مشاركة القطاع الخاص من صنع فرق بشأن البرامج الوطنية للقضاء على الملاريا وتحديد الأنواع المختلفة للقطاع الخاص. ويوفر القسم 2 أدوات لمساعدتكم في الشروع في إشراك أعضاء من القطاع الخاص من خلال حلقات عمل وآليات تمويل ابتكارية و«تعهد خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» خاص بالقطاع الخاص، ونماذج ورسوم بيانية مختلفة لاستخدامها في موادكم.

إذا لم تفعلوا ذلك حتى الآن، خذوا في الاعتبار إلقاء نظرة على أدوات إعداد الأجنحة والتخطيط في الوحدات السابقة قبل أن تبدأوا. تستطيع هذه الأدوات مساعدتكم في اختيار الاستراتيجية الملائمة لحملةكم موفرة وقتكم وجهودكم في المدى الطويل.

تستطيع مشاركة القطاع الخاص في مكافحة الملاريا والقضاء عليها أن تنشيط الأهداف الوطنية من خلال إشراك المزيد من الشركاء وزيادة الموارد. ورغم أن العديد من الشركات أدت عمليات الوقاية من الملاريا في عملياتها، غير أنه من النادر أن يتم تنسيق هذه الجهود مع السلطات الوطنية وهي تساهم قليلاً في جهود مبدولة على نطاق أوسع. فللقطاع الخاص مصلحة راسخة في بلد تكون فيه الصحة العامة أفضل - من خلال تحسين الظروف لموظفيه وعملائه والهيكلية الوطنية.

ستساعدكم هذه الوحدة إلى جانب **الوحدة 3: المشاركة السياسية** و **الوحدة 5: إشراك المجتمعات المحلية** في تصفح مراحل «إطلاق» و«تنفيذ» حملتكم في الرسم أدناه. ستختلف هذه المراحل كثيراً بين البلدان وفقاً لما تأملون تحقيقه، ومن تريدون مشاركته، وتحديد النهج الأفضل لسياقكم الخاص. ليس هناك حلاً مناسباً للجميع في القضاء على الملاريا، لذا لا تترددوا في استخدام الأدوات وفق ما تجدونه ملائماً وتكييفها كيفما ترونه مناسباً.

الرسم 8: إطلاق وتنفيذ نهج المشاركة في دورة مشروع خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر.





الوحدة 1: إعداد الأجنحة الوحدة 2: التخطيط والتشاور

الأهداف التعليمية

سوف تتمكنون في نهاية هذه الوحدة من:

- فهم الداعي لتحفيز القطاع الخاص من أجل دعم العمل على القضاء على الملاريا.
- فهم كيفية تمكن حملتكم وشركات القطاع الخاص من تكملة أحدكم الآخر.
- معرفة كيفية قيادة حلقة عمل من أجل إشراك أعضاء من القطاع الخاص.
- معرفة كيفية تصميم مخططات تمويل تستهوي الجماهير المستهدفة.

القسم 1: دور القطاع الخاص في القضاء على الملاريا

ركد التمويل لدعم القضاء على الملاريا لعدة أعوام. وفي الوقت نفسه، أصبحت التطورات بشأن مقاومة العقاقير ومبيدات الحشرات وتغير المناخ تشكل تهديدات رئيسية للتقدم. بالتالي، تحتاج مكافحة الملاريا إلى أفكار جديدة وشركاء جدد لتعبئة الموارد والتحفيز اللازمين على نحو مستدام من أجل تحقيق الأهداف الوطنية والقارية من أجل مستقبل صحي أكثر.

لدى الأعمال التجارية مصلحة في القضاء على الملاريا وتملك قدرات فريدة لدعم جهود القطاع الخاص والمجتمعات المحلية. لذا، ينبغي اعتبار القطاع الخاص أكثر من مجرد مصدر لتمويلات جديدة - إذ أن وصوله إلى الأشخاص وسمعته وقدراته التسويقية والمزيد من هذه الأمور توجد احتمال بناء شراكات ابتكارية لجعل أعمال مكافحة فاعلة أكثر.

تؤثر الملاريا بشكل عميق وقابل للقياس على الأداء الاقتصادي وتشكل «مرض الفقر» مؤثرة بشكل غير متناسب على أعضاء المجتمع الأشد فقراً بحيث أفادت نسبة 72% من قادة الأعمال التجارية من أعضاء القطاع الخاص في أفريقيا جنوب الصحراء أن المرض يؤثر سلباً على أعمالهم، حيث أن الملاريا تلحق الضرر بالأعمال التجارية بشكل مباشر من خلال تأثيرها على العمل (الغياب، إنتاجية منخفضة، إنفاق أكبر على الصحة)، وبطريقة غير مباشرة من خلال التفاقم الأوسع نطاقاً للسوق الاقتصادي (أسواق محلية أكثر فقراً، احتمال أسوأ للاستثمار).⁴

بالتالي، يتطلب النجاح في مكافحة الملاريا، كما هي الحال بشأن أوبئة أخرى، شراكات جديدة تربط بين أصحاب مصلحة مختلفين من القطاعين العام والخاص. يعتبر العديد من الجهات الفاعلة في المجال العام أن الأعمال التجارية تشكل الشريك المثالي نتيجة قدرتها على الوصول إلى شرائح أكبر من السكان. كذلك، سوف تحتاج الأعمال التجارية المهمة بمكافحة الملاريا إلى شركاء لإسداء المشورة لها بشأن أفضل الطرائق للاستثمار، وإضافة البرمجية الصحية إلى مواد التدريب في مكان العمل، وتدابير لمكافحة الملاريا في مواقع العمل.

يمكن تقسيم حوافر الشركات وأعمالها المحتملة حسب القطاع من خلال الاعتراف بأن كل شركة هي فريدة ويحتمل أن تتمتع بقدرات أخرى يمكنها أن تقدمها.

نوع الشركة	التحفيزات للقضاء على الملاريا	الأعمال المحتملة
الصناعة والزراعة الكثيفة اليد العاملة التعدين، النفط، الزراعة على نطاق واسع والتصنيع	<ul style="list-style-type: none"> خفض نسبة الغياب تحسين إنتاجية العمل ضمان بيئة صحية لأسر العمال عوائد متزايدة في استثمارات جديدة تحسين السمعة بيئة تجارية وطنية أقوى 	<ul style="list-style-type: none"> تمويل وتشغيل وسائل الوقاية من الملاريا ومعالجتها في مكان العمل. رعاية مجتمعات محلية خالية من الملاريا لتحسين السمعة مواعاة الرسائل في المواد التدريبية مع الحملة الوطنية توفير الدعم اللوجستي في التدخلات المعنية بمكافحة الملاريا
الاتصالات والخدمات المالية مشغلو شبكات الخليوي، شركات تحويل الأموال	<ul style="list-style-type: none"> خفض الإنفاق الزائد في المجال الصحي على قضايا الملاريا بين قاعدة العملاء تعزيز النوعية بالعلامة التجارية والسمعة تحسين أوضاع الأسواق الوطنية 	<ul style="list-style-type: none"> رعاية التسويق الاجتماعي وتغيير السلوك حملات اتصالات مستخدمة القدرات التسويقية توفير فرصة للعملاء من أجل المساهمة طوعاً ببرامج القضاء على الملاريا
السياحة الفنادق، المطاعم، نزل رحلات الصيد والنزل الطبيعية	<ul style="list-style-type: none"> حماية العاملين والعملاء من المرض تحسين السمعة في المجتمعات المحلية تحسين سمعة البلد كوجهة آمنة. 	<ul style="list-style-type: none"> رعاية المجتمعات المحلية الخالية من الملاريا توفير التدريب للعاملين بشأن الوقاية من الملاريا.

4. المبادرة العالمية بشأن الصحة / المنتدى الاقتصادي العالمي، كلية الصحة العامة بجامعة هارفرد (2006)، الأعمال التجارية والملاريا: تهديد مهم؟ جنيف (من) [file:///C:/Users/mbos/Dropbox/Zero%20Malaria%20Toolkit%20\(1\)/Engagement%20du%20secteur%20privé/Atelier%20-%20Engagement%20\(du%20Secteur%20Privé%20-%20Note%20Conceptuelle.pdf](file:///C:/Users/mbos/Dropbox/Zero%20Malaria%20Toolkit%20(1)/Engagement%20du%20secteur%20privé/Atelier%20-%20Engagement%20(du%20Secteur%20Privé%20-%20Note%20Conceptuelle.pdf)

القسم 2: أدوات إشراك القطاع الخاص

تبيّن عدة أمثلة عن الشراكات الناجحة كيفية احتمال أن تأخذ هذه الترتيبات أشكالاً مختلفة لتحقيق منافع متعددة استناداً إلى مصالح البلد والشركات المشاركة في العمل.

تجارب ناجحة في إشراك القطاع الخاص

تشاركت حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» في السنغال مع شركة واري (WARI) وهي شركة تحويل أموال عاملة في البلد ومعروفة جيداً في المناطق الريفية. احتاجت الحملة للدعم في عملها في إشراك المجتمعات المحلية من أجل التوعية بشأن تقنيات الوقاية من المalaria. وفي الوقت نفسه، كانت واري تبحث عن وسيلة لتعريف المزيد من الأشخاص بعلامتها التجارية وتبين أنها تساعد المجتمعات المحلية التي تخدمها. استخدمت الشركة منصاتنا لنشر رسائل هامة بشأن الوقاية من المalaria ومعالجتها، إلى جانب توفير الدعم المالي لبرنامج «رواد مناصرة المجتمعات المحلية». وفي المقابل، نشرت حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» قصصاً على وسائل التواصل الاجتماعي تتحدث عن هذه الشراكة واستخدمت شعار واري في أحداث أقيمت لإذكاء الوعي. وأيضاً، حظي المسؤولون في واري بفرصة المشاركة مباشرة في هذه الأحداث كي يشاهدوا العمل بأنفسهم ويطلعوا الأشخاص بالتزامهم بالقضاء على المalaria في السنغال.

كانت المalaria تشكل لشركة التعدين أنغلو غولد أشانتي (AngloGold Ashanti) مشكلة صحة عامة وخطراً مهنيّاً يعرض قواها العاملة للخطر. تشاركت الشركة عام 2004 مع برنامج غانا الوطني لمكافحة المalaria من أجل إطلاق حملة الرش الموضوعي للأماكن المغلقة في المناطق حيث تعمل. الرش الموضوعي للأماكن المغلقة هو فعال جداً في خفض عدد البعوض لكنه مكلف نسبياً مقارنة بتوزيع الناموسيات المعالجة بمبيدات الحشرات ويتطلب عاملين مدربين. قابل كلفة عملية التدخل أرباح في إنتاجية الشركة وتوسع نطاق المنافع ليطغى العاملين فيها. نتيجة لذلك، انخفض خلال عامين عدد الإصابات بالمalaria بنسبة 74% وتراجع عدد حالات دخول المستشفى نتيجة الإصابة بالمalaria من 6,711 إلى 238 حالة في الفترة بين عام 2005 و2013، ما مكّن العاملين من معالجة أوضاع أخرى.⁵

نهج إشراك القطاع الخاص

يحتمل أنكم حددتم الآن الأهداف المحتملة للمشاركة [أنظروا [أداة تحليل أصحاب المصلحة](#) في الوحدة 1] وتفهمون كيفية إعداد مقترح قيمة لتبيان كيف تستطيع الشراكة إدراج أرباح على كلا الطرفين. يمكن استخدام الأدلة التالية للاجتماع بجمهوركم المستهدف وتشجيعه على الانضمام إلى حملتكم. يمكن أن تتضمن هذه الأساليب ما يلي:

سوف تجدون في هذا القسم أدلة وأدوات لإطلاق أنشطة وتنفيذها مع القطاع الخاص. تقوم هذه المواد جزئياً على المواد المستخدمة في السنغال لبناء شراكات مع الشركات الكبرى. استخدموا الأدوات الواردة هنا كنقطة انطلاق لكن احرصوا على تكييف نهجكم كي يلائم حوافز جمهوركم الفريدة وقدراته.

بناء علاقات مع القطاع الخاص

يعتبر كلا الطرفين أن الشراكة الناجحة مع شركات في القطاع الخاص هي صفة «مرعبة للجميع». وكما هي الحال مع أنواع أخرى من الجهات الفاعلة، احرصوا قبل الاجتماع بممثلين عن الشركات، على أن تستثمروا الوقت في إجراء بحث عن جمهوركم. حاولوا الإجابة على الأسئلة التالية بشأن أهداف المشاركة المحتملة:

كيف تستطيع الشراكة معهم أن تساعد حملتكم في تحقيق أهدافها؟

رغم أن عليكم أحياناً أن تكونوا انتهازيين عند الاستجابة إلى فرص جديدة، تعمل استراتيجية مشاركة القطاع الخاص بشكل أفضل عندما تكون متسقة، حيث أن استثمار الوقت في شراكات بالكاد تتصل بأهدافكم هو من حيث التكلفة أقل كلفة من بناء تحالف موحد لحل تحديات المalaria الأكثر أهمية في بلدكم.

ما الذي يحدد ثقافة أعمالهم التجارية؟

ما هي القيم الرئيسية للأعمال التجارية وأهدافها الراهنة؟ أي عملاء يحاولون الوصول إليهم؟ أية أعمال تجارية يتشاركون معها ومن هم منافسيهم؟ سوف يتيح لكم وضع مفهوم بشأن أكثر ما يؤثر اهتمامات قادة الأعمال التجارية أن تعتبروا الشراكة حركة فائزة بدلاً من أمر غير متصل باهتماماتهم.

من يمكنه أن يعرفنا بالأعمال التجارية؟

سوف يجعل التعرّف بقائد الأعمال التجارية من خلال اتصال شخصي أو مهني، الاجتماع به سهلاً أكثر. تحققوا من الشبكة الموسعة لأعضاء وشركاء حملتكم لإيجاد جهات الاتصال المحتملة.

كيف تستطيع الشراكة معكم مساعدتهم في تحقيق أهدافهم؟

أين تتواءم قدراتكم مع احتياجاتهم؟ كيف ستحسن الشراكة مع حملتكم سمعتهم والتوعية بعلامتهم التجارية والإنتاجية وبيئة الأعمال التجارية؟ ستثير الإجابة المقتنعة على هذا السؤال مدعومة ببيانات مستقاة من بحوثكم اهتمام قادة الأعمال التجارية. انظروا الجدول أدناه لمعرفة كيف تستطيع خصائص حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» وخصائص الأعمال التجارية أن تتواءم من أجل تحقيق أثر مفيد للطرفين.

5 جورج، س. (25 نيسان/أبريل 2014). كيف خفضت بلدة غانية واحدة حالات الإصابة بالمalaria بنسبة 74% خلال فترة عامين. صحيفة الغارديان. استرجع في 10 أيار/مايو 2018 من الموقع الإلكتروني: <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2014/apr/25/ghana-anglogold-malaria-reduction>



خصائص الحملة	خصائص القطاع الخاص
<p>القدرات</p> <p>الشرعية: العمل بدعم من الحكومة والمجتمع المحلي من أجل إيجاد حل لمشاكل الإصابة بالملاريا.</p> <p>الحجم: عندما يكون للحملة عدة شركاء يمكنهم العمل معاً بفاعلية لتحقيق نتائج أكبر.</p> <p>الخبرة الفنية: تستطيع الحملة ضمن الحملة أو من خلال شركاء، الوصول إلى معرفة متطورة بوسائل الوقاية من الملاريا ومعالجتها.</p> <p>تصميم البرنامج وتقييمه: تملك الحملة الوقت والولاية لتصميم برامج ملائمة لمشاركة القطاع الخاص وقيادة عمليتي الرصد والتقييم.</p> <p>السمعة: ينبغي بالحملة أن تصنع لنفسها سمعة إيجابية بين المجتمعات المحلية والحكومة كجهة فاعلة من أجل تغيير إيجابي.</p> <p>إشراك وسائل الإعلام: تستطيع الحملة أن يكون لديها مهارات في مجال الاتصالات وعلاقات مع وسائل الإعلام من أجل تبادل قصص إيجابية.</p>	<p>الموارد: الأعمال التجارية مستعدة للقيام باستثمارات تعود على عوائدنا بالرفع.</p> <p>البنية التحتية واللوجستيات: تتمتع بعض الأعمال التجارية بإمكانية الوصول إلى شبكات تعمل في مجال النقل أو الشحن أو الاتصالات.</p> <p>مهارات التسويق: لدى العديد من الأعمال التجارية الكبرى إدارات مخصصة في التسويق يمكنها توفير مواد تسويقية عالية الجودة بشكل نسق مطبوع أو إذاعية أو متلفزة أو على الإنترنت.</p> <p>إمكانية الوصول إلى المجتمعات المحلية: يحتمل أن يكون لدى الأعمال التجارية علاقات مع المجتمعات المحلية بين عملائها أو العاملين لديها.</p>
<p>الاحتياجات</p> <p>الافتقار إلى الموارد: يحتمل أن يكون لدى الحملة القليل من الموارد المالية والمادية الخاصة بها، ما يجعلها عاجزة عن قيادة برامج بدون الحصول على دعم.</p> <p>إمكانية الوصول إلى الجمهور: تحتاج الحملة لأن تنشر رسائلها على نطاق واسع بين الفئات المستهدفة.</p>	<p>الافتقار إلى الوقت: يملك قادة الأعمال التجارية القليل من الوقت ويحتمل عدم قدرتهم حضور أحداث لا يعتبرونها ذات صلة بعملهم.</p> <p>خبرة فنية منخفضة المستوى: يكون لدى معظم قادة الأعمال التجارية فهماً محدوداً بأدوات ونهج الوقاية من الملاريا ومعالجتها.</p> <p>مشكلة تنسيق: ليس من الكفاءة أن يكافح عمل تجاري الملاريا بمفرده.</p> <p>التوعية بشأن العلامة التجارية: تحاول معظم الأعمال التجارية باستمرار تحسين سمعتها بين مجموعات جديدة.</p> <p>فرص مواطنة الشركات: يحاول المزيد من الشركات أن تظهر بأنها تساهم من أجل الصالح العام.</p>

مشاركة العاملين في أحداث الحملة: تبحث الأعمال التجارية في غالبية الأحيان عن طرائق لإشراك العاملين لديها في قضايا مجتمعية. خذوا في الاعتبار دعوة العاملين إلى أحداث مخصصة لتوعية المجتمعات المحلية أو طلب متطوعين لتصميم مواد الحملة. تستطيع مكافأة المتطوعين بمصان أو قبعات تحمل شعار الحملة أن تجعل الحملة شائعة في الشركة.

حلقة عمل لمكافحة الملاريا: ادعوا جهات فاعلة مهتمة لحضور حلقة العمل لمكافحة الملاريا مطلعينهم بحملتكم ومتبادلين معهم إرشادات من أجل تحسين أنشطتهم القائمة لمكافحة الملاريا وتبيان كيف أن دعم حملتكم يمكنه أن يساعدهم في تحقيق أهداف أعمالهم التجارية.

دورات توعية مع العاملين: اعرضوا توفير دورة تدريب مجانية للعاملين في الشركة بشأن الوقاية من الملاريا. أحضروا خبيراً فنياً أو ممرضة إلى الشركة وناموسيات معالجة بمبيدات الحشرات ووفروا معلومات بشأن عوارض الملاريا من أجل تحويل العاملين إلى «مناصري مكافحة الملاريا» محليين. تقدر الشركات الفرص السانحة لإشراك العاملين وقد ترغب أن تشارك أكثر في الحملة.

المائدة المستديرة لمكافحة الملايا: بعد أن تكونوا قد أنشأتم الشركات، يمكن أن تشكل المائدة المستديرة مع ممثلين من شركات متعددة فرصة لتبادل النتائج والإرشادات والطرائق لتحسين التنسيق.

نماذج تمويل ابتكارية: بعد الاجتماع بأصحاب المصلحة من القطاع الخاص وتطوير علاقات معهم لتحديد اهتماماتهم، سوف تحتاجون إلى إعداد طلب واضح من الأفضل ربط مبلغ معين من التمويل بنتيجة معينة، ما يتيح للأعمال بأن تحظى بمقاييس للنجاح.

حفلة توزيع جوائز حملة «خفض الإصابة بالملايا إلى الصفر يبدأ بي»: اعترفوا بإنجازات شركائكم في القطاع الخاص بأن تقدموا لهم جائزة حملة «خفض الإصابة بالملايا إلى الصفر يبدأ بي»، إذ يمكنكم من خلال تقديم كأس أو شهادة لهم أن تعبروا لهم عن مدى تقديركم لجهودهم واستحداث حوافز لآخرين كي ينخرطوا في العمل، كما يحتمل أن يلفت ذلك انتباه وسائل الإعلام.

كشك حملة «خفض الإصابة بالملايا إلى الصفر يبدأ بي» لالتقاط الصور: ضعوا «كشك لالتقاط الصور» في مكان إقامة مؤتمر أو حدث حيث يمكن التقاط صور للأشخاص. اجعلوا الأمر ممتعاً من خلال إضافة خلفية تمثل حملة «خفض الإصابة بالملايا إلى الصفر يبدأ بي» ونسخة كبيرة عن التعهد ودعائم مثل الناموسيات المثينة المعالجة بمبيدات حشرية أو عدة الرش الموضعي للأماكن المغلقة أو كرتونة كبيرة تظهر بعوضة.

حلقة عمل مغنية بإشراك القطاع الخاص

يستطيع هذا الدليل مساعدتكم في تنظيم حلقة عمل بسيطة مع أعضاء من القطاع الخاص الذين يحتمل أن يثير البرنامج اهتمامهم. تشكل حلقة العمل القصيرة فرصة لتعريف أصحاب المصلحة رسمياً بحملتكم، متيحين لهم فرصة الاطلاع على أهدافكم وطرح أسئلة. ستشكل حلقة العمل أيضاً بالنسبة لبعض أصحاب المصلحة فرصة للقاء مشاركين آخرين في حلقة العمل، ما يساعد في وضع الأسس لتحالف لمكافحة الملايا.

عند تنظيمكم حلقة عمل، تمنعوا بالأسئلة التالية:

أهداف حلقة العمل

- أي من أهداف حملتكم ستدعمها حلقة العمل؟
- ماذا تأملون تحقيقه من خلال حلقة العمل؟ احرصوا على أن تكون واقعية وقابلة للتحقيق.

الحاضرون

- من ينبغي دعوته إلى حلقة العمل؟ أي شركات وأي أفراد في هذه الشركات هم حاسمون لنجاحها؟
- ما هي خصائص الحاضرين؟ احرصوا على تكيف حلقة العمل كي تلائم الحاضرين فيما يتعلق بالمنصب ومستوى التأثير ضمن شركتهم والموارد المتوفرة واهتمامهم في مكافحة الملايا. مثلاً، تستطيع حلقة عمل بحضور شركات مستثمرة في مكافحة الملايا أن تركز على تمييز حملتكم عن النهج الأخرى، فيما ستحتاج حلقة العمل بحضور شركات حديثة المعرفة بمكافحة الملايا إلى إقناع المشاركين بأن القضية هامة بالنسبة لهم.

الإعداد

- كم من الوقت ينبغي ان تدوم حلقة العمل؟ تذكروا أن قادة الأعمال التجارية لا يملكون الكثير من الوقت. بالتالي، قد تجعل حلقة العمل التي تدوم أكثر من بضع ساعات البعض مترددين في المشاركة.
- ما هي ميزانيتكم المخصصة لحلقة العمل؟ هل سوف يتم توفير القهوة أو الشاي أو وجبات صغيرة أو غداء؟
- ما الذي ينبغي تحضيره لورشته العمل فيما يتعلق بالعروض وصحف الوقائع ووثائق الإحاطة؟ من سيعدها؟
- ما هي اللوجستيات التي ينبغي تحضيرها (حجز مكان، طعام وشراب وما إلى ذلك)؟ من سيكون مسؤولاً عن تحضيرها؟

تشكل عروضكم شكلاً من الرسائل. احرصوا على استخدام أدلتكم الرئيسية لبناء قصة حولها تبيّن كيفية توفير الحملة قيمة لأهدافكم. أنظروا دليل [إعداد الرسائل](#) في الوحدة 2 للحصول على المزيد من المعلومات.

ينبغي بالنسق الذي تستخدمونه لحلقة العمل أن يكون متنوعاً وفقاً للحاضرين ولفترة الوقت التي لديكم ولقدر انخراط الحاضرين. نورد أدناه نماذج نسق لأنواع مختلفة من حلقات العمل والتي يمكنكم استخدامها كنموذج تقريبي عندما تفكرون بما ينبغي شمله في حلقة العمل.

نموذج حلقة العمل #1: التعريف بالحملة

عندما تعرفون جمهوراً جديداً بالحملة، راعوا وقت المشاركين وامنحهم فرصة لطرح أسئلة. ينبغي بعرضكم أن يضع الحملة في سياقها ويجعلهم مهتمين بمعرفة المزيد عنها.



<ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف المجموعة البرلمانية بالحملة. ○ الحصول على معلومات اتصال من الحاضرين. ○ تحديد فرص للمزيد من المشاركة والمناقشات. 		الأهداف
<ul style="list-style-type: none"> ○ عشرة مدراء تنفيذيين في شركات اتصالات وتوفير خدمات مالية. 		الحاضرون
وصول المشاركين إلى صالة المؤتمرات في الفندق	09:00	الأجندة
كلمة الترحيب يليها منظم حلقة العمل، شرح الأهداف وأجندة حلقة العمل	09:30-09:15	
التعريف بالحاضرين: ذكر الأسماء والمناصب وكيفية تأثير الملاريا على أعمالهم التجارية.	09:45-09:30	
عرض حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»:	10:30-09:45	
<ul style="list-style-type: none"> ○ عبء الملاريا في بلدنا ○ تأثيرها على الأعمال التجارية ○ كيف تستطيع مشاركة الأعمال التجارية أن تصنع فرقا مستديماً ○ كيف سيحسن خفض الإصابة بالملاريا عوائد الأعمال التجارية 		
أسئلة المشاركين وتعليقاتهم ومشاكلهم.	11:00-10:30	
التقاط صور الأسرة وتناول وجبة خفيفة	11:30-11:00	
<ul style="list-style-type: none"> ○ حجز صالة المؤتمرات في الفندق لتاريخ الحدث ○ عشرة دفاتر ملاحظات، زجاجات ماء وأقلام ○ صور كبيرة ولافتات ○ إحضار عشر نسخ من صحيفة وقائع حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي». ○ إعداد العرض. 		اللوجستيات والمواد

سوف يستغرق هذا النوع من حلقات العمل المزيد من الوقت لوضع تفاصيل التعاون، لكن وبما أن جمهوركم مستثمر بقدر كبير في مفهوم حلقة العمل، ينبغي بهم إيجاد الوقت للمشاركة.

نموذج حلقة العمل # 2: إنشاء تحالف لمكافحة الملاريا
يمكن جعل الجهود التي تبذلها الشركات الفردية العاملة بمفردها فاعلة أكثر وفعالة من حيث الكلفة ومؤثرة، وذلك من خلال العمل معاً. فبعد تقديم المفهوم وإشراك أصحاب المصلحة في القطاع الخاص في اجتماعات فردية، يحتمل أن يكون لديكم فرصة لتشكيل «التحالف لمكافحة الملاريا» في بلدكم.

الأهداف	○ إنشاء تحالف أعمال تجارية لخفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر موحداً شركات القطاع الخاص لدعم أنشطة توعية المجتمعات المدنية.
الحاضرون	○ مدراء تنفيذيين من شركة واحدة للاتصالات، مدراء تنفيذيين من شركة واحدة لتحويل الأموال، مدراء تنفيذيين من ثلاث شركات تعدين، ومن ثلاثة فنادق كبيرة.
الأجندة	09:00 وصول المشاركين إلى صالة المؤتمرات في الفندق
	09:30-09:15 كلمة الترحيب يليها منظم حلقة العمل، شرح الأهداف وأجندة حلقة العمل
	09:45-09:30 التعريف بالحاضرين: ذكر الأسماء والمناصب وسبب كون المalaria هدفاً مهماً لأعمالهم التجارية.
	10:30-09:45 التعريف بالحاضرين: ذكر الأسماء والمناصب وسبب كون المalaria هدفاً مهماً لأعمالهم التجارية. ○ أهم الإنجازات منذ إطلاق الحملة ○ حالة العبء الوطني للمalaria والتأثيرات الاقتصادية ○ زيادة محتملة في فعالية التكلفة من خلال نهج تحالف موحد
	12:00-10:30 دورة عمل: إنشاء التحالف المعني بخفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر ○ تحديد الأهداف والموارد المتوفرة والأدوار.
	13:00-12:00 الغداء
اللوجستيات والمواد	15:00-13:00 دورة عمل: إنشاء التحالف المعني بخفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر ○ إعداد خطة عمل وجدول زمني ○ تحديد المخاطر ○ تحديد الخطوات التالية
	○ حجز صالة المؤتمرات في الفندق لتاريخ الحدث ○ عشرة دفاتر ملاحظات، زجاجات ماء وأقلام ○ إحضار جهاز عرض وشاشة وحاسوب محمول. ○ طبع عشر نسخ من المذكرة المفاهيمية لحملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» وكتيب موجز. ○ إعداد العرض والبحوث بشأن تأثير المalaria على كل شركة والأعمال المحتملة.

وضع نماذج تمويل للقضاء على المalaria

قادة الأعمال التجارية شديدي التوجه نحو تحقيق نتائج فعندما تحددون العلاقة معهم وتفهمون مصالح أعمالهم التجارية وقدراتهم، ينبغي أن تولوا عناية كبيرة في وضع طلب ملائم للدعم.

ينبغي بطلبكم أن يشرح بوضوح البرنامج الذي تقترحونه ويزكّر القادة بمنافع الاستثمار ويتضمن وصفاً محدداً لتكاليف ما هو مشمول بالضبط ويتضمن خيارات لتمويل البرنامج على صعد مختلفة. Available at

<https://zeromalaria.africa/private-sector-engagement>

وضعت حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» في السنغال عقب انتهاء حلقات العمل مع أعضاء من القطاع الخاص للمشاركة في نهجهم وأهداف الحملة، نماذج تمويل لدعم مشروع يقضي بإشراك المجتمعات المحلية. نورد أدناه نموذجاً عن وثيقة الإحاطة التي قدموها للأطراف المهمة والتي تشرح كيف تستطيع مساهمتهم دعم القضاء على المalaria. يمكن ايجاد نماذج فارغة لإعداد وثيقتكم الخاصة بشأن نموذج التمويل في مجموعة أدوات حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» على الإنترنت.



وصف عينة نموذج التمويل: وصف برنامج السنغال المعني بحملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»

دعم برنامج رواد المناصرة في المجتمعات المحلية

يتطلب القضاء على الملاريا التزام الجميع. لذا وللحرص على أن تكون المجتمعات المحلية متنبهة وتشارك في هذا العمل، وضع البرنامج الوطني لمكافحة الملاريا وشركاؤه برنامجاً قائماً على «رواد المجتمعات المحلية» الذين تقضي مهمتهم في إذكاء الوعي بشأن الوقاية من الملاريا ومكافحة المرض في السنغال.

ولدعم أنشطة المراكز الصحية في الأقاليم، سوف يعزز البرنامج قدرات المتطوعين الذين يريدون المساعدة في تحسين نوعية الحياة والصحة في مجتمعاتهم المحلية وتدريبهم، مساهمين بذلك في القضاء على الملاريا في السنغال.



فوزوا في مكافحة الملاريا في السنغال
ادعموا رواد المجتمعات المحلية



دور رواد المجتمعات المحلية

يقضي دور رواد المجتمعات المحلية في:

- إذكاء التوعية في المجتمعات المحلية وإطلاعهم بالمعلومات
- المساهمة في الجهود المبذولة في مكافحة ناقل المرض
- ضمان تنسيق العمل مع النظام الصحي
- إنشاء شبكة من الأفراد يعملون من أجل التغيير.

المalaria

تشكل malaria أزمة صحية عالمية مؤثرة في المقام الأول على النساء والأطفال الفقراء. malaria هي مرض مميت يديم دورة الفقر في البلدان النامية. تكلف حالات المرض والوفاة المرتبطة بها الاقتصاد الأفريقي ما يقدر بـ 12 مليار دولاراً في السنة.

توسع نطاق أعمال مكافحة malaria خلال الأعوام العشرة الأخيرة على صعيد إمكانية الوصول والكثافة وذلك بفضل مشاركة شركاء جدد والزيادة الملحوظة في التمويل المتوفر. أثمرت هذه الجهود في تحقيق خفض كبير في حالات الوفيات المتصلة بالمalaria وكانت أساسية في الانخفاض العام في حالات وفيات الأطفال.



لوازم رواد المجتمعات المحلية

سوف يكون كل رائد في المجتمعات المحلية مزوداً بالتالي:

- حقيبة ظهر
- 25 ناموسية متينة معالجة بمبيدات حشرية
- قبعة
- هاتف ذكي
- أدوات اتصال
- مرتب شهريا

وسوف يكون على كل قطعة ملابس شعار البرنامج الوطني لمكافحة malaria وشعار حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» وشعار الشركة الراعية لرواد المجتمعات المحلية.

تتوفر خيارات تمويل مختلفة كالتالي:

دعم رائد في المجتمع المحلي لفترة عام: 2000 دولار أمريكي

دعم رائدين اثنين في المجتمعات المحلية لفترة عام: 4000 دولار أمريكي

دعم ثلاثة رواد في المجتمعات المحلية لفترة عام: 6000 دولار أمريكي



وصف عينة من نموذج التمويل: خيارات تمويل السنغال لحملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»

خيارات التمويل

الخيار الفضي	الخيار الذهبي	الخيار البلاتيني
رعاية 5 رواد	رعاية 10 رواد	رعاية 20 رائداً
المشاركة في التحالف	المشاركة في التحالف والمؤتمرات الصحفية	العضو المؤسس للتحالف
تنظيم دورة توعية في شركتكم لـ 50 فرداً من العاملين	تنظيم دورة توعية في شركتكم لـ 50 فرداً من العاملين	تنظيم دورة توعية في شركتكم لـ 50 فرداً من العاملين
توزيع 100 ناموسية متينة معالجة بمبيدات حشرية	توزيع 500 ناموسية متينة معالجة بمبيدات حشرية	توزيع 1000 ناموسية متينة معالجة بمبيدات حشرية
توزيع 500 مواد تعليمية داعمة على الأطفال	توزيع 1000 مواد تعليمية داعمة على الأطفال	توزيع 2000 مواد تعليمية داعمة على الأطفال
10 000 دولار أمريكي	20000 دولاراً أمريكياً	40000 دولاراً أمريكياً



تستمر حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»

نظمت حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» حملة إعلامية واسعة النطاق عام 2016 من أجل ضمان إدراج برنامج رواد المجتمعات المحلية في الحملة.

سوف يعرض مسلسل تلفزيوني من عشر حلقات أعمال مكافحة رائد في المجتمع المحلي للملاريا في قريته. نأمل من خلال بثه على الإنترنت وفي المحطات التلفزيونية الثلاث الرئيسية الوصول إلى شريحة كبيرة من السكان السنغاليين في أرجاء البلد. وسيتم عرض لوحات إعلانية متحركة في داكار طيلة فترة شهرين عند تقاطع الطرق التي تعج بالحركة إلى جانب إعلانات على الحافلات.

شركاء القطاع الخاص مدعوون إلى المشاركة في العلامة التجارية لحملة الاتصال، ما يتيح لنا إبراز الشركاء في القطاع التجاري الملتزمين بهذا العمل.

خيارات المشاركة في العلامة التجارية

الخيار الفضي	الخيار الذهبي	الخيار البلاتيني
إعلان على آر، تي، أس	إعلان على تي، أف، إم	إعلان على تلفزيون سن
لوحة إعلانية واحدة طيلة فترة شهر واحد	3 لوحات إعلانية طيلة فترة شهر واحد	3 لوحات إعلانية طيلة فترة شهرين اثنين
إعلانات على الحافلات طيلة فترة 15 يوماً	إعلانات على الحافلات طيلة فترة شهر واحد	إعلانات على الحافلات طيلة فترة شهرين اثنين
10 000 دولار أمريكي	20 000 دولاراً أمريكياً	30 000 دولاراً أمريكياً

[عنوان المشروع]

[اوصفوا مشروعكم لإشراك المجتمعات المحلية بطريقة تسترعي اهتمام جمهوركم. ساعدوهم في فهم سبب كون هذا النهج حاسماً للقضاء على الملاريا وكيفية تمكن دعمهم من المساعدة]

لوازم حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر»

[اوصفوا المواد اللازمة لإشراك المجتمعات المحلية وضعوا قائمة بها. يمكنكم أن تدرجوا ما سوف يكون كل متطوع من المجتمع المحلي مزوداً به أو مدخلات أخرى رئيسية للمشروع]

[اوصفوا في هذا المربع ما تستطيع مستويات مختلفة من التمويل أن تحققه. انظروا المثل من السنغال للحصول على بعض الأفكار] [الرباط]

[المستوى الأول من الدعم]: [الكلفة في السنة]

[المستوى الثاني من الدعم]: [الكلفة في السنة]

[المستوى الثالث من الدعم]: [الكلفة في السنة]



خيارات التمويل

[بيّنوا في هذا الجدول ما يستطيع الشركاء الممولين أن يحققوا على مختلف صعد التمويل. انظروا المثل من السنغال [الرابط] للحصول على بعض الأفكار]

الخيار الفضي	الخيار الذهبي	الخيار البلاتيني
[المبلغ في السنة]	[المبلغ في السنة]	[المبلغ في السنة]



[طرائق أخرى لدعم الحملة]

[يحتمل أن يكون هناك خيارات أخرى لكيفية تمكن الشركات من دعم الحملة، وذلك من خلال توفير الدعم للتكاليف التشغيلية أو المشاركة في العلامة التجارية في الإعلانات. استخدموا هذا القسم لوصف كيف يمكنهم دعم الحملة بطرائق أخرى، واستخدموا الجدول أدناه لوصف

خيارات المشاركة في العلامة التجارية

الخيار الفضي	الخيار الذهبي	الخيار البلاتيني
[المبلغ في السنة]	[المبلغ في السنة]	[المبلغ في السنة]

موارد إشراك القطاع الخاص
عندما تجتمعون بأصحاب المصلحة من القطاع الخاص، من المفيد أن يكون بحوزتكم مواد في المتناول لضمان أن تكون حملتكم واضحة وبارزة ومقنعة. سوف تجدون في هذا القسم بعض الموارد التي يمكنها أن تساعدكم في البدء.

وثائق إحصائية: بوسع هذا الموجز من صفحة واحدة أن يساعد في تعريف جماهير جديدة بالحملة. تجدونه على الموقع التالي:
<https://zeromalaria.africa/resources>

نماذج: يمكن تحميل نماذج عن ورقة معنونة وصحيفة وقائع ودعوات تحمل وسم حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي»، إذا كان ذلك مناسباً لحملتكم، من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية على الموقع التالي
<https://zeromalaria.africa/resources>

موارد رسوم: يتوفر أيضاً شعار حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» ولافتات وصور عالية الجودة ذات صلة بالحملة من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية على الموقع التالي
<https://zeromalaria.africa/resources>

تعهد خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي: تجدون أيضاً نسخة قابلة للطبع عن تعهد خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي متوفرة في مجموعة الأدوات الإلكترونية على الموقع التالي
<https://zeromalaria.africa/private-sector-engagement>

عيّنة من خطة التمويل: تصف هذه الوثيقة خطة التمويل التي وضعتها حملة «خفض الإصابة بالمalaria إلى الصفر يبدأ بي» في السنغال ويمكنها أن تشكل إلهاماً أو نموذجاً لاستخداماتكم. تجدونها على الموقع التالي:
<https://zeromalaria.africa/private-sector-engagement>

نموذج خطة التمويل: وثيقة يمكنكم تعبئتها باقتراحكم التمويلي الخاص لجماهير القطاع الخاص. تجدونها على الموقع التالي:
<https://zeromalaria.africa/private-sector-engagement>



الوحدة 5: إشراك المجتمعات المحلية

مقدمة

يصف القسم 1 سبب أهمية إشراك المجتمعات المحلية بالنسبة لبرامج مكافحة الملاريا وكيفية تمكنه من تحسين فاعليتها من خلال تدخلات وإيجاد رواد من الشعب يناصرون إلى جانب الهياكل السياسية والخدمات التي يحتاجون إليها.

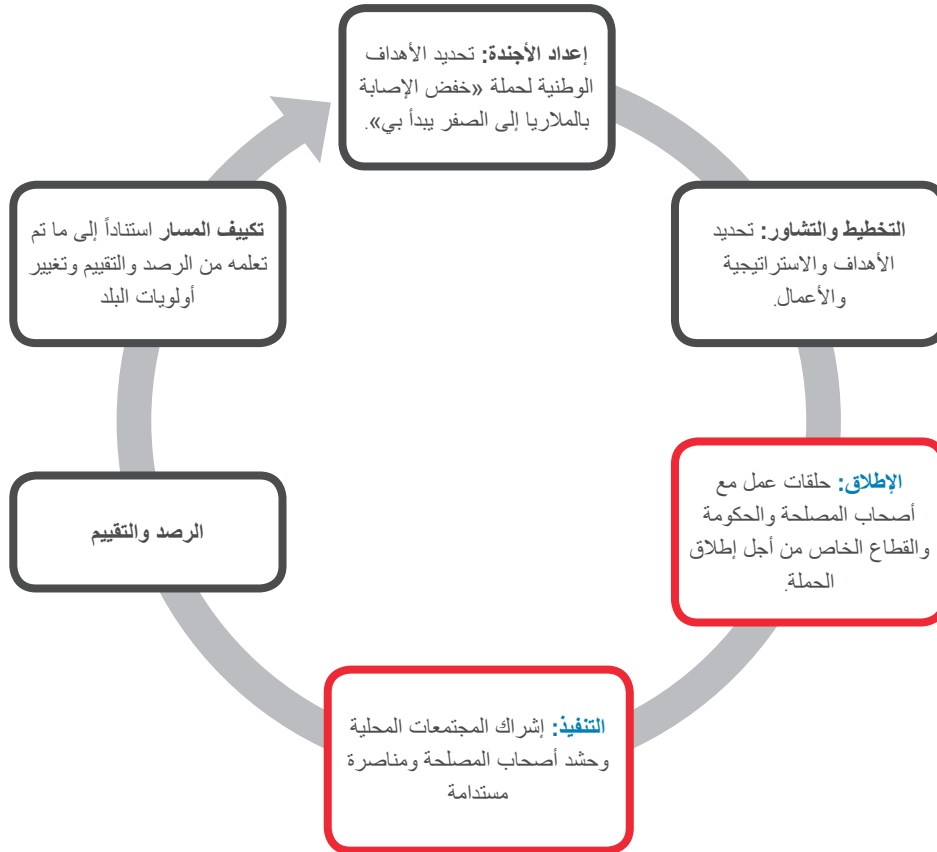
ويوفر القسم 2 روابط لأدوات وأدلة لإشراك المجتمعات المحلية والتي تغطي دعمها النظري وخصائص التخطيط ومعايير الرصد والتقييم، ووصف النماذج المستخدمة في بلدان أخرى والتي قد تكون ملائمة لحملتكم.

إذا لم تفعلوا ذلك حتى الآن، خذوا في الاعتبار إلقاء نظرة على أدوات إعداد الأجنحة والتخطيط في الوحدات السابقة قبل أن تبدأوا. تستطيع هذه الأدوات مساعدتكم في اختبار الاستراتيجية الملائمة لحملتكم موفرة وقتكم وجهودكم في المدى الطويل.

يشكل دعم ومشاركة الأشخاص الأكثر تضرراً من الملاريا المفتاح لبرنامج ناجح سواء أكان المرض شائعاً أو نادراً في منطقة ما، تفيد هذه المجتمعات المحلية كثيراً من القضاء عليه، وذلك من خلال التمتع هم وأسره بصحة أفضل وخفض خسائر دخل الأسر المعيشية نتيجة حالات الوفيات وتأمين مدارس وعيادات ومستشفيات ذات أداء أفضل. فعندما تكون أدوات الوقاية متوفرة ويمكن الحصول على خدمات المعالجة، تكمن الخطوة النهائية لضمان فاعلية ما سبق ذكره في تمكين الأشخاص من خلال دعمهم بمعلومات دقيقة بشأن استخدامها.

سوف تساعدكم هذه الوحدة إلى جانب **الوحدة 3: المشاركة السياسية** و**الوحدة 4: إشراك القطاع الخاص** في تصفح مراحل «إطلاق» و«تنفيذ» حملتكم في الرسم أدناه. سوف تختلف هذه المراحل كثيراً بين البلدان وفقاً لما تأملون تحقيقه ومن تريدون مشاركته وتحديد النهج الأفضل لسياقكم الخاص. ليس هناك حلاً مناسباً للجميع في القضاء على الملاريا، لذا لا تترددوا في استخدام الأدوات وفق ما تجدونه ملائماً وتكييفها كيفما ترونه مناسباً.

الرسم 9: إطلاق وتنفيذ نهج الأشرار في دورة مشروع «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي».



○ الوحدة 1: إعداد الأجنحة
○ الوحدة 2: التخطيط والتشاور

الأهداف التعليمية

ستتمكنون في نهاية هذه الوحدة من:

- فهم سبب لزوم دعم المجتمعات المحلية لنجاح حملة مكافحة الملاريا
- فهم النهج المشتركة لإشراك المجتمعات المحلية
- معرفة كيفية تخطيط مشروع ملائم خاص بإشراك المجتمعات المحلية.

القسم 1: إشراك المجتمعات المحلية من أجل خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر

تتأثر البرامج المعنية بالقضاء على الملاريا كثيراً بالعوامل الاجتماعية والسلوكية القائمة على معتقدات تقليدية ومعايير اجتماعية والتي يحتمل أن تؤثر على إمكانية حصول بعض فئات المجتمعات المحلية على خدمات الوقاية والعلاج. يعتمد العديد من الأدوات المستخدمة حالياً في مكافحة الملاريا على قبول المجتمعات المحلية والمشاركة الفعلية وتولي زمام التدخلات من أجل تحقيق نتائج مستدامة. وإلى جانب جعل البرامج أكثر فاعلية، تستطيع المجتمعات المحلية المدركة للملاريا والقلق بشأنها أن تساعد الجهات الفاعلة السياسية ومن القطاع الخاص في اتخاذ قرارات تكون أكثر إنصافاً، وإبراز القضايا المحلية المؤثرة على المرض. ورغم مجموعة أدلة متنامية تتعلق بنفوذ إشراك المجتمعات المحلية (انظروا الجدول أدناه)، تبقى هذه الاستراتيجيات قليلة الاستخدام في العديد من البلدان.

المحلية الملائمة للسياق الفريد الخاص ببلدكم. قد يحتاج الزعماء السياسيون والأعضاء المهتمون من القطاع الخاص إلى أدلة ودعم تصميم برامج من أجل إطلاق برامج معنية بالمشاركة. وقد تحتاج المجتمعات المحلية المتضررة من الملاريا إلى سياسات أفضل وإلى المزيد من التمويل. فمن خلال العمل مع كل مجموعة، تستطيع الحملة أن تكون بمثابة جسر يصل بين المجتمعات المحلية وصانعي القرارات السياسية والقطاع الخاص، بانية علاقات وموجدة حل للثغرات في المعلومات من أجل تحقيق الأهداف الوطنية للقضاء على الملاريا.

يحتمل أن تختلف مشاركة المجتمعات المحلية حسب عوامل تدرج، بدءاً من امتثال سلبي إلى الإمساك المحلي بزمام التدخلات. يتطلب نجاح التدخلات الفردية بعض تدابير إشراك المجتمعات المحلية على الأقل، إلى جانب احتياج بعض أنواع الأنشطة إلى الانخراط فيها أكثر من الانخراط في غيرها. مثلاً، فيما يتطلب الرش الموضوعي للأماكن المغلقة من المقيمين أن يقبلوا أن يتم رش منازلهم مرة في السنة، يتطلب الطلب من المجتمعات المحلية أن تنام تحت الناموسيات أن يغيروا سلوكهم اليومي وعاداتهم في النوم. تنجح بعض التدخلات أكثر عندما يتم إشراك المجتمعات المحلية. وغالباً ما تتم الإدارة البيئية أو إدارة مواقع القضاء على تكاثر البعوض من منظور القمة إلى القاعدة، حيث يصل الخبراء إلى منطقة لا يعرفونها فيعالجونها ويرحلون. لكن عندما تشارك المجتمعات المحلية في العمل وتقوم بالجهود، فإنهم قادرون بشكل أفضل على إيجاد مصدر البعوض الذي يلسعهم بانتظام، وفي الحرص على أن تتم معالجة الموقع بشكل مستديم كي لا تبرز المشكلة مجدداً عندما تتجمع مياه المطر في موقع ما في المرة التالية.

تتطلب بعض الحالات الخاصة ببرامج القضاء على الملاريا استثماراً قوياً في إشراك المجتمعات المحلية. فإذا أصبحت الملاريا نادرة الوجود، تصبح أقل من خطر محتمل للعديد من الأفراد الذين قد يتخلون عن تدابير الوقاية. يشكل ذلك لحظة حاسمة لبرنامج القضاء على الملاريا - كون النهاية قريبة لكن التقدم لا يزال قابلاً للانعكاس. بالتالي، التواصل مع المجتمعات المحلية هو حاسم بشكل خاص لضمان إمكانية الاستفادة والمعالجة لفئات مهمشة التي وبسبب نوعها الاجتماعي، دينها، مدخولها، عرقها، عمرها، أو موقع أسرتها المعيشية يحتمل ألا تقبل بالحصول على خدمات مكافحة الملاريا الجيدة والتقيّد بها.

أدلة على إشراك المجتمعات المحلية

قاعدة بيانات أدلة الاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي المتعلق بالملاريا⁶ متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://healthcommcapacity.org/malaria-evidence-database/> يعرض هذا الموقع الشبكي قاعدة بيانات الأدلة إلى جانب استعراض مؤلفات ودراسات تصف أثر برامج الاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي.

تستطيع حملة وطنية مناصرة لخفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر أن تصنع فرقاً كبيراً من خلال تعزيز استراتيجيات إشراك المجتمعات

منخفض ← دعم المجتمعات المحلية → مرتفع

تولي المجتمعات المحلية زمام الأمور	مشاركة المجتمعات المحلية	قبول سلبي	رفض المجتمعات المحلية
تشارك المجتمعات المحلية في إيجاد حلول وتصبح شريكة من أجل القضاء على الملاريا (مكافحة ناقلات المرض تقودها المجتمعات المحلية، مناصرة محلية للخدمات، تحديد الحواجز التي تعيق الحصول على الخدمات)	تقوم المجتمعات المحلية بجهود لدعم التدخلات [تشارك في حملات الفحص والمعالجة، تستخدم الناموسيات المنيتية المعالجة بمبيدات حشرية وما إلى ذلك]	تقبل المجتمعات المحلية التدخلات التي تتطلب القليل من الجهد أو عدمه [سامحة بالإدارة البيئية، سامحة بإقامة مركز صحي وما إلى ذلك]	لا تسمح المجتمعات المحلية بأن تتم التدخلات في مناطقها، ما يجعل القضاء على الملاريا مستحيلاً.

مقتبس من وتتاكر وسميث [2015].

6 قاعدة بيانات أدلة الاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي المتعلق بالملاريا. استرجعت في 15 أيار/مايو 2018 من الموقع الإلكتروني:

<https://healthcommcapacity.org/malaria-evidence-database/>

7 وتتاكر وسميث. الملاريا الباقية: خمسة أسباب لتعزيز إشراك المجتمعات المحلية في قيادة أعمال القضاء على الملاريا. مالار ج.

DOI 10.1186/s12936-015-0931-9 14:410 (2015)



تستطيع استراتيجية إشراك المجتمعات المحلية ضمان ان يدوم خفض نقل الملاريا وخفض عدم المساواة في المجال الصحي وتحسين أداء العديد من التدخلات. ووفقاً للاستراتيجية التي يتم استخدامها، تستطيع هذه النهج أن يكون لها منافع تتخطى الصحة أيضاً، إذ غالباً ما يكتسب المشاركون مهارات ومعرفة يمكنها أن تساعدهم في الحصول على وظيفة، وتستطيع نهج المناصرة الشعبية أن تجعل الحكومة مستجيبة أكثر لاحتياجات المجتمعات المحلية، وبوسع الشراكات بين المنظمات في المجتمعات المحلية والأعمال التجارية والمؤسسات العامة أن تزيد التعاون المشترك بين القطاعات.

القسم 2: أدوات إشراك المجتمعات المحلية

نورد في هذا القسم أدلة وأدوات لإطلاق وتنفيذ أنشطة إشراك مجتمعات محلية فاعلة وملائمة. يستند العديد من هذه المواد على عمل فريق عمل الشراكة لمكافحة الملاريا المعني بالاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي للقضاء على الملاريا، وحملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» في السنغال. تستطيع هذه الأدوات أن تكمل العمل القائم لإشراك المجتمعات المحلية أو تساعد حملتكم في تصميم نهج جديدة، وينبغي أن يتم تكييفها باستمرار مع الخصائص الثقافية والاجتماعية الفريدة للسكان الذين تعترمون خدمتهم.

وبشكل عام، حاولوا أن تعدوا أنشطة تكون ممتعة وثقافية. تريد المجتمعات المحلية أن تكون هي الجهات الفاعلة في نموها الخاص بدلاً من أن تكون مشاهدة. لذا، يحتمل أن تنجح الأعمال التي يستمتعون بها وتشعرهم بأنهم مقدرين، أكثر من التعليمات التي تأتي من القمة إلى القاعدة.

التخطيط من أجل إشراك فاعل للمجتمعات المحلية

تتضمن الوحدة 1: إعداد الأجنحة [الرباط] والوحدة 2: التخطيط والتشاور [الرباط] تشكيلة من أدوات تخطيط مشروع مناصرة التي تشكل نقطة انطلاق مجدبة في تجميع معلومات أساسية بشأن وضع الملاريا في البلد وتحديد أصحاب المصلحة الرئيسيين ووضع خطة عمل. ويتطلب تصميم نهج لإشراك المجتمعات المحلية بضع خطوات إضافية. تسعى هذه النهج إلى العمل مع مجموعات من الأشخاص وحشدهم والذين يحتمل أن يكون لديهم معتقدات وسلوكيات وتفضيلات متميزة لا تكون واضحة دائماً. فقبل الشروع بمشروع جديد، من الضروري فهم كيف سيتم تقبل جمهوركم المستهدف لنهجكم.

ويهدف دعم تحقيق الأهداف العالمية للقضاء على الملاريا بحلول عام 2030، وضع فريق عمل الشراكة لمكافحة الملاريا المعني بالاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي للقضاء على الملاريا الإطار الاستراتيجي للاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي للفترة 2018 - 2030

المتوفر على الموقع التالي: <https://www.rollbackmalaria.org/organizational-structure/working-groups/sbccwg>

وتستطيع مسائل شأن الوصمة، اللغة، النوع الاجتماعي، العمر، الوضع القانوني والحوافز المادية أن تقاوم كيفية حصول بعض السكان على الخدمات للوقاية من الملاريا أو معالجتها. مثلاً، المهاجرون والمشدون داخلياً واللاجئون والعاملون في الغابات هم سكان معرضون بشكل متزايد للإصابة بالملاريا وغالباً ما يتم استبعادهم من الخدمات الصحية. كذلك، غالباً ما تتعرض الحوامل، لا سيما المراهقات، لعواقب وخيمة نتيجة المرض. لكن تستطيع المعايير الجنسانية والقدرة المخفضة في اتخاذ القرار ضمن الأسرة المعيشية والتميز أن تجعل من الصعب أكثر أن تحصل هؤلاء النساء على الرعاية اللازمة. بالتالي، يتطلب تحديد ومعالجة هذه الحواجز مشاورات مجتمعية ومشاركة شاملة في مكافحة الملاريا.

تعتمد استراتيجية إشراك المجتمعات المحلية التي تختارونها على مشاكل ينبغي ان تعالجوها وعلى الآليات التي يمكنكم استخدامها لمعالجة تلك المشاكل. تتضمن النهج المشتركة في إشراك المجتمعات المحلية ما يلي:

الاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي: تسعى نهج الاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي إلى تبادل المعرفة ومساعدة المجتمعات المحلية في تغيير بعض الممارسات من أجل تحقيق نتائج صحية أفضل. تستطيع هذه النهج استخدام قنوات اتصال مختلفة، بدءاً من التواصل فيما بين الأشخاص وصولاً إلى وسائل الإعلام، وذلك من أجل الوصول إلى جمهورها المستهدف، ويمكنها أن تساعد في تعزيز الوعي بشأن الملاريا وتحسين المشاركة.

عاملو المجتمعات المحلية في مجال الصحة: وجد العديد من البلدان في المناطق الريفية حيث إمكانية الوصول صعبة، أنه من المفيد تدريب أعضاء من المجتمعات المحلية في القيام بمهام صحية أساسية، مثل تشخيص الملاريا والإسهال وحالات أخرى.

إشراف المجتمعات المحلية وتبادل المعلومات: الأشخاص الأكثر معرفة بالقضايا الصحية للمجتمعات المحلية هم غالباً الأشخاص الذين يعيشون في هذه المجتمعات المحلية نفسها. فقد تم حشد شبكات من المتطوعين لإدارة برامج مكافحة متكاملة لناقلات المرض على أرض الواقع من أجل تحديد مواقع تكاثر البعوض وضمان إمكانية حصول السكان المحليين على أدوات الوقاية من الملاريا.

المناصرة الشعبية: تستطيع عملية اتخاذ القرار من القمة إلى القاعدة أن تتسبب دون عمد بعدم مساواة. لا يستطيع صانعو القرارات أحياناً أن يتأكدوا من أن استثماراتهم تخدم احتياجات السكان المستهدفين. بالتالي، يستطيع صانعو القرارات من خلال تعزيز منظمات المجتمعات المحلية والجمعيات المحلية أدوات لتعزيز صوتهم في السياسة المحلية، أن يوفروا توازناً ويجعلوا الزعماء السياسيين يعرفون متى لا يحصلون على احتياجاتهم.

يصف الإطار الاستراتيجي الأدوار المحتملة لنهج الاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي من أجل القضاء على الملاريا ويتضمن أدوات لإجراء تحليل حالة وتحليل الجمهور ووضع خطط اتصال وتنفيذ وتصميم إطار رصد وتقييم لقياس النجاح.

إدماج إشراك المجتمعات المحلية في كافة التدخلات

يمكن جعل كافة التدخلات للقضاء على الملاريا فاعلة أكثر من خلال إدماج إشراك المجتمعات المحلية أو نهج الاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي. يمكن أن تكون هذه الطريقة فعالة من حيث الكلفة للشروع بإشراك المجتمعات المحلية كونها تدعم المشاريع القائمة ويتطلب الإشراك الحقيقي للمجتمعات المحلية التشاور مع أفرادها من أجل فهم احتياجاتهم. وعند البدء بإشراك المجتمعات المحلية، من الضروري وضع عملية استشارية مع السكان الذين تأملون خدمتهم، ومناقشة القادة المجتمعيين والمجموعات الممثلة لمكونات مختلفة (مثلاً، النساء، العاملين في الغابات، الفئات المهمشة وغيرها) في كيفية جعل التدخلات للقضاء على الملاريا فاعلة وقادرة أكثر على الوصول إلى الجميع والتأثير عليهم إيجابياً بصرف النظر عن نوعهم الاجتماعي وعمرهم وعرقهم ودينهم وغيرها من الأمور.

نورد أدناه بعض الأمثلة عن كيفية تمكن حملتكم من دعم تدخلات أخرى:

نموذج الرواد المجتمعيين

استخدم البرنامج الوطني لمكافحة الملاريا في السنغال وشركاؤه برنامج «الرواد المجتمعيين» من أجل استحداث حس بتولي زمام أعمال مكافحة الملاريا من خلال التعليم وبناء القدرات المحلية.

أقرت السنغال في خطتها للقضاء على الملاريا بأن المجتمعات المحلية كان لها دور رئيسي تؤديه. نتيجة لذلك، أصبحت أدوات الوقاية من الملاريا متوفرة على نطاق واسع في المناطق المتضررة، لكن الأشخاص استمروا بالإصابة بالمرض. فصار واضحاً أن العديد من الأشخاص كانوا يفتقرون إلى المعرفة والمهارات لحماية أسرهم من المرض.

ووجدت حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» الإجابة في قرية ثينابا التي لم تشهد حالة وفاة واحدة نتيجة الإصابة بالملاريا منذ عام 2009. لكن قبل هذا التاريخ، كانت الملاريا تعيث خراباً في المجتمع المحلي.

توفيت أمي ديوب في سن الثانية عشر عام 1999 بعد إصابتها بحمي لفترة يومين. دمر فقدان الطفلة والدها الحج ديوب الذي قرر وقاية أسرة أخرى من معاناة الخسارة نتيجة هذا المرض الذي يمكن تفاديه. فأسس الحج ديوب الجمعية الإسلامية سوبي محمد التي أصبحت المصدر الرئيسي في البلدة للتعليم من أجل وقف انتشار الملاريا. وبعد مرور عشرين عاماً، أصبح الاستمرار والمسؤولية المجتمعية حلاً بسيطاً لكن ابتكارياً لتحديات ثينابا بشأن الملاريا.⁸

مستلهمة من مثل ثينابا، جمعت الحملة أفراداً محفزين من مجتمعات محلية تعاني من إصابات بالملاريا وخبراء فنيين من النظام الصحي وشريك من القطاع الخاص متلهف لدعم عملائه في الحصول على أدوات منقذة للحياة من أجل خلق نماذج للرواد المجتمعيين.

يذكي البرنامج الوعي بشأن عوارض الملاريا ومعالجتها والوقاية منها ويقوده محلياً «رواد مجتمعيين» مجندين ومدربين محلياً. تبادل الرواد معلومات رئيسية بشأن الملاريا مع مجتمعاتهم المحلية من خلال إقامة

التدخلات	فرص إشراك المجتمعات المحلية
توزيع الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية	<ul style="list-style-type: none"> استخدام موسيقيين محليين لتحويل عملية توزيع الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية إلى احتفال عام. استخدام مسرح محلي لتبنيان الهدف من الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية وكيفية استعمالها في مسرحية هزلية قصيرة. توزيع أدوات مساعدة بصرية ونشرات إعلامية تتضمن رسالة أساسية بشأن مكافحة الملاريا إلى جانب ناموسيات متينة معالجة بمبيدات حشرية كي يعرف الأشخاص كيفية استخدامها.
حملة الرش الموضعي للأماكن المغلقة	<ul style="list-style-type: none"> تدريب العاملين في الرش الموضعي للأماكن المغلقة على تقنيات التوعية كي يتمكنوا من شرح طبيعة الرش الموضعي للأماكن المغلقة وسبب أهميته. بث إعلان إذاعي قبل فترة أسبوع من الحملة لشرح سبب وجوب موافقتهم على الرش الموضعي للأماكن المغلقة. الطلب من مشغلي أدوات الرش الموضعي للأماكن المغلقة أن يوزعوا منشورات بشأن تقنيات وقاية أخرى وعوارض الملاريا والأمكنة الموفرة للعلاج.
استراتيجيات العقاقير القائمة على الأدلة (الوقاية الكيميائية من الملاريا الموسمية)، إعطاء الأدوية على نطاق واسع، وأمور أخرى.	<ul style="list-style-type: none"> استضافة حدث مجتمعي بمشاركة الزعماء الدينيين والسلطات المحلية لشرح الهدف من استراتيجية العقاقير وكيفية المشاركة فيها. بث مقابلة مع خبير صحي تجري باللغة المحلية للإجابة على أسئلة تتعلق بالنهج. تدريب رواد محليين لشرح الحملة للجيران.
الإدارة المتكاملة لناقلات الأمراض	<ul style="list-style-type: none"> تدريب المنظمات المجتمعية على مهارات الوقاية من الملاريا. تجنيد متطوعين للقضاء على مواقع تكاثر البعوض. تقديم جوائز (كؤوس، شهادات) إلى المجتمعات المحلية التي تكافح الملاريا بفاعلية.

8 تكلمي أفريقيا. (29 آذار/مارس 2018). كيف ساعد ابتكار بسيط والعزيمة مجتمعاً محلياً في السنغال في تحقيق خفض الوفيات نتيجة الإصابة بالملاريا إلى الصفر. استرجع في 15 أيار/مايو 2018 من موقع <http://www.speakupafrika.org/blog>



إشراك المجتمعات المحلية من خلال وسائط الإعلام

يمكن استخدام الاتصالات الجماهيرية مثل الإذاعة والتلفزيون واللوحات الإعلانية والحملات الإلكترونية لتبادل الرسائل بشأن مكافحة الملاريا وزيادة بروز حملتكم. لكن ورغم أن هذه النهج تتمتع بإمكانية الوصول إلى الآلاف وحتى الملايين من الأشخاص، غير أن عمق المشاركة يبقى سطحياً ولا يحتمل أن ينجم عنه تغيير السلوك إلا إذا استكمل بنهج أخرى.

غير أن شركات من القطاع الخاص غالباً ما تكون مستعدة لدعم النهج الجماهيرية والمشاركة في علامتها التجارية، إذ أنها بارزة جداً وتساعدهم في صنع سمعة تجارية إيجابية. كما أن لدى العديد من الشركات الكبرى إدارات للتسويق وعلاقات مع الإذاعة والتلفزيون ومنتجي التسويق الإلكتروني. انظروا **الوحدة 4: إشراك القطاع الخاص** للحصول على المزيد من التفاصيل.

سوف ترغبون بأن تكون اتصالاتكم قصيرة وممتعة وبارزة وتثقيفية. لذا، هناك العديد من الأساليب المتاحة وفقاً لميزانيتكم وشركاء الإنتاج المتوفرين، بما في ذلك:

أحداث في الأحياء والقيام بزيارات إلى الأسر المعيشية وتقديم عروض في المدارس جاعلين من أنفسهم متوفرين للإجابة على أسئلة وتوفير النصح. كما عمل الرواد أيضاً عن كثب مع هياكل صحية محلية مشكلين جسراً يربط بين الخدمات العامة والمجتمعات المحلية، ونظموا حملة «أيام التنظيف» لتدمير مواقع تكاثر البعوض.

إن يثير اهتمامكم معرفة المزيد عن النهج المستخدم في السنغال، توفر لكم المراجع التالية نظرة عميقة في كيفية تصميمه وإدارته ويمكن تكيفه بسهولة لنشر برنامج مماثل في بلدكم.

أحداث خاصة من أجل إشراك المجتمعات المحلية

تكمّن أي طريقة بسيطة للحفاظ على الجهود المبذولة في مكافحة الملاريا بارزة بين الشركاء السياسيين والشركاء من القطاع الخاص والمجتمعات المحلية في تنظيم احتفالات بالتواريخ الرئيسية (انظروا الجدول أدناه). بدلاً من استضافة حدث في مكتب أو صالة مؤتمرات، خذوا في الاعتبار تنظيم الحدث في مجتمع محلي لإظهار دعمكم للسكان. يستطيع الاحتفال باليوم العالمي لمكافحة الملاريا في منطقة تقود أعمال مكافحة الملاريا أن يعترف بالنجاحات والتحديات الباقية، ويعزز حافز المجتمع المحلي للمشاركة في مشاريع الحملة وتبادل الرسائل الرئيسية مع الحاضرين.

عنوان المورد	الوصف
موجز الرواد المجتمعيين [سوف تتم ترجمته في حزيران/يونيو]	يصف البرنامج وكيفية وضعه وأهدافه ونهجه.
دليل تدريب الرواد المجتمعيين [سوف تتم ترجمته في حزيران/يونيو]	دليل مستخدم لتدريب الرواد المجتمعيين.
كتاب الملاريا المصور [سوف تتم ترجمته في حزيران/يونيو]	أداة تثقيفية يستخدمها الرواد المجتمعيين لوصف عوارض الملاريا وكيفية معالجتها والوقاية منها.
أدوات الرصد [سوف تتم ترجمتها في حزيران/يونيو]	نماذج يستخدمها الرواد المجتمعيين لتقديم تقارير بشأن أنشطتهم.
شهادة خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر [سوف تتم ترجمتها في حزيران/يونيو]	شهادة يستخدمها الرواد المجتمعيين كأداة تحفيزية للاعتراف بالممارسات المثالية للأسر المعيشية المعمول بها.

التواريخ الرئيسية للأحداث المجتمعية بشأن الملاريا

اليوم الدولي للمرأة (8 آذار/مارس): العوامل معرضات بشكل خاص للإصابة بالملاريا، وتساهم التداخلات بشأن الملاريا في المساواة بين النوعين الاجتماعيين في مجال الصحة.

يوم الصحة العالمي (7 نيسان/أبريل): يشكل يوم الصحة العالمي مناسبة لإظهار كيفية عمل بلدكم لتحسين صحة الجميع. تشكل الجهود المبذولة لمكافحة الملاريا مساهمة رئيسية لتحسين في مجال الصحة، لا سيما بين الأطفال والحوامل، لذا ينبغي أن تتمثل في أي حدث للاحتفال بهذا اليوم.

اليوم العالمي لمكافحة الملاريا (25 نيسان/أبريل): يشكل اليوم العالمي لمكافحة الملاريا كل عام فرصة لإعادة تأكيد التزامات البلد بالأهداف المشتركة في مكافحة الملاريا. ينظم العديد من البلدان احتفالات حيث يلقي الزعماء السياسيين كلمات ويؤدي الموسيقيون أو فرق مسرحية عروضاً. ويمكن أن يشكل هذا اليوم أيضاً فرصة للاعتراف بالرواد المجتمعيين المحليين.

جمعية الصحة العالمية (أيار/مايو، تختلف التواريخ): تجمع جمعية الصحة العالمية في جنيف قادة من أرجاء العالم لمناقشة قضايا صحية والتصويت على أعمال منظمة الصحة العالمية. تشكل جمعية الصحة العالمية فرصة لبلدكم لإشراك الأطراف المانحة وبلدان أخرى ومؤسسة الحكمة في عمله.

اليوم الدولي للأطفال (1 حزيران/يونيو): تنسب الملاريا بوفاة طفل من أصل كل أربعة أطفال في أفريقيا.

اليوم الدولي للقضاء على الفقر (17 تشرين الأول/أكتوبر): تنسب الملاريا في نشوء دورة فقر، ويمكن للقضاء عليها واستئصالها أن ينجم عنه منافع اقتصادية مستدامة.

يوم الأمم المتحدة لحقوق الإنسان: إمكانية الحصول على أساليب الوقاية من الملاريا ومعالجتها هو حق من حقوق الإنسان.

الذكرى السنوية للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا: إذا كان للبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا في بلدكم ذكرى سنوية قريبة، اغتتموا الفرصة لتنظيم اجتماع للشركاء والمشاركين.

اللوحات الإعلانية: ذكروا السائقين بالنوم تحت ناموسية متينة معالجة بمبيدات حشرية أو الخضوع لفحص الملاريا مستخدمين اللوحات الإعلانية.

عروض متنقلة للأفلام: أوصلوا رسالتكم إلى المجتمعات المحلية من خلال استضافة عرض متنقل للأفلام في مناطقهم. فمن خلال وضع جهاز عرض وعرض فيلم يتعلق بالملاريا، يمكنكم أن تهيئوا فرصة للحوار مع المجتمعات المحلية والإجابة على أسئلتهم بشأن الحملة.

نشيد حملة خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي

أرادت حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» أن تستكمل جهودها التثقيفية باستراتيجية رسائل أوسع نطاقاً للحرص على أن يتمكن الجميع من الحصول على المعلومات بشأن كيفية الوقاية من الملاريا وتشخيصها ومعالجتها. فمن خلال العمل مع موسيقيين ومغنيين راب ومنتجي فيديو هات ومشروع هارتبيت (Heartbeat)، أطلقت الحملة نشيد «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» عام 2015 على الإنترنت. تستخدم الأغنية الجذابة والمبهجة والممتعة لغات محلية وتبرز فنانيين سنغاليين معروفين وصاعدين.



أغنية: أغنية قصيرة (30 ثانية) تحمل رسالة رئيسية بشأن مكافحة الملاريا.

إعلان تجاري/الخدمة العامة: فيديو قصير أو فقرة إذاعية قصيرة (15 - 30 ثانية) تعبر عن رسالة رئيسية بشأن مكافحة الملاريا. انظروا على سبيل المثال **برنامج نايتووتش (Nightwatch Program)** تقدمه منظمة ملاريا نو مور (Malaria No More) بالتعاون مع يوسف أندور وآخرين.

التمثيل: يستطيع الممثلون أن يصوروا الحالات الشائعة عن الملاريا في حلقات قصيرة (30 ثانية - 5 دقائق) أو أطول (مسلسل متعدد الحلقات. مثلاً، تقول شخصية أنها مصابة بالحمى وينصحها صديق بأن تخضع للفحص. انظروا مثلاً وصف راند بونابا أدناه.

مقابلة وأسئلة: يمكن أن يجري مضيف إذاعي أو تلفزيوني مقابلة مع خبير في الملاريا. يستطيع المستمعون أو المشاهدون أن يحظوا بفرصة الاتصال مباشرة وطرح أسئلة بشأن الملاريا.

فيديو موسيقي: يستطيع الموسيقيون أو الفنانون المشاركون في الحملة أن ينتجوا فيديو موسيقي بشأن الملاريا ليثبه على الإذاعة والتلفزيون والإنترنت. انظروا مثلاً وصف نشيد حملة خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي أدناه.



الإلكترونية: [الرابط، متوفر حالياً على الموقع التالي: <https://www.Malaria-/08/rollbackmalaria.org/wp-content/uploads/2017/BCC-Indicators-Reference-Guide.pdf>]

كتاب الملاريا المصوّر: يتضمن دليلاً بصرياً من أجل تبادل رسائل تتحدث عن الوقاية من الملاريا ومعالجتها مع المجتمعات المحلية، وهو متوفر من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية: www.zeromalaria.africa

الإطار الاستراتيجي للاتصال من أجل التغيير الاجتماعي والسلوكي لمكافحة الملاريا للفترة 2018 - 2030: مورد خاص بشراكة دحر الملاريا من أجل دعم تصميم وتنفيذ أنشطة الاتصال من أجل التغيير الاجتماعي والسلوكي، وهو متوفر من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية: تجدونه حالياً على الرابط التالي: www.zeromalaria.africa
<https://rollbackmalaria.com/wp-content/uploads/2017/08/RBM-SBCC-Framework-2018-2030-English.pdf>

موارد إشراف من أجل الرواد المجتمعيين: أدوات للإشراف على عمل الرواد المجتمعيين ورصده، وهي متوفرة من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية: www.zeromalaria.africa

شهادة خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر: شهادة يستطيع الرواد المجتمعيين ان يقدموها إلى الأسر المعيشية أو الزعماء المحليين تثبت معرفتهم المثالية بوسائل الوقاية من الملاريا واستخدامها. www.zeromalaria.africa

شاهدوا نشيد خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي على يوتيوب [مترجم إلى اللغة الفرنسية]: <https://www.youtube.com/watch?v=UkHEFy6uNpY>

راند بونابا

عملت حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» أيضاً مع محطات تلفزيونية محلية لإنتاج راند بونابا وهو مسلسل تلفزيوني يتحدث عن رجل يسعى إلى



القضاء على الملاريا في قريته بعد أن فقد زوجته بشكل مأسوي نتيجة إصابتها بالمرض. تم تسجيل الحلقات باللغة الولفية وهي اللغة المحكية الأكثر شيوعاً في السنغال، وتم توزيعه على شبكات التلفزة الرئيسية وعلى الإنترنت.

شاهدوا مسلسل راند بونابا على يوتيوب [باللغة الولفية]: <https://www.youtube.com/watch?v=-6MZrAiZrcc&t=101s>

موارد إشراك المجتمعات المحلية

دليل تدريب الرواد المجتمعيين: يمكنكم تنزيل مواد تدريب الرواد المجتمعيين من خلال مجموعة الأدوات الإلكترونية: [سوف تتم ترجمتها في حزيران/يونيو]

الدليل المرجعي لمؤشرات الاتصال من أجل التغيير الاجتماعي والسلوكي لمكافحة الملاريا: يدعم هذا الدليل تقييم فاعلية التدخلات المعنية بمكافحة الملاريا الخاصة بالاتصال بشأن التغيير الاجتماعي والسلوكي لمكافحة الملاريا وقياس مستويات تغير السلوك للوقاية من الملاريا وإدارة الحالة على الصعيد القطري. هذا الدليل متوفر من خلال مجموعة الأدوات

الوحدة 6: إبراز الحملة

مقدمة

مثلاً، من خلال زيادة التمويل وإمكانية الحصول على الأدوات المنقذة للحياة للوقاية من الملاريا ومعالجتها - منح الأولوية لمكافحة الملاريا في أجندة المسائل الصحية والمالية للبلد.

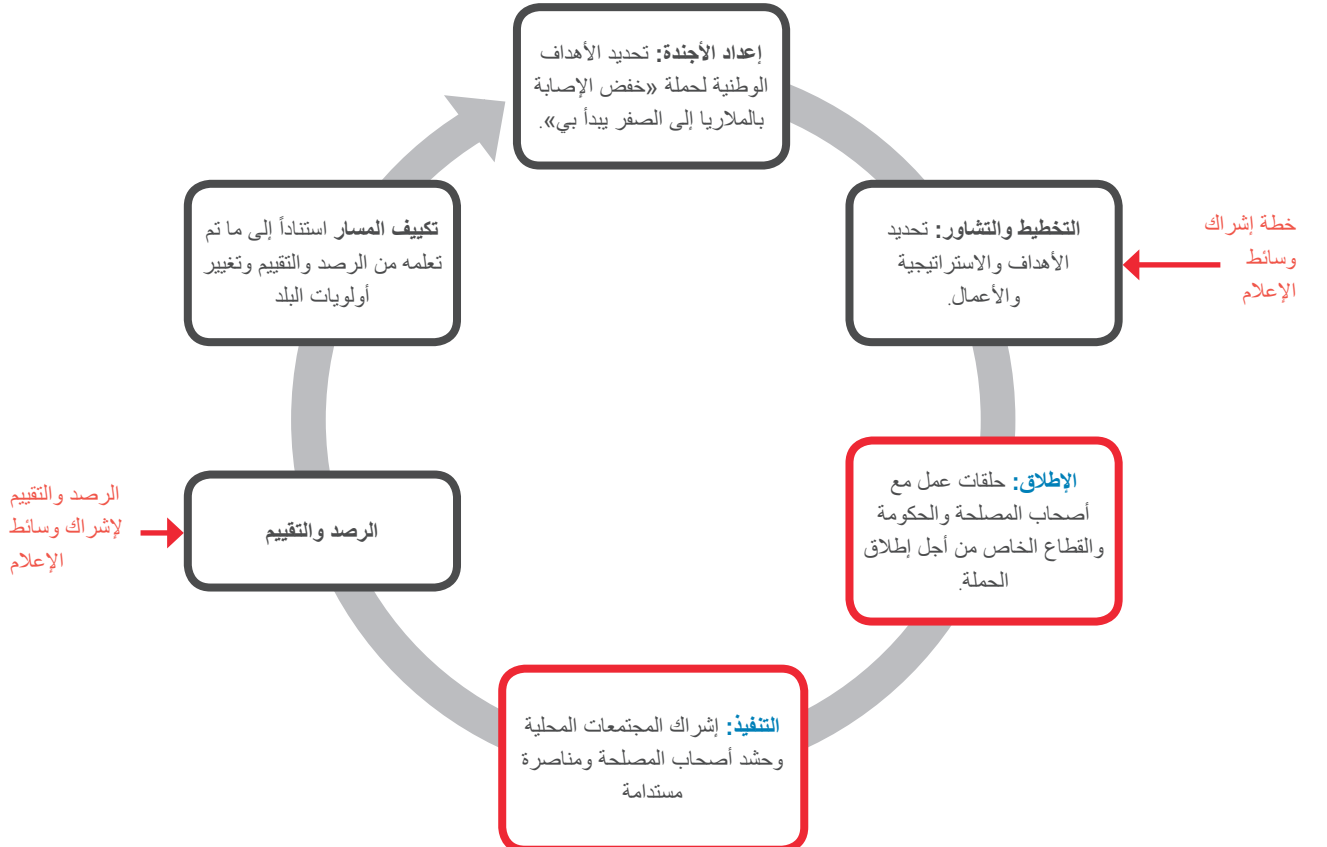
يصف القسم 1 كيفية التفكير مثل الصحفي عند استحداث قصص وتوفير إرشادات لصنع رواية ناجحة لوسائل الإعلام من أجل تغطية قضية الملاريا.

يتضمن القسم 2 أدوات لتعزيز بروتوكولكم، بما في ذلك نماذج بيانات صحفية، وأفكار لعقد شراكات مع «رواد مناصرة» من أجل نشر رسالتكم، وتوجيهات للتوسيم.

تشكل هذه الوحدة تكملة لمرحلة إطلاق حملتكم وتنفيذها (الوحدة 3 والوحدة 4 والوحدة 5) وهي هامة أيضاً للوصول إلى الزعماء السياسيين وأعضاء القطاع الخاص والمجتمعات المحلية. واحرصوا على التخطيط لإشراك وسائل الإعلام ونهج البروز (الوحدة 2) ووضع مؤشرات رصد وتقييم لتعقب عملكم (الوحدة 7).

من الضروري أن يعرف الأشخاص بالحملة كي تكتسب زخماً. لذا، إشراك وسائل الإعلام وإبراز النهج سوف يجعلان الأشخاص يتحدثون عن الحملة ويحثانهم على الانضمام إلى القضية. ومن خلال استخدام النهج المدرجة في هذه الوحدة، يمكنكم زيادة عدد الأشخاص الذين يسمعون عن عملكم، والحرص على أنهم يسمعون الأمور المناسبة وإلهامهم كي ينخرطوا في الحملة ويدعموا الجهود.

سوف يزيد إبراز حملتكم نفوذها بين كافة الجماهير. فعندما يشاهد صانعو القرارات التقارير الإخبارية عن الملاريا أو عن جهودكم للقضاء على الملاريا، سيعلمون أنها مهمة لناخبيهم وأن عليهم أن يهتموا أكثر بالقضية. فاستحداث حكايات وإشراك المناصرين في طرائق إبراز الحملة يمكنه أن يساعد في جعل الجهود المبذولة لمكافحة الملاريا أولوية. المزيد من البروز يعني أن المزيد من الأشخاص سيعرفون كيفية الوقاية من الملاريا والتماس علاجها. وأخيراً، يستحدث البروز الأكبر الضغط على صانعي السياسات للقيام بالمزيد من العمل ومحاسبتهم -





الأهداف التعليمية

سوف تتمكنون في نهاية هذه الوحدة من:

- فهم كيفية اختيار القصص المناسبة لرويتها للصحفيين
- تعلم معرفة كيفية إعداد بيان صحفي فاعل ومقالات رأي قوية
- تعلم كيفية عقد الشراكات وتعزيزها مع مناصرين أو «رواد مناصرة»
- تعلم كيفية صنع علامة تجارية للحملة واستخدامها (أو كيفية استخدام العلامة التجارية «خضض الإصابة بالمalaria إلى الصفر» بفاعلية
- تعلم كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من أجل بناء متابعة

القسم 1: إنشاء تغطية إعلامية

تشكل مشاركة وسائط الإعلام مكوناً هاماً لاستراتيجية مناصرة حملتكم، حيث أن وسائط الإعلام تستطيع أن تعد الأجنحة العامة التي تستطيع بدورها أن تعد أجنحة صانعي القرارات. فمن خلال استخدام الإعلام استراتيجياً، تستطيع الحملة أن تستحدث ضغطاً ومحاسبة بشأن نتائج المناصرة، إذ عندما يبدو السياسيون جيدين في الصحافة نتيجة دعمهم لمكافحة المalaria، يحتمل أن يستمروا في هذا الدعم. وعندما يتم تسليط ضوء الإعلام على مشكلة في البلد (مثلاً - الافتقار إلى الناموسيات المتينة المعالجة بمبيدات حشرية أو العقاقير)، ثمة احتمال أكبر أن يقوم صانعو القرارات بعمل ما. بالتالي، تشكل وسائط الإعلام أداة فعالة ويمكن استخدامها لدعم أصحاب المصلحة في القطاع الخاص والمجتمعات المحلية وتشجيعهم، وكذلك في المجال السياسي.

وكما يعاني السياسيون ضغطاً من العديد من الأشخاص بأجندتهم الخاصة، يواجه الصحفيون أيضاً الكثير من العوامل المؤثرة، بما في ذلك من المحررين ووسائط الإعلام المنافسة. لذا، ينبغي بمناصري مكافحة المalaria أن يفكروا بإبداعية بشأن كيفية إقناع الصحفيين بأن يعدوا تقارير بشأن الأثر الذي تتركه المalaria على المجتمعات المحلية والمجال الصحي والتقدم في البلد، وعلى الأهداف الطموحة التي وضعها صانعو القرارات وعلى النجاحات في جهود مكافحة من أجل تحقيق تلك الأهداف الطموحة.

سوف يقول لكم معظم الصحفيين أنهم يريدون قصة «تستحق النشر». استخدموا القائمة المرجعية أدناه لتحديد إذا كان لديكم قصة من هذا النوع. على العموم، يحتمل أن يكون لديكم قصة تستحق النشر إذا كان لديكم ثلاثة بنود على الأقل من البنود المدرجة في هذه القائمة.

تستحق روايتكم النشر إن:

- تحدثت قصتكم عن أمر يؤثر على غالبية الأشخاص أو على أقلية من الأشخاص الذين لا يحظون بالاهتمام أو هم مهمشين.
- يمكن ربطها بقضية أو موضوع.
- لديكم قصة ذات اهتمام إنساني تريدون إطلاع الآخرين عليها.
- لديكم أدلة جديدة بشأن موضوع راهن أو موضوع يؤثر على العديد من الأشخاص.
- تدعون للعمل.

- لديكم شخص مشهور و/أو صانع سياسات بارز أو قائد في الأعمال التجارية أو زعيم مجتمع محلي ينقل رسالتكم.
- يمكنكم تحديد قضية لا يتم الالتزام العام بها.

إرشادات لبناء علاقات مع وسائط الإعلام وتعزيزها:

- تحديد أهدافكم من أجل الوصول إلى وسائط الإعلام: هل تحاولون تثقيفهم؛ حثهم على كتابة المزيد من القصص بشكل عام؛ حثهم على كتابة المزيد من القصص الإيجابية؛ حثهم على محاسبة صانعي السياسات؛ وربما جل ما ورد أعلاه. ما أن تحددوا الاحتياجات، يمكنكم أن تستهدفوا جهودكم بشكل أفضل لتحقيق النتائج.

- إعداد قائمة إعلامية: أعدوا قائمة بأسماء الصحفيين والمحررين ومعلومات الاتصال بهم. من يكتب في موضوع القضايا الصحية؟ اعرضوا نفسك كجهة اتصال بشأن المقالات المتحدثة عن الصحة والوقاية من المalaria ومحاربتها والقضاء عليها واستفهموا إذا كان بوسعكم إرسال معلومات لهم.

- إقامة جلسات إحاطة إعلامية: أعدوا جلسة إحاطة إعلامية بين وسائط الإعلام وخبراء في المalaria خلال أحداث خاصة تتعلق بالمalaria بشكل خاص (اليوم العالمي للمalaria، إطلاق حملة جديدة وغيرها).

- إعداد رسائل بشأن الحملة: من المهم تحديد النقاط الرئيسية التي تريدون أن تغطيها وسائط الإعلام وتعزيز هذه النقاط من خلال تكرار رسالتكم في مواردكم، إلى جانب تحقيق الاتساق بين المتحدثين باسمكم والشركاء بشأن الرسائل نفسها. استخدموا هذه الرسائل لتزويد موادكم بالمعلومات والتواصل مع وسائط الإعلام.

- إعداد مجموعة مواد صحفية. أدرجوا معلومات أساسية/صحفية وقائع عن المalaria وأثرها على المجتمعات المحلية والبلد، وعلى صحة الأفراد والنظام الصحي في البلد، وتأثيرها على الأطفال الملتهقين بالمدارس، والأشخاص القادرين على العمل وغيرهم.

- القيام بزيارة الموقع. اصطحبوا صانعي السياسات والمشاهير ورجال الأعمال البارزين وزعماء المجتمعات المحلية ووسائط الإعلام إلى موقع البرنامج أو الحدث وعرفوا وسائط الإعلام بالخبراء والأشخاص الذين أفادوا من التدخلات المعنية بإنقاذ الحياة مثل الناموسيات، رش المبيدات الحشرية في المنزل، التشخيص المبكر للمalaria وسهولة الحصول على سبل العلاج المضادة للمalaria.

- البحث عن فرص لعرض صور. الصورة تساوي ألف كلمة. إذا كان لديكم رحلات ميدانية، أرسلوا صوراً إلى وسائط الإعلام فوراً بعد انتهاء الرحلة، وأرفقوها بتعليق موجز يصف ما يجري ومن هم الأشخاص الرئيسيين المثيرين للاهتمام في كل صورة.

- تحديد قصص عن تجارب إنسانية مثيرة للاهتمام. فكروا كيف أثرت مبادراتكم على أشخاص عاديين - مثلاً، أنقذت حياتهم أو حياة أحد أفراد أسرته، ساعدتهم أو ساعدت أحد أفراد أسرته في أن يتمتع بصحة جيدة ما يكفي للذهاب إلى العمل أو المدرسة - وارووا من وجهة نظرهم.

○ **التمتع بالانتقائية والابداعية.** لا ترسلوا رسائل وبيانات صحفية بكثافة إلى وسائل الإعلام بشأن قصص لا تشكل أخباراً. لا تفعّلوا ما يفعله الآخرون. فكروا بطرائق جديدة وابتكارية كي ترووا قصة عن أثر الملاريا على فرد أو أسرة أو مجتمع محلي، أو عن نتائج ناجحة ناجمة عن مبادراتكم.

○ **تدريب صحفيين.** نظموا حلقات عمل، حلقات دراسية شبكية، محادثات هاتفية جماعية أو اجتماعات غير رسمية مع صحفيين لشرح القضايا. أقيموا مسابقة كتابة قصص تقدمون في نهايتها جوائز للصحفيين الذين كتبوا القصص الأكثر إثارة في موضوع مكافحة الملاريا.

○ **أقيموا تحالفات إعلامية.** أشركوا الصحفيين في شبكة واحرصوا على دعمهم والاعتراف بهم.

○ **أقيموا اتصالات منتظمة مع وسائل الإعلام.** من أجل اكتساب اهتمام مستمر في قضية و/أو تغيير التصورات السائدة بشأن قضية، من المهم أن تتصلوا بانتظام بوسائل الإعلام وتطلعوهم بمعلومات محدثة وإحصائيات/بحوث جديدة، وأحداث قادمة وغيرها، إذ أن الحفاظ على اتصال منتظم يبيح قضية أثر الملاريا والقضاء عليها في قمة اهتمامات وسائل الإعلام ويزيد الفرص للتغطية الإعلامية.

النشرات الإعلامية

ابتكارات غانا في المناصرة
كان الحصول على تقارير دقيقة عن الملاريا مثيراً للتحدي نتيجة علاقات سابقة ضعيفة بين وسائل الإعلام والبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا. اتصلت شبكة إعلامية من الصحفيين المناصرين بشبكة غانا الإعلامية لمناصرة مكافحة الملاريا (GMMAN) وساعدت في مد جسور بين وسائل الإعلام والبرنامج الوطني لمكافحة الملاريا، ما نجم عنه تقارير إعلامية ايجابية ومثيرة للاهتمام. وكان تأليف الشبكة نتيجة حلقة تدريب على المناصرة دامت يومين أقمها 30 موظفاً مسؤولاً عن الصحة وكبار المرسلين من وسائل إعلام مختلفة في البلد. زادت هذه الشبكة تعزيز مناصرة برنامج الوقاية من الملاريا ومكافحتها في غانا، حيث انها حفزت العديد من الصحفيين المحترمين للالتزام باستمرار نشر أخبار الملاريا مستعرضة الممارسات السليمة وسلطة الضوء على الممارسات الموصى بها للوقاية من الملاريا ومعالجتها.

وضع المناصرون في غانا أيضاً نشرة إعلامية عن إخطارات بالأعمال والتي شكلت لفترة سبعة أعوام نشرة منتظمة عن جل ما يتعلق بالملاريا. تم توزيع إخطارات بالأعمال على صانعي السياسات والزعماء من مختلف القطاعات على نطاق واسع، واعتمد الزعماء عليها لتحديث السياسات.

كذلك، أطلق المناصرون في غانا حملة مكافحة الملاريا بعنوان «استخدموا نفوذكم» مع بث برامج تلفزيونية وإذاعية، ووضع لوحات إعلانية وملصقات وإقامة أحداث. شجعت هذه الحملة الزعماء على استخدام نفوذهم لتعزيز الوقاية من الملاريا ومكافحتها. كانت دعوات الحملة للعمل محددة مثلاً، طلب من القادة أن يستثمروا في إدارة سلسلة الإمدادات بحيث تصل السلع بسهولة أكثر إلى الميدان وأن يدعموا الإعانات لجعل العقاقير متوفرة أكثر.

الاعتراف بالقيادة الأفريقية: جوائز التفوق الوطني لتحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا

تم إطلاق تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا عام 2009 كمنتدى حكومي من أجل العمل على مكافحة الملاريا. تقضي مهمة الدعوة التي يقوم بها تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا بأن يبقى مسألة القضاء على الملاريا في صدارة جدول أعمال الحكومات والمنظمات الإقليمية وشركاء آخرين منخرطين في العمل على أعلى المستويات من أجل بناء التزام.

يعترف تحالف القادة الأفريقيين لمكافحة الملاريا كل عام بالبلدان التي تثبت قيادة مثالية في خفض حالات الإصابة بالملاريا وذلك من خلال جوائز تفوق يقدمها التحالف. ينجم عن الجوائز مقالات صحفية ايجابية عن هذه البلدان وغالباً ما يصلها تعليقات من أصحاب مصلحة رفيعي المستوى مثل الأمين العام للأمم المتحدة. وعندما يفخر الرؤساء بنجاح حكايات مكافحة بلدهم للملاريا، يحتمل أن يستمروا في القيام بأعمال داعمة لمكافحة هذا المرض.

القسم 2: أدوات إشراك وسائل الإعلام وإبرازها

إشراك أصحاب مصلحة رئيسيين من خلال الإعلام

يمكن تعزيز العديد من الأحداث والأنشطة المبيّنة في الوحدات السابقة من خلال تعزيز بروزها. تؤدي النهج المدرجة أدناه التي يمكن ايجادها في مكان آخر من مجموعة الأدوات، إلى المحاسبة وتشجع أصحاب المصلحة على الالتزام بخفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر.

نهج المشاركة السياسية: تصف هذه الأداة نهج المشاركة السياسية المختلفة لبناء الدعم لمكافحة الملاريا، بما في ذلك البعض الذي قد يفيد من المشاركة الإعلامية. مثلاً، الحصول على تغطية صحفية لحفل توزيع جوائز حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» سيعزز قدرتها في التأثير على أهداف دعوتكم.

إشراك التوارخ الرئيسية: يوفر قائمة بتواريخ موثقة لمناقشة الملاريا مع صانعي السياسات وفي الصحف. مثلاً، قبل كل يوم عالمي للملاريا، يبحث الصحفيون الدوليون والمحليون عن شيء فريد يقوله عن الملاريا. لذا، يحتمل أن يلقي تصريح لزعيم سياسي في هذا التاريخ تغطية. انظروا إلى الأداة بحثاً عن تواريخ أخرى يمكن أن تكون ملائمة لمحتكم.

الالتزام بالقضاء على الملاريا: تعهد حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي»: يمنح التعهد أصحاب المصلحة فرصة للتعبير علناً عن دعمهم لمكافحة الملاريا. يكافئهم إعلانهم عن التزامهم على مشاركتهم ويمكنه أن يعزز فاعلية التعهد.

نهج إشراك القطاع الخاص: تصف هذه الأداة النهج التي ينبغي اتباعها لإشراك أصحاب المصلحة في القطاع الخاص من أجل القضاء على الملاريا. وكما في نهج المشاركة السياسية، يكون العديد من هذه الأنشطة فاعلاً أكثر إذا غطتها وسائل الإعلام أو تم إبرازها.

أحداث خاصة من أجل إشراك المجتمعات المحلية: تصف أنواعاً مختلفة من أحداث المشاركة وتضع قائمة بالأيام التي يكون فيها تنظيم هذه الأحداث ملائماً.



استخدام المفردات التخصصية والمفردات المختصرة، وتفادوا أيضاً الصفات مثل «رائع» و«مثير للاهتمام» التي تعبر عن رأي بدلاً من التعبير عن واقع. استخدموا نسق التواريخ نفسها والأسماء والمختصرات وما إلى ذلك.

- **مساعدة وسائط الإعلام في التعرف عليكم وإيجادكم.** استخدموا نموذج بيان صحفي مع رمزكم، شعاركم (إذا كان لديكم شعار) وعنوان العمل. أدمجوا معلومات عن منظماتكم والأعمال التي تقوم بها، إلى جانب رابط موقعكم الشبكي ومعلومات الاتصال بكم.⁹

مقالات رأي وحكايات إنسانية مثيرة للاهتمام

نشر مقال رأي هو طريقة قوية لإيصال رسالتكم مباشرة إلى القارئ، ويمكنه أن يكون فاعلاً في استرعاء انتباه جماهيركم المستهدفة، بما في ذلك المسؤولين المنتخبين والسكان المستهدفين في القطاع العام. وعندما يتم تقييم عروض مقالات الرأي، يبحث محررو الصحف عن مقالات تثير اهتمام الشعب وتظهر إبداعاً في الأفكار وحسن التوقيت وحة قوية وخبرة في القضية. كما يمنحون الأولوية لأشخاص معروفين في ميدانهم أو الذين يحتمل أن يكونوا محترمين جداً في مجتمعاتهم المحلية.

إرشادات لكتابة مقال رأي قوي:

- ينبغي بالموضوع أن يكون حسن التوقيت ويستحق النشر. جدوا طريقة لربط القضية بقضية أوسع نطاقاً تثير اهتمام الشعب.
- حددوا الرسائل الثلاثة التي تريدون أن يفهم القارئ مغزاها من المقال واحرصوا على أن توصلوا هذه الرسائل بوضوح وتكرروها.
- ينبغي أن يكون للكاتب صلة شخصية بالقضية، إلى جانب خبرته فيها أو أن يكون محترماً جداً أو شخصية مشهورة لديها معجبون أو قائد. وثمة احتمال أكبر في نشر مقالات رأي لأصحاب أسماء بارزة. لكن يرجى الملاحظة أن الشخصيات المؤثرة الرئيسية قد لا تملك الكثير من الوقت أو خبرة في الكتابة. لذا، تستطيع الحملة أن تدعمهم من خلال توفير مسودة للمساعدة في تسليم المقال في الوقت المناسب، إلى جانب الحرص على أن تكون الرسائل الرئيسية مدرجة فيه.
- ينبغي بالمقالات أن تعبر عن وجهة نظر وحيدة وواضحة وأن تكون مدعومة بعدد مختار من الوقائع والإحصاءات. إحرصوا على عدم إرهاق القارئ بعدد كبير من الوقائع التي يمكنها أن تشوش القراء وتقلل من فرصة تسليم رسالتكم/رسائلكم القوية.
- ينبغي بالكتابة أن تكون قوية وتسترعي انتباه جمهور مستهدف واسع النطاق.
- ينبغي بالمقالات أن تنتهي تاركة انطباع دائم وتحمل دعوة واضحة للعمل.
- ينبغي بالمقالات أن تكون موجزة - من 500 إلى 800 كلمة كحد أقصى.

إشراك المجتمعات المحلية من خلال الإعلام الجماهيري. نصف نهج لتبادل الرسائل بشأن الملاريا وبناء دعم المجتمعات المحلية من خلال وسائط الإعلام السمعية والمرئية والرقمية.

البيان الصحفي

يشكل البيان الصحفي أداة أساسية للوصول إلى وسائط الإعلام، إذ يعلن عادة عن مجموعة من الأخبار مثل الأحداث والجوائز والبحوث أو المنتجات الجديدة، والبرامج ويتبع شكلاً نموذجياً. يمكن إيجاد نموذج عن بيان صحفي قابل للتحميل ونموذج لبيان صحفي في مجموعة الأدوات الإلكترونية على الموقع التالي: www.zeromalaria.africa.

يتمتع حسن صياغة البيان الصحفي بالأهمية نفسها التي تتمتع به المعلومات التي يتضمنها. نورد أدناه إرشادات لحسن صياغة بيان صحفي:

- **استخدام عنوان آسر.** العنوان هو الأمر الأول الذي يراه الأشخاص لذا فليكن أسراً لكن جذاباً أيضاً. من الناحية المثالية، ينبغي أن يتضمن سبع كلمات أو أقل.

- **البداية بمقدمة موجزة.** هذه هي الفقرة الأولى حيث تأتي المعلومات الأكثر أهمية أولاً (مثلاً، ماذا ومتى وأين). من الناحية المثالية، ينبغي بالمقدمة أن تتضمن 35 - 40 كلمة تقريباً، ويتم إدراج معلومات داعمة وأساسية في الفقرات اللاحقة.

- **الإطار والمعبر.** اربطوا المعلومات الحديثة مع أمر يعرفه القراء ويهتمون له من أجل دفع إدراجه في جدول الأعمال العام. اتبعوا مبدأ ما يجعل من الحكاية تستحق النشر (انظروا أعلاه) وحاذروا ألا ترددوا مفاهيم خاطئة أو تناقضوا رواية أحدهم بالأرقام.

- **الإبلاغ عن الوقائع والتحقق منها.** فليكن البيان الصحفي قائماً على أدلة، إذ تعتمد مصداقيتكم على صحة المعلومات. اختاروا الوقائع الأكثر أهمية ودقة والتزموا بها. إحرصوا على ألا تستخدموا العديد من الوقائع والأرقام إذ يمكنها أن تشوش القارئ.

- **الإدلاء ببيان.** ضمنوا البيان الصحفي اقتباساً من شخص مؤثر أو شخص تضرر شخصياً من الأخبار التي تتبادلونها من أجل توضيح موقفكم ووضع إطار للقضية التي تكتبون عنها.

- **الحفاظ على البيان بسيط وراق.** استخدموا كلمات تدل على الفعل ولغة فعالة، إلى جانب جمل بسيطة بلغة عادية. تفادوا

9 مقتبس من: شراكة القضاء على الملاريا. آب/أغسطس 2014. دليل دعوة شراكة القضاء على الملاريا لتعبئة الموارد

حاولوا تبادل قصص واقعية لأشخاص عاديين أو مشاهير أو قادة في الحكومة أو زعماء مجتمعين بارزين. وفي الكثير من الأحيان، قد يفيد احتمال إذا كان الكاتب قد تضرر شخصياً من الملاريا - سواء أكان ذلك مباشرة أو غير مباشرة، إذ تستطيع قصة شخص مصاب بالملاريا أو تأثرت أسرته أو مجتمعه المحلي بالملاريا أن تصنع أثراً دائماً بدلاً من إحصاءات جافة من 200 مليون حالة. وخلال روي القصة، انسجروا عدداً مختاراً من الوقائع والأرقام عن الملاريا. اذكروا في القصة الوقاية من الملاريا ومكافحتها ومنافع القضاء عليها. واذهبوا حتى أبعد من ذلك وضمّنوا القصة قضايا إنمائية أوسع نطاقاً مثل تحسين التعليم والمساواة بين النوعين الاجتماعيين وإمكانية حصول عدد أكبر من الأشخاص على الرعاية الصحية. ركزوا على واجب مسؤولي الحكومة في حشد تمويل محلي للوقاية من الملاريا ومكافحتها وتنفيذ التزاماتهم في القضاء على الملاريا في بلدكم.

لن تؤدي قصة مأسوية بمفردها إلى جعل الأشخاص يستنتجون أن التغيير في النظام هو أمر ضروري، أو أن على الحكومة اتخاذ إجراءات بهذا الشأن. فبدون معالجة المحاسبة، يمكن ترجمة عبء الملاريا كحاجة إلى الصدقة، أو قد يلقى اللوم على الضحايا (مثلاً، يستطيع المزيد من الأولياء حماية أطفالهم من الملاريا إذا حاولوا جاهدين أكثر). لذا، ينبغي بالقصة الفاعلة أن تربط بين حالة منعزلة وأدلة واتجاهات، إلى جانب التدخلات السياسية والحاجة إلى منح أولوية لإنفاق الحكومة والقطاع الخاص على الوقاية من الملاريا ومعالجتها والقضاء عليها نهائياً. بوسع ذلك أن يساعد الجماهير غير ذي الخبرة ذات الصلة بقضايا تمويل حكومي وصحة عامة معقدة.¹⁰

مثل: المصلحة الإنسانية للاعب كرة قدم والملاريا

عاني لاعب كرة القدم من كوت ديفوار ديدويه دروغبا من الملاريا وكان قائد فريق كرة القدم وأفضل هداف على الإطلاق في فريق كوت ديفوار الوطني لكرة القدم. فقد نشرت صحيفة ذي غارديان الكائن مقرها في المملكة المتحدة عام 2013 مقالاً عن كيفية تأثير الملاريا على دروغبا وكيفية التزامه بمكافحة المرض. وسائط الإعلام هي أكثر ميلاً للتوعية بشأن الملاريا عندما يرتبط العبء بهكذا لاعب بارز.¹¹ كي تقرأوا القصة بأنفسكم، استخدموا هذا الرابط: <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/feb/06/didier-drogba-anti-malaria-campaign>

تجنيد رواد لإيصال الرسائل وتمثيل الحملة

ضعدوا قائمة بالقادة الذين يمكنهم التحدث عن أهمية مكافحة الملاريا والقضاء عليها، بما في ذلك أسماءهم وامتيازهم ومعلومات الاتصال بهم. يستطيع الرواد أن يشملوا قياديين في القطاع الخاص، فاعلي خير، زعماء مجتمعيين، مشاهير، سياسيين، شخصيات رياضية أو أي شخصية مؤثرة أخرى في القطاع العام أو الخاص.

يستطيع الرائد المحترم الذي يؤمن في مكافحة الملاريا أن يفتح أبواباً مهمة ويذكر الوعي بشأن القضية. هنا يكمن عمل الرائد الأكثر أهمية في هذه المرحلة المبكرة من المناصرة، حيث يستطيع أن يساعد في تسهيل اللقاء بين صانعي السياسات لتمكين إجراء مناقشات ومفاوضات أكثر عمقاً، إلى جانب تعزيز بروز الرسائل بشأن الملاريا بين الجمهور/الشعب الرئيسي.

يستطيع الاستثمار الشخصي أن يصنع فرقاً عند تجنيد الرواد، إذ قد يساعد وجود اهتمامات مشتركة غير العمل. ويساعد بناء علاقات معهم في ضمان استمرار التزامهم عند مواجهتهم طلبات متنافسة لوقتهم وعقود/شبكات وبذل طاقة. خذوا في الاعتبار الأمور التالية عندما تتبادلون الأفكار مع شخصيات يمكنهم أن يصبحوا رواداً:

- ما هي الروابط المنشأة مع صانعي السياسات؟
- من تعرفون ويحتمل أن يكون لديه نفوذ على صانع سياسات أو عدة صانعي سياسات في أفضل الأحوال؟
- هل الرائد معروف بينهم أو محترم منهم؟
- ما هي الروابط/الشبكات الأخرى المحتملة أن تكون مجدية التي يجلبها الرائد إلى الحملة؟
- ماذا يعرف الرائد عن البرنامج والقضية؟ أو هل الرائد منفتح للاطلاع على معلومات تتعلق بالبرنامج والقضية؟
- ما مدى الاستثمار الشخصي للرائد في القضية؟ إذا كان لديه رابط شخصي فهذا رائع، وإذا لم يكن لديه رابط شخصي، فهل يثير اهتمامه معرفة المزيد من خلال لقاء ناجين من الملاريا أو رؤية العاملين في المجال الصحي يعملون في مكافحة الملاريا وما إلى ذلك.
- هل سيتطلب الرائد أجراً أو سيتطوع بوقته؟

توسيم الحملة

تبدل المنظمات الكثير من الجهد وتمضي الكثير من الوقت في ابتداع علامة والتي هي إسم وشعار وعرض بصري يعرّف بها وطبيعة العمل الذي تقوم به.

تحسّن العلامة القوية الاعتراف بالحملة وما تمثله. ويستطيع هذا الاعتراف أن يساعد في لفت انتباه جمهوركم الذي يحظى بالأولوية ووسائط الإعلام، وفي اكتساب إمكانية الوصول إلى شخصيات مؤثرة قوية وصانعي قرارات. كما تستطيع العلامة الجيدة أن تساعد عملمكم وضمان أن يتم سماع رسالتكم وتذكرها.

البلدان مدعوة لاستخدام إسم وشعار حملة «خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر يبدأ بي» والمواد ذات الصلة إذا كانت تظن أن هذه الحملة ستتردد أصداءها بلغتها ولدى جمهورها المستهدف. لكن إذا كان لدى بلدكم حملة مسماة فلا حاجة إذاً إلى تغيير الإسم.

وإذا كنتم تختارون إسماً لحملة جديدة، يقترح استراتيجيو التوسيم أن تأخذوا في الاعتبار الأمور التالية:¹²

- الحرص على أن يكون الإسم متعاً للأذن.
- جعله سهل التذكر.
- الأحراف الأولى ليست إسماً.
- التفكير في أن يكون متعدد اللغات.

10 مقتبس من: شراكة القضاء على الملاريا. آب/أغسطس 2014. دليل دعوة شراكة القضاء على الملاريا لتعبئة الموارد.

11 سملي، ت. [6 شباط/فبراير 2013]. ينضم ديدويه دروغبا إلى حملة مكافحة الملاريا مع تصاعد الحملة في أفريقيا. ذي غارديان. مسترجع في 16 أيار/مايو 2018 من الموقع التالي: <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/feb/06/didier-drogba-anti-malaria-campaign>

12 مقتبس من: جاك تراوت، ستيفن ريفكن [1996]. تحديد المواقع الجديدة. نيويورك: شركات ماكغرو هيل. 1996.



تميل إلى التغيير بسرعة، لذا لا تخشوا اختبار منصة جديدة إذا كان ذلك يساعدكم في الاتصال بجمهوركم.

- يتيح لكم **فيسبوك** إنشاء صفحة على وسائل التواصل الاجتماعي حيث يمكنكم تبادل الصور وعرض نصوص وفيديوهات وروابط خارجية. سوف يشاهد المستخدمون الذين يتبعون صفحتكم ما تعرضونه في تغذيتهم الإخبارية ويمكنهم التفاعل من خلال ربط محتوى صفحتكم وتبادلته مع شبكاتهم والالتزام.
- يتيح لكم **تويتر** أن تتبادلوا نصوصاً قصيرة أو صوراً أو فيديوهات مع متابعيكم من خلال «تغريدات». وبدءاً من عام 2018، يتيح تويتر للمستخدمين أن يعرضوا 280 حرفاً في آن واحد، رغم أن طول الفقرة لا يزال 140 حرفاً تقريباً. تويتر هو منصة للتحدث، استخدموه للتفاعل مع أصحاب المصلحة، وتبادل الأفكار والأخبار، وللإجابة على أسئلة أو تعليقات يضعها جمهوركم.
- أما **إنستاغرام** فهو في المقام الأول أداة لتبادل الصور مع وصف أو تعليق قصير حيث يستطيع متابعوكم الإعجاب بمحتوى صفحتكم. من الصعب تبادل روابط على إنستاغرام لكن يجوز لكم إدراج رابط في ملفكم الشخصي من أجل توجيهه إلى موقع شبكي تديرونه.

سوف يمكنكم عرض محتوى بدون تأمين ميزانية إعلانات من الوصول إلى الذين يتبعونكم أو الذين يتفاعلون معكم ويُعرف هذا الأمر «بالوصول العضوي». تتمتع هذه المنصات بخيارات إعلانية يمكنها أن توسع إمكانية وصولكم على نطاق واسع بكلفة ضئيلة نسبياً. لكن إذا كنتم حديثي استخدام الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، قد لا يستحق هذا الخيار وقتكم، بالتالي اعتبروا هذه الخطوة اختيارية.

سوف يظهر المحتوى المدفوع الثمن في التغذية الإخبارية لجمهورهم جديدة. كذلك، تتيح لكم كلا المنصتان أن تستهدفوا الذين سوف يصلهم إعلانكم من خلال غريلة الموقع والاهتمامات. كونوا مبدعين في نهجكم - يمكنكم أن تستهدفوا مجتمعات محلية في منطقة جغرافية محددة، أو القطاع الخاص أو جهات سياسية فاعلة في المدن الكبرى، أو جمهور وطني عام كي ترسلوا لهم رسائل بشأن الملاريا.

وتذكروا أن علامتكم تعكس رسائلكم [انظروا دليل **إعداد الرسائل** (ص. 26)]. ارسما حملتكم على أنها قضية راحة سيرغب آخرون بالانضمام إليها، وتقدوا الكلمات التي تعني الإيذاء، قابلية التضرر أو اليأس

ينبغي التمكن من التعرف على شعارات الحملة وأن تعكس أهداف وقيم حملتكم. فكروا بالشعارات الأكثر بروزاً المستخدمة من شركات ومنظمات مختلفة. حتى دون معرفة الكثير من المعلومات عن منظمة ما، يساعد الشعار الجيد الأشخاص في أن يتذكروا من هي هذه المنظمة والأعمال التي تقوم بها.

كما تشكل الشعارات أدوات هامة في التحالفات والائتلافات، حيث أن عرض شعار الشركاء على المواد يتيح الاعتراف بالشركاء على ما قدموه من مساهمات. استخدموا دائماً شعارات الشركاء باتساق وعناية. وبدلاً من ذلك، بوسع شعار حملة بلدكم أن يمثل جميع الشركاء المنخرطين في العمل معكم وأن يشكل أداة يمكنهم استخدامها على موادهم لإبراز دعمهم لحملة خفض الإصابة بالملاريا إلى الصفر.

ينبغي الا تكون الشعارات مفرطة في التعقد. تكون أفضل الشعارات قائمة على أفكار بسيطة وحاذقة. حتى تصميم بسيط تصنعه على حاسوبكم يمكنه أن يكون ناجحاً. والأمر الأكثر أهمية يكمن في أن يتمكن الذين يعرفون القليل عنكم أو يجهلونكم من التعرف بسهولة إلى الصورة وتذكرها وفهمها. تميل الشعارات المصممة بإتقان فوق العادة إلى أن يكون أثرها ضئيلاً، العكس تماماً عما يفترض بها أن تحققه.

وسائل التواصل الاجتماعي

تستطيع قنوات وسائل التواصل الاجتماعي شأن فيسبوك وتويتر وإنستاغرام أن تساعد حملتكم في الوصول إلى جمهور أوسع نطاقاً وتتفاعل معهم بطريقة مألوفة.

ويتطلب الحفاظ على حضور في وسائل التواصل الاجتماعي جهوداً مستمرة، بحيث يتم تحديث الحساب الفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام بمحتوى وثيق الصلة ومثير للاهتمام وتفاعلي.

أما منصات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية فهي **فيسبوك** و**تويتر** و**إنستاغرام**. يرجى الملاحظة أن وسائل التواصل الاجتماعي

موارد رسوم بيانية: شعارات الحملة ومخزون صور ورسوم بيانية جاهزة لاستخدامها على وسائل التواصل الاجتماعي لدعم حملتكم. تجدونها متوفرة على الموقع التالي:
www.zeromalaria.africa

مناصرة وسائط التواصل الاجتماعي: كيفية وضع برنامج مناصرة علامة تجارية: دليل قصير وضعته هوتسوت، وهي شركة توفر أدوات لوسائل التواصل الاجتماعي بشأن كيفية استخدام المنصات لإحداث أكبر قدر من التأثير. متوفر على الموقع التالي:
<https://blog.hootsuite.com/social-media-advocacy-brand-advocate>

للحصول على معلومات بشأن وضع إعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، استخدموا الموارد التالية:

- [فيسبوك: <https://www.facebook.com/business/products/ads>](https://www.facebook.com/business/products/ads)
- [تويتر: <https://business.twitter.com/en/solutions/twitter-ads.html>](https://business.twitter.com/en/solutions/twitter-ads.html)
- [إنستغرام: <https://business.instagram.com/advertising>](https://business.instagram.com/advertising)

موارد إشراك وسائط الإعلام وإبرازها

العمل مع وسائط الإعلام: مكمّل لمجموعة أدوات المناصرة للتأثير على خطة التنمية لما بعد عام 2015: دليل لدعم إشراك وسائط الإعلام في قضايا التنمية. متوفر على الموقع التالي:
<http://www.stakeholderforum.org/fileadmin/files/Engagingwiththemedi.pdf>



الوحدة 7: الرصد والتقييم

مقدمة

يصف القسم 1 دور الرصد والتقييم في أعمال المناصرة ويحدد الشروط والمفاهيم الرئيسية التي استخدمها واضعو عملية الرصد والتقييم.

ويوفر القسم 2 سلسلة من الأدوات من أجل وضع إطار الرصد والتقييم وخطة الرصد.

الأهداف التعليمية

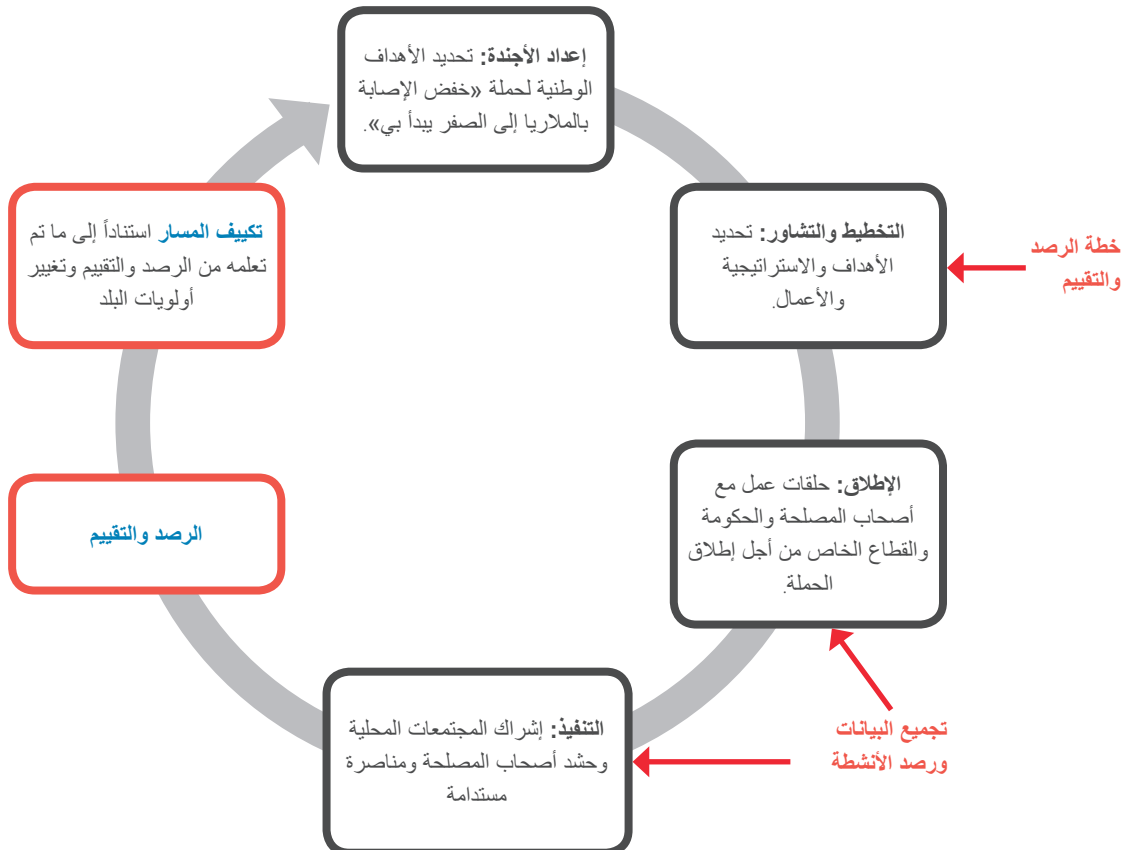
- سوف تتمكنون في نهاية هذه الوحدة من:
- فهم المفاهيم والأساس المنطقي وراء الرصد والتقييم
- معرفة كيفية وضع إطار رصد وتقييم منطقي
- معرفة كيفية إدارة عملية رصد روتينية

القسم 1: الرصد والتقييم من أجل حملات المناصرة

الرصد والتقييم هما نشاطان منفصلان لكن ذات صلة للمساعدة في الحكم على أداء حملتكم.

مثلاً تشكل الأدلة عاملاً حاسماً لفهم عبء الملاريا في بلدكم، ستتيح بيانات الأداء معرفة إذا كانت حملتكم تحقق أهدافها. ستبين لكم خطة رصد وتقييم قصير متينة وموضوعية ما الذي ينجح، وتتيح لكم معالجة أي مشكلة، وأن تبينوا لشركائكم كيف تصنع حملتكم فرقاً.

الرصد والتقييم هو نشاط مستعرض - مهم في كل مرحلة من مراحل حملتكم وفي كافة الأنشطة. ضعوا نهجكم للرصد والتقييم مباشرة بعد اختياركم للأهداف ووضع خطة عمل [الوحدة 2]. وعند إطلاق وتنفيذ أنشطة حملة، جمعوا بيانات من أجل تعقب التقدم [عدد أعضاء المجتمعات المحلية الذي تم الوصول إليهم، عدد الاجتماعات التي عُقدت وغيرها]. جمعوا بيانات تتعلق بعملكم خلال إطلاق وتنفيذ مراحل حملتكم. تشكل مرحلة الرصد والتقييم الوقت الملائم لتحليل بياناتكم والتعمق بما تعنيه. ثم استخدموا هذه المعارف في إعداد أهداف وخطة مستقبلية.



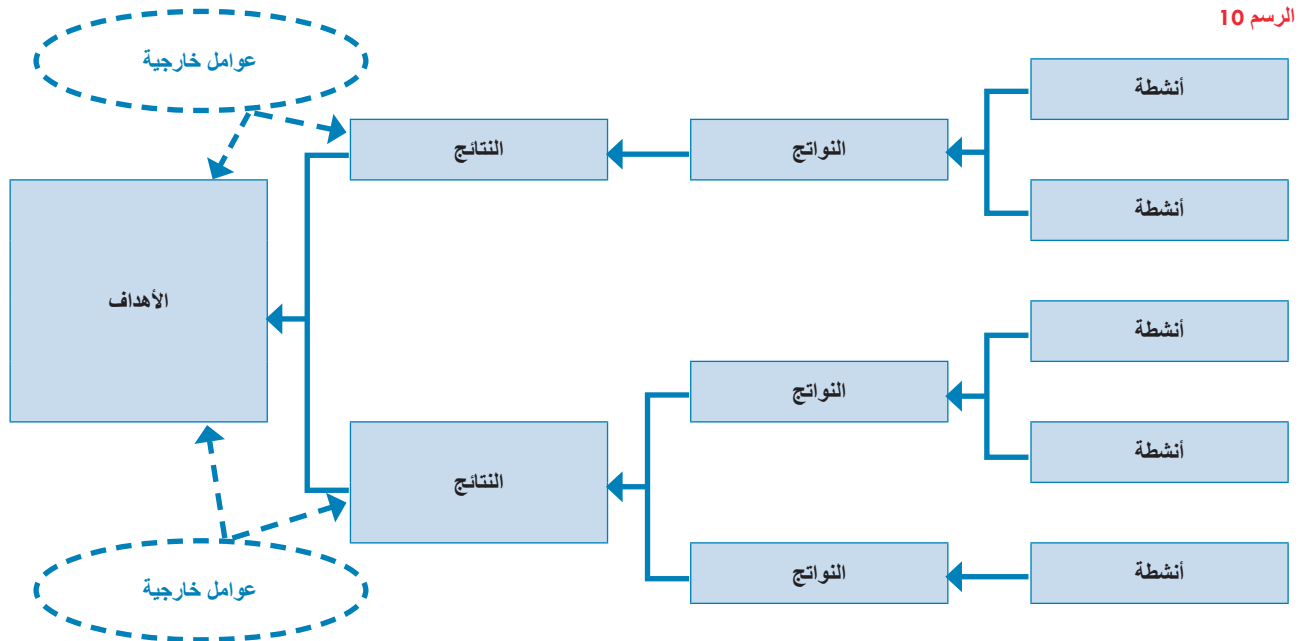
المصطلحات الرئيسية

من المهم كخطوة أولى، فهم المصطلحات الموحدة للرصد والتقييم. النتائج هي المنافع التي يهدف مشروع أو عملية تدخل أن يحققها. لا يمكن أن يتم عزو النتائج كلياً إليكم لأنها نوعاً ما خارج نطاق تدخلاتكم.

- **النواتج** هي نتائج أنشطة مشروعكم، مثلاً استحداث المعرفة والوعي، التأثير على صانعي القرارات الرئيسيين، تمكين السكان المتضررين من إسماع صوتهم وغيرها.
- **المؤشرات** هي طرائق موضوعية لقياس التقدم. ينبغي بالمؤشرات أن ترتبط بأهداف وغايات عملكم في المناصرة.
- **تقيم مؤشرات الأثر الأثر الذي استحدثه عملكم في المناصرة على الجماهير التي تسعون للتأثير عليها.** تقيس مؤشرات الأثر نتائج مناصرتكم.
- **وتشير مؤشرات التقدم إلى التقدم الذي تحقق من خلال تنفيذ انشطتكم وتقيس النواتج الناجمة كجزء من عملكم في المناصرة.** تشمل الأمثلة عدد الاجتماعات التي انعقدت ومستويات الحضور وأرقام التداول لمشاريع بحثية رئيسية.

تذكروا أن **النواتج** هي النتيجة المباشرة لأنشطة مشروعكم. أما **النتائج** فهي النتائج غير المباشرة لعملكم من خلال تحقيق نواتج. ومعاً، تساعدكم هذه **النتائج** في تحقيق **أهدافكم**.¹³

لتصوّر كيفية عمل هذه العناصر معاً انظروا الرسم البياني أدناه:



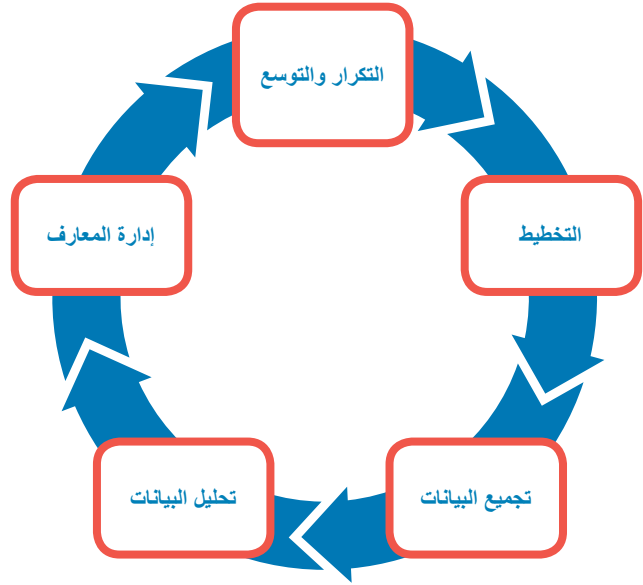
13 مقتبس من: شراكة القضاء على الملاريا. آب/أغسطس 2014. دليل دعوة شراكة القضاء على الملاريا لتعبئة الموارد.



قياس النجاح

تعكس أدوات الرصد والتقييم منطق المشروع وتتبع دورة تنفيذ كما هو مبين في الرسم أدناه.

الرسم 11: دورة الرصد والتقييم



- **تحليل البيانات.** ينبغي ببياناتكم أن تروي قصة وتجيب على أسئلة مجدية. ما مدى نجاح تدخلات المناصرة في حشد التمويل المحلي لمكافحة الملاريا؟ ما قيمة نتائج المناصرة بالنسبة لإجمالي أهداف مكافحة الملاريا والقضاء عليها؟
- **إدارة المعارف.** ماذا تعلمتم من عملية التقييم؟ يكمن الغرض النهائي للرصد والتقييم في تعزيز المحاسبة. بالتالي، عدم استخدام نتائج الرصد والتقييم سيكون مضيعة للوقت والموارد.
- **التكرار والتوسع.** كيف ستستخدمون البيانات إلى جانب تقديم التقارير؟ هل تستطيع تجربتكم مساعدة آخرين في حشد المزيد من الموارد لمكافحة الملاريا؟¹⁴

القسم 2: أدوات الرصد والتقييم

من المهم أن يكون هناك توافق آراء ونتائج ونواتج عند وضع استراتيجيتكم للمناصرة التي ينبغي بها أن تكون مناسبة وواقعية ضمن سياق عملكم في المناصرة. كذلك، خططوا بعناية عندما تختارون المؤشرات، اختاروا المؤشرات التي تقيس التقدم المحرز بشكل أفضل والتي يمكن تعقبها بدقة.

ينبغي إعداد خطة الرصد والتقييم خلال مرحلة التخطيط [الوحدة 2] لمرافقة **خطة العمل** خاصتكم [ص.27]. ينظر إطار الرصد والتقييم إلى الأعمال بطريقة مختلفة - مبيّناً كيف أن النواتج تساعد في تحقيق نتائج الحملة. تتيح لكم هذه النتائج أن تحققوا أهدافكم وهدف المناصرة في آخر المطاف.

أدرجوا أهدافكم في الصف الأول من الإطار المنطقي للرصد والتقييم أدناه، إلى جانب المؤشرات التي ستستخدمونها لتعقبها والأهداف التي حددتموها ومتى تعتمرون تحقيقها، ومصادر المعلومات التي ستستخدمونها لتعقب إنجازاتكم. ثم قوموا بالأمر نفسه للنتائج والنواتج ذات الصلة بالأهداف.

يتم وصف الدورة كالتالي:

- **التخطيط.** تحديد أسئلة التقييم وما تعتمرون قياسه.
- **تجميع البيانات.** يستطيع تجميع البيانات أن يتضمن أساليب نوعية (مقابلات، مجموعات تركيز وغيرها) وأساليب كمية (دراسات استقصائية كمية، تعقب المؤشرات الرقمية وغيرها).

الإطار المنطقي للرصد والتقييم

الوصف	المؤشرات	الأهداف	مصدر المعلومات
الأهداف			
النتائج			
النواتج			
الأنشطة			

مقتبس من: أدوات من أجل التنمية. نموذج مخطط الرصد والتقييم. مسترجع من <http://www.tools4dev.org/resources/monitoring-evaluation-plan-template>

14 مقتبس من: شراكة القضاء على الملاريا. آب/أغسطس 2014. دليل دعوة شراكة القضاء على الملاريا لتعبئة الموارد

تجدون أدناه نموذج إطار رصد وتقييم بسيطاً نسبياً

الوصف	المؤشرات	الأهداف	مصدر المعلومات
الأهداف النتائج	1. توسيع شبكة قادة القطاع الخاص الداعمين لجهود مكافحة الملاريا من خلال الحملة لتتضمن 50 فرداً بحلول عام 2020.	عدد قادة القطاع الخاص المنخرطين في مكافحة الملاريا	50 قائداً في القطاع الخاص بحلول عام 2020.
	2. بناء تحالف من البرلمانيين وأعضاء الحكومة القادرين على زيادة إنفاق الميزانية لمكافحة الملاريا بنسبة 50% بحلول عام 2020.	المبالغ بالدولار التي أنفقت على البرامج المعنية بمكافحة الملاريا	زيادة 50% عن خط الأساس لعام 2018 بحلول عام 2020.
النتائج	1.1 تقدير وفهم أكبر بين قادة القطاع الخاص للتحديات التي تواجه تنفيذ فاعل لمكافحة الملاريا.	مؤشر مركب قائم على إفادات بالمعارف المتعلقة بمكافحة الملاريا	نسبة 100% من المشاركين من القطاع الخاص في بذل جهود التوعية تفيد بفهم أفضل لمكافحة الملاريا بحلول عام 2020.
	1.2 النسبة المئوية للموظفين والأسر وأفراد المجتمعات المحلية المحميين من الملاريا من خلال استثمارات قامت بها شركات.	عدد الموظفين والأسر وأفراد المجتمعات المحلية الذين يمكنهم الحصول على أدوات الوقاية من الملاريا.	10,000 شخص محمي من خلال استثمارات قامت بها شركات بحلول عام 2020.
النتائج	2.1 اتصالات ايجابية أو مناقشات أجريت بين القطاع الخاص والقطاع العام لدعم تحسين مكافحة الملاريا في البلد.	عدد الاتصالات التي أجريت عدد المناقشات التي أجريت	25 اجتماعاً عقده شركاء من القطاع الخاص مع صانعي قرارات في القطاع العام بحلول عام 2020.
	2.2 اتفاق على دور صانعي القرار في القطاع الخاص لزيادة الموارد من أجل تحسين مكافحة الملاريا.	أصوات أو أعمال قام بها ذوو النفوذ في اتخاذ القرارات المتعلقة بالميزانية.	يمرر البرلمان مشروع قانون لزيادة تمويل مكافحة الملاريا بحلول عام 2020. لا يعترض الرئيس على الزيادة المقترحة.
النواتج	1.1.1 يحضر أعضاء القطاع الخاص حلقات عمل.	عدد حاضري حلقة العمل من القطاع الخاص.	يحضر 50 عضواً على الأقل من القطاع الخاص حلقات العمل بحلول عام 2020.
	1.2.1 تستثمر الشركات في جهود حملة مكافحة الملاريا.	المبلغ المساهم به.	إفراط في مساهمة الشركات بحلول عام 2020.
	2.1.1 يحضر القادة الوطنيون الأحداث المعنية بالمناصرة	عدد الحاضرين في الحدث	يحضر ما يزيد عن 50 صانع قرارات الأحداث المعنية بالمناصرة بحلول عام 2020.
	2.1.1 ينضم برلمانيون إلى لجنة مكافحة الملاريا	عدد أعضاء اللجنة	ينضم 10 برلمانيين على الأقل إلى اللجنة بحلول عام 2020.

وضع خطة رصد

تذكروا عند اختيار المؤشرات أن تجميع البيانات سيتطلب من العاملين في الحملة وقتاً وبذل طاقة. يحتمل ألا تتمكنوا من تعقب كافة المؤشرات التي يمكنها أن تشكل جزءاً من إطار رصد وتقييم مثالي، لذا أعطوا الأولوية بعناية لما تجمعونه.

اجمعوا البيانات عند الإمكان من مصادر قائمة [منشورات حكومية، تنبيهات غوغل www.google.com/alerts] فيما يتعلق بما تذكره وسائط الإعلام، بيانات توفرها منظمات دولية وغيرها. خزنوا هذه المؤشرات في وثيقة واحدة يمكنكم تبادلها مع أعضاء الفريق لتقادي ازدواج الجهود.



تساعدكم الأداة التالية في وضع خطة عمل رصد روتيني. تجدون نموذجاً أدناه.

خطة الرصد

المؤشر	طريقة التجميع	الشخص المسؤول	التواتر

نموذج خطة الرصد

المؤشر	طريقة التجميع	الشخص المسؤول	التواتر
النسبة المئوية لاستخدام الناموسيات المعالجة بمبيدات الحشرات	استقصاءات ديمغرافية وصحية استقصاءات مؤشرات الملاريا	القائد المعني بإشراف المجتمعات المحلية	عند توفر البيانات (عادة كل خمسة أعوام)
عدد حاضري حلقة العمل من القطاع الخاص	سجلات الحضور من حلقات عمل القطاع الخاص	القائد المعني بإشراف القطاع الخاص	فصلياً
عدد الحكايات عن الملاريا في الصحافة المحلية	تنبيهات غوغل	القائد المعني بإشراف وسائط الإعلام	فصلياً
المبالغ المستثمرة بالدولار في التعليم بشأن الملاريا والوقاية منها	السجلات المالية العامة	القائد المعني بإشراف القطاع الخاص	فصلياً

مكملة للبلدان المتوسطة والمنخفضة العبء ستصدر قريباً. متوفر على الموقع التالي: https://www.rollbackmalaria.org/wp-content/uploads/2017/08/Framework_for_Evaluating_the_Scale-08/uploads/2017_up_of_National_Malaria_Control_Programmes_FINAL.pdf

الحرص على استخدام بياناتكم

لا تستطيع البيانات بحد ذاتها أن تحسن أداء البرنامج. فمن أجل وضع ثقافة لاستخدام البيانات، استكملوا خططكم للرصد باستعراضات مقررّة للرصد والتقييم.

مجموعة أدوات الدراسة الاستقصائية لمؤشرات الملاريا: تتضمن أدلة لتصميم وتنفيذ دراسة استقصائية لمؤشرات الملاريا. متوفرة على الموقع التالي: <http://www.malariasurveys.org/toolkit.cfm>

أدوات ميجر (MEASURE) للتقييم: تجدون في الموقع الشبكي لميجر للتقييم أدوات رصد وتقييم وأدلة ومواد تدريبية متوفرة مجاناً في موقعهم الشبكي. الموقع الشبكي: <https://www.measureevaluation.org/resources/>

وفي اجتماع مراجعة للرصد والتقييم، يستطيع الأشخاص الأكثر معرفة بالبيانات أن يقدموها إلى الآخرين للحصول على تعقيباتهم والاسترشاد بها في قرارات الإدارة. ينبغي بهذا التعقيب أن يؤثر على خططكم الراهنة والمستقبلية. فإذا كان ثمة نشاط لا ينجح كما هو مقرر أو يتسبب بعواقب ضارة غير مقصودة، تشكل هذه الاجتماعات فرصة لتغيير المسار. ومن ناحية أخرى، إذا كانت بعض الأنشطة ناجحة أكثر مما توقعتم، يمكنكم أن تستثمروا المزيد فيها.

رصد وتقييم الموارد

اليونيسف: رصد وتقييم المناصرة: تحتوي مجموعة أدوات اليونيسف للرصد والتقييم على توجيهات لإعداد وتنفيذ أعمال مناصرة من أجل تحسين صحة الطفل. ويتضمن دليل الرصد والتقييم المكمل أدلة خاصة بالمناصرة لرصد وتقييم حملتكم. يمكن الوصول إلى الدليل على الموقع التالي: https://www.unicef.org/evaluation/index_60811.html

توجيهات لتقييم أثر البرامج الوطنية لمكافحة الملاريا في البلدان الموبوءة بدرجة عالية: تقدم توصيات للبرامج الوطنية لمكافحة الملاريا ووزارة الصحة أو لشركاء آخرين في التنمية لتقييم توسع نطاق التدابير المتعلقة بمكافحة الملاريا في البلدان الموبوءة. هذا المورد مصمم خصيصاً للبلدان المثقلة بأعباء الملاريا، وإن كانت توجيهات

