

# استراتيجية الحملة

تؤمن هذه البطاقة معلومات وأنشطة أساسية تساعدك على وضع استراتيجية لحملة. وهذه الاستراتيجية سوف تساعدك للقيام بخيارات استراتيجية في ما خص التكتيكات والأدوات المناسبة. كما تساعدك لتمكين رسالتك وتحديد جداول زمنية. بالإضافة إلى تنفيذ، توثيق وتقييم حملتك.

## ما هي استراتيجية الحملة؟

يمكن اعتبار الحملة كناية عن مجهود هادف ومنظم لخلق التغيير. كما يجدر به أن يأتي نتيجة لتخطيط واعٍ قبل البدء بالتحرك يدرس الناشطون ما يلي قدر الإمكان:

- الوضع الراهن
- من المتأثر بالحملة بشكل إيجابي أو سلبي
- ما التغييرات القادرة على تحسين الوضع
- ما هي الموارد والتكتيكات والأدوات المتوفرة لتنفيذ الحملة والتي من شأنها تحسين الوضع القائم.

يستخدم القيمون على الحملة هذه المعرفة لإنشاء استراتيجيتهم التي توجههم في التخطيط والتنفيذ والتسويق والمراقبة بغية تقييم وتحسين حملتهم. ينبغي على استراتيجية الحملة أن تجيب على الأسئلة التالي:

### المشكلة، الرؤية، التغيير

١. ما المشكلة التي تواجهها؟
٢. ما هي رؤيتك للعالم، بعد أن يتم حل المشكلة؟
٣. ما هو التغيير القادر على خلق هذه الرؤية؟



## أصحاب المصلحة، العلاقات، الأهداف

٤. من الذي يتأثر، سلباً أو إيجاباً، بهذه المشكلة؟
  ٥. ما الرابط بين هؤلاء الأفراد أو هذه المجموعات والمشكلة و ببعضهم البعض؟
  ٦. من الذي يحاول الوصول اليه؟
  ٧. إذا كانت حملتك ناجحة، من سيتأثر؟
- الإجابة المتكررة عن هذه الأسئلة في مختلف مراحل الحملة، في ما يخص المشكلة والحل وأصحاب المصلحة والأهداف فضلاً عن الوسائل والرسالة والأدوات التي سوف تستخدمها، سوف تساعدك على تطوير حملتك الاستراتيجية.
- استراتيجية حملتك سترشدك في ما تفعله، وينبغي تحديثها بانتظام بينما يتم تنفيذ الحملة وتغير الوضع.

## فهم أصحاب المصلحة في الحملة

- أصحاب المصلحة هم أفراد أو جماعات أو منظمات أو مؤسسات مرتبطة بقضيتك. قد يدعم هؤلاء حملتك، أو في المقابل قد يتأثروا سلباً بالقضية المطروحة، أو قد يكونوا المسببين للمشكلة. عند تصميم حملتك، يجدر بك معرفة أكبر قدر ممكن عن أصحاب المصلحة. يجدر بك:
- فهم العلاقة بين أصحاب المصالح في هذه المشكلة والحل المقترح
  - تحديد العلاقات بين مختلف أصحاب المصالح
  - تحديد قدرة ورغبة الجهات المعنية بالمساعدة أو الإساءة لحملتك
  - تحديد أصحاب المصلحة الذين يجدر بحملتك التركيز عليهم لخلق التغيير المنشود

## النشاط ٢ مسح أصحاب المصلحة وارتباطاتهم

أنشئ خريطة لكل من له مصلحة ما بقضيتك، إن على شكل دوائر، أو عقد. مثل العلاقات بين أصحاب المصالح هؤلاء على شكل خطوط تصل ما بين الدوائر. من المفيد استخدام أوراق لاصقة لهذا النشاط لتسهيل نقلها متى لزم الأمر.

## تطوير رؤية مشتركة

من المفيد إشراك كافة أفراد المجموعة العاملة على الحملة بدراسة واستكشاف المشكلة، تطوير الرؤية والتغييرات المرجوة: الفهم المشترك لهذه المشكلة يحفز الأفكار حول الإجراءات الممكن اتخاذها، كما يساعد مجموعتك للحفاظ على الحماس والتركيز خلال الحملة. إن خلق رؤية مشتركة يساعد في تحديد سبل المراقبة وضبط آلية تنفيذ الحملة متى لزم الأمر.

## النشاط ١: المشكلة، الحل، التغيير

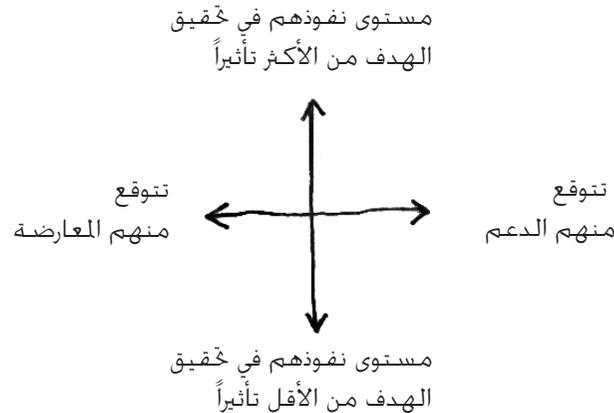
١. يجدر بالمجموعة مناقشة واتخاذ القرارات في ما يخص المشكلة الأساسية التي تسعى حملتك لمعالجتها. كما ويجب تحديد جميع أثارها.
٢. يجدر بكل شخص في المجموعة تطوير إجابته الخاصة على السؤال التالي:

لمزيد من المعلومات حول كيفية القيام بذلك، راجع المسح التكتيكي من التكتيكات الجديدة لحقوق الإنسان "New Tactics in Human Rights Tactical Mapping" : <http://newtactics.org/en/tactical-mapping>

### النشاط : ٣ من أصحاب المصلحة الى الأهداف

يجب البدء بتحديد هدف أو أهداف الحملة. خذ بعين الإعتبار مستوى الدعم الذي تقدمه كل مجموعة من أصحاب المصلحة وتأثير ذلك في سياق هدف حملتك

1. مستخدماً تعابير بسيطة ومبادرة، حدد ما من شأنه حل المشكلة وتحقيق التغيير المرجو. يجب على أهدافك أن تكون محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، واقعية، ومحدودة زمنياً.
2. مستخدماً قائمة أصحاب المصلحة من النشاط السابق، حدد أكبر عدد ممكن من الأشخاص القادرين على مساعدتك لتحقيق أهدافك.
3. أرسم محور أفقي وآخر عامودي على ورقة بيضاء كبيرة (كما هو موضح هنا).



1. ناقش التفاعل الجوهري المسبب للمشكلة المنوي معالجتها. من وراء المشكلة؟ من المتضرر منها؟ كيف ولماذا ترتبط هذه الكيانات ببعضها البعض؟
  2. تابع، مسجلاً الملاحظات، الى أن تصبح قادر على تحديد التفاعل القائم بين الكيانات الأكثر تمثيلاً للتغيير المرجو.
  3. حدد جميع العقد التي يجري ما بينها التفاعل.
  4. ضع هذه العقد في مركز الخريطة.
  5. حدد علاقات هذه العقد المحورية مع سواها من العقد. انتقل من العقد المحلية إلى الإقليمية، الوطنية، الدولية، فالعالمية، متى لزم الأمر
    - المستوى الأول: الكيانات ذات الاتصال المباشر بالعقدة المحورية (أسرة/محلي)
    - المستوى الثاني: الكيانات ذات الاتصال بالمستوى الأول (إقليمية/وطنية)
    - المستوى الثالث: الكيانات ذات التأثير العام على هذه القضية (دولية/المؤسساتية)
  6. بعدئذ، أرسم خطوط تمثل العلاقات بين مختلف العقد وحدد نوع العلاقة بينهم، على سبيل المثال :
    - سلطة
    - منفعة متبادلة
    - نزاع
    - إمكانيات
- بعد تحديد أكبر عدد ممكن من أصحاب المصلحة تحصل على رسم بياني لعلاقة أصحاب المصلحة بمشكلك. والآن عليك أن تخلص كيف يمكن لأصحاب المصلحة هؤلاء مساعدتك لتحقيق التغيير الذي تسعى إليه.

- ضع أصحاب المصلحة على النحو التالي:
- المحور العمودي يمثل مستوى نفوذهم في تحقيق الهدف من الأكثر تأثيراً (أعلى) إلى الأقل تأثيراً (أسفل).
  - المحور الأفقي يمثل ما إذا كنت تتوقع منهم المعارضة (يسار) أم الدعم (يمين).
٤. بعد أن تقوم بوضع جميع أصحاب المصلحة على ورقة، حدد الكيانات أو الأفراد الأكثر نفوذاً كأهداف أساسية محتملة. من شأن هؤلاء تحقيق التغيير الذي تسعى إليه. سجل مستوى دعمهم أو معارضتهم لهذا التغيير.
٥. ناقش العلاقة التي تصل بين هذه الكيانات وسائر أصحاب المصلحة. قد تكون هذه المعلومات قد سبق وتوقرت من خلال النشاط رقم ٢
٦. حدد أصحاب المصلحة الداعمين والمرتبطين بجمهورك المستهدف الأولي. هؤلاء هم الجمهور المستهدف الثانوي، أو المجموعات المشاركة، والذين يمكن أن يصبحوا مشاركين فاعلين في الحملة سعياً لتحقيق الأهداف المرجوة. حدد موقعهم على رسمك البياني وحدد ثلاث مجموعات مشاركة أو اثنتين تركز عليها.
- (بتصرف من تمرين خارطة القوى من وكالة التغيير Change Agency's Power Mapping exercise - <http://bit.ly/uLFOZ>)

## النشاط ٤ : من الأهداف الى التكتيكات

- بعدما حددت الجمهور المستهدف التي يجدر بحملتك التواصل معه، ونوع علاقاته بالكيانات الأخرى المتصلة بالقضية، يمكنك أن تنظر الى التكتيكات المفيدة للجماعات المشاركة ولتحقيق أهدافك؟
١. ارسم نصف دائرة، منقسمة الى نصفين. ضع الداعمون الأكثر تشجيعاً لحملتك إلى اليسار، والمعارضون إلى اليمين.

٢. استخدم خرائطك وأوراقك اللاصقة، وقيم بوضع كل هدف وصاحب مصلحة في أحد النصفين وفقاً لمستوى دعمهم لقضيتك. والنتيجة هي مجموعة من أصحاب المصلحة، والذين قد تم تحديد البعض منهم كأهداف أولية أو ثانوية. يتضمن المخطط الحماسي ما يلي:
- الحلفاء الفاعلون: داعمون ومتحمسون لتحقيق أهدافك
  - الحلفاء: مستفيدون من نجاحك
  - الأطراف المحايدة: قد لا تكون معنية أو متضررة حالياً
  - المعارضون: قد يعانون من نجاحكم
  - المعارضون الفاعلون: يتدخلون بشكل فاعل في نشاطاتك
٣. استعن بهذا الرسم البياني لتحديد الأساليب الممكن استخدامها، وفقاً لموقع أصحاب المصلحة على سبيل المثال:
- داعمة: استخدم أساليب التعبئة
  - محايدة: استخدم أساليب التعليم والتصوير
  - معارضة: استخدم تكتيكات التعطيل والتدخل
- (بتصرف من منشور التكتيكات الجديدة لحقوق الإنسان - نشاط مجموعة الحلفاء - <http://newtactics.org/en/node/5295>)
- تم إنشاء هذه البطاقة من قبل ناميتا سينغ وعلي غرافي بالتعاون مع مجموعة التكنولوجيا التكتيكية.

