

الحمّلات الإعلاميّة للمناصرة  
الغوص العميق - اليوم الرابع

التعبئة والشراكة وبناء علامتك المميّزة

رُزمة الحملات 8+9+10

## جدول اعمال اليوم الرابع

التعبئة والمناصرة

الشركاء الرئيسيون والعمل مع وسائل  
الاعلام

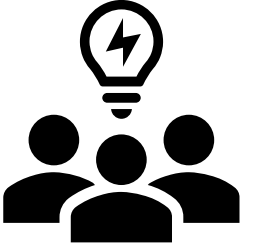
العلامة التجارية للحملة

# تلخيص ومراجعة

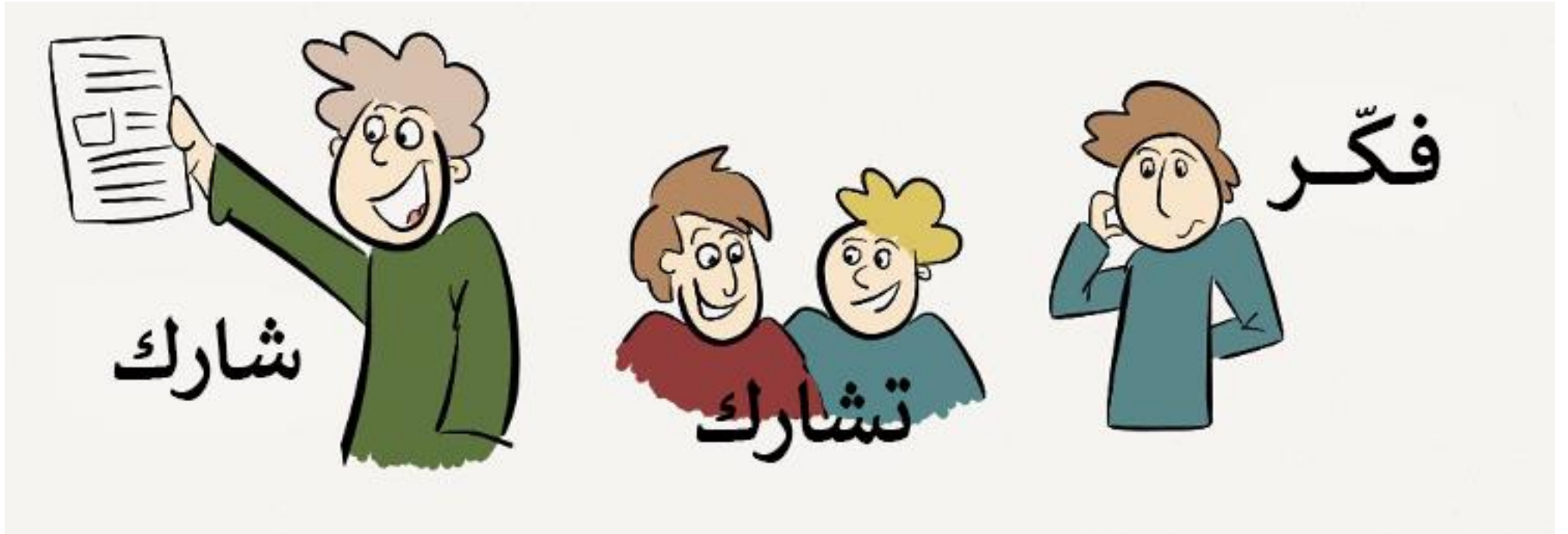




## مقدمة في المناصرة



مدخل إلى المناصرة: نقاش جماعي  
معارفك وتجاربك السابقة: نقاش تفاعلي



10 دقائق



## الخطوة الثالثة مشاركة واختتام



في الختام يمكن مشاركة خلاصة  
العمل مع الفريق:

أمثلة لتجارب ذات علاقة

ماذا تعني المناصرة لجمهورك



## ما هي المناصرة؟

فعل الترافع أو الجدل لصالح شيء ما،  
مثل سبب أو فكرة أو سياسة: الدعم  
الفعال

المناصرة هي الترويج لقضية أو التأثير على  
السياسة أو مصادر التمويل أو أي نشاط  
آخر محدد سياسيًا.

المناصرة هي التحدث ، وجذب انتباه  
المجتمع إلى قضية مهمة، وتوجيه صانعي  
القرار نحو الحل.

المناصرة هي العمل مع أشخاص  
ومنظمات أخرى لإحداث فرق.





ما هي المناصرة؟

المناصرة حسب تعريف كل من

RNWC و RNTC

المناصرة هي سلسلة من الحركات المستهدفة الموجهة لصناع القرار لدعم مسائل محددة ذات علاقة بالسياسات

حركات مستهدفة يعني أن هناك استراتيجية ما

موجهة لصناع القرار يعني أن هناك هدف محدد

مسائل محدّدة ذات علاقة بالسياسات يعني أن هناك غاية واضحة





يرجى الذهاب إلى موقع

menti.com

وإدخال الرمز

[xxxxxxxxx]

والإجابة على السؤال التالي

ما هو تعريفك المفضل  
للمناصرة؟

## تمرين



ماجد



سامية



يرجى الذهاب إلى موقع

menti.com

وإدخال الرمز

والإجابة على السؤال التالي

من له شرعية أكبر لحملة  
المناصرة؟

# العوامل التي توفر الشرعية للمناصرة/الحشد

- لدى القائم على المناصرة أشياء مشتركة مع الأشخاص الذين سيستفيدون من الدعوة للتغيير.
- يقدم القائم على المناصرة أدلة لدعم مطالبهم.
- لدى القائم على المناصرة صلات وثيقة بالجهة المستفيدة، لذلك هو على إلمام بالشؤون ذات العلاقة ويعرف ويفهم ما يدور.
- يقدم القائم على المناصرة دليلاً على دعم الجهة المستفيدة له.



هل لديكم أسئلة؟



التعبئة والمناصرة

الشركاء الرئيسيون والعمل مع وسائل الاعلام

العلامة التجارية للحملة

# ما معنى التعبئة أو التحشيد؟

مجموعة من الأنشطة المنظمة التي تخلق بيئة  
مواتية للتغيير السياسي وتغيير السياسات على  
المستوى الوطني والدولي

إشراك الجمهور في القضايا الرئيسية لخلق الدعم  
على نطاق واسع، وتحفيز الناس على التفاعل،  
وتسخير وإظهار الدعم الشعبي

يمكن اعتباره أيضاً كعملية ادماج





# طرق التحشيد

عن طريق وسائل التواصل  
الأجتماعي

الترويج العضوي

الترويج المدفوع

الترويج عبر قنوات أوسع  
على الانترنت

عن طريق وسائل الاعلام  
التقليدية

الراديو

التلفزة

المؤتمرات  
الصحفية

عبر العمل أوف لاين خارج  
شبكات الانترنت

فعاليات

حلقات

نقاشية

احتجاجات

ما نوع تقنيات التعبئة او التحشيد  
التي استخدمتها في الحملات  
السابقة؟



## كيفية صياغة الدعوات للمشاركة "التحرك"

- مترابطة بشكل واضح ومتناسك ومنطقي
- بسيطة وقابلة للتنفيذ وقصيرة
- مرغبة وممتعة
- مفيدة وقيّمة ومجزية
- لا تدعو الناس إلى التوقف عن فعل شيء ما، ولكن تقدم بديلاً ممتعاً وقابلاً للتطبيق.

# دعوات المشاركة في حملة لا تصغرش نفسك



منصتي 30  
December 6, 2019 · 🌐

كيف نشارك!  
تصلنا العديد من الاستفسارات حول كيفية المشاركة  
في حملة #لاتصغرش\_نفسك، إليكم بعض طرق  
المشاركة:

بإمكانكم توجيه رسالة للمتحرش بأسلوبكم الخاص،  
اسكتش، رسالة مكتوبة أو عبارة، تصميم، أو مشاركة  
قصة أو تجربة سابقة مع التحرش في صفحاتكم  
الخاصة، وتذييلها بهاشتاغ #لا\_تصغرش\_نفسك

ولا تنسى عمل تاغ او منشن للصفحة لكي يتسنى لنا  
اعادة نشر مشاركتكم أيضاً ❤️

#16DaysofActivisim  
GBV See less#

-إضافة اطار للصورة الشخصية في الفيسبوك

-مشاركة قصصهن حول التحرش

-المشاركة برسومات حول الموضوع

لا  
تصغرش  
نفسك  
#التحرش\_يصغرك

# دعوات المشاركة في حملة لا تصغرش نفسك



منصتي 30

December 4, 2019 · 🌐



إذا كنت تقف ضد التحرش شارك في حملة  
#لا\_تصغرش\_نفسك بإضافة إطار الحملة على صورتك  
الشخصية.

#التحرش\_يصغرك

لا  
تصغرش  
نفسك  
#التحرش\_يصغرك



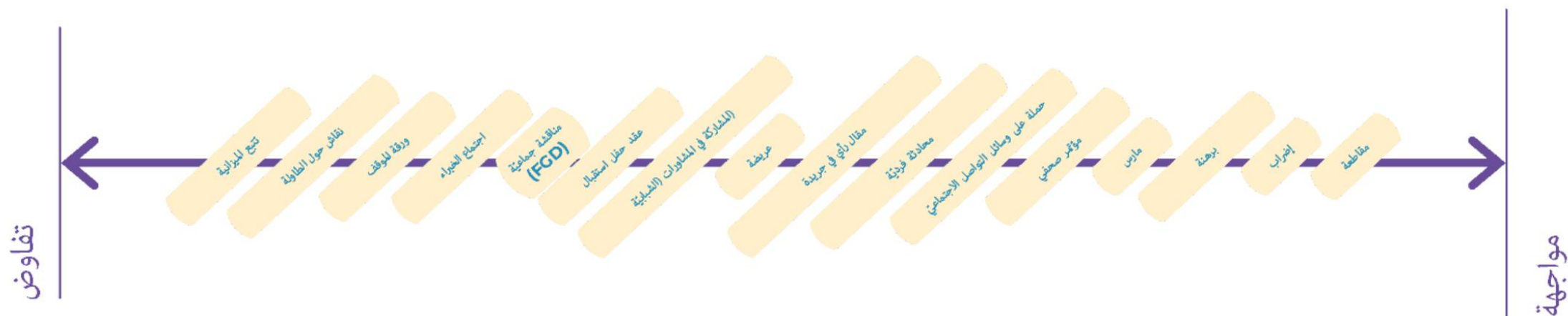
# مخاطر التحشيد

- السلامة والأمان
- رد فعل الجمهور
- الانتشار مقابل الخصوصية



# سلم المشاغبة

• مقياس الرذالة



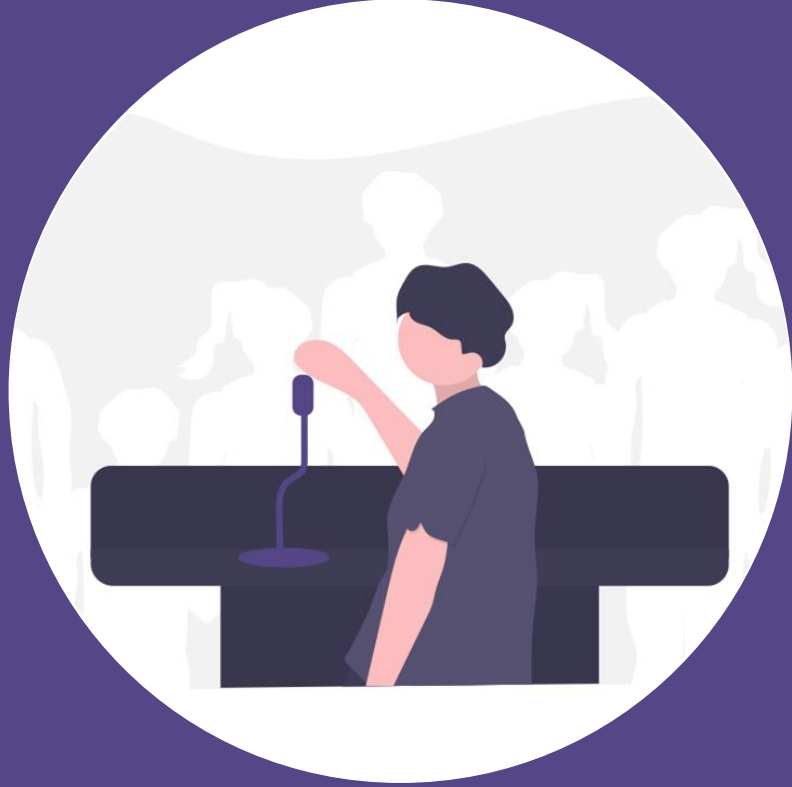




هل لديكم أسئلة؟



استراحة  
10 دقائق



التعبئة والمناصرة

الشركاء الرئيسيون والعمل مع وسائل الاعلام

العلامة التجارية للحملة

- **الشريك الاستراتيجي:** شريك له نفس الرؤية والقيم للعمل معًا على نفس الهدف.

- **الشريك المنفذ:** الشريك الذي سيساعدك في تنفيذ أجزاء من حملتك دون بالضرورة مشاركة نفس الأهداف طويلة المدى.

- **شريك التوزيع:** شريك يساعد في مشاركة ونشر المحتوى الخاص بك إلى جمهورك أو لذوي العلاقة.

ماهي أنواع الشراكات الموجودة؟

الفئة	شركاء محددین
<ul style="list-style-type: none"> <li>- الشريك الاستراتيجي: شريك له نفس الرؤية والقيم للعمل معًا على نفس الهدف.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تحالف المنظمات غير الحكومية لحركة صحة الأم والطفل</li> <li>• وزارة الصحة</li> <li>• قادة المناطق الفرعية او القرى او المقاطعات</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- الشريك المنفذ: الشريك الذي سيساعدك في تنفيذ أجزاء من حملتك دون بالضرورة مشاركة نفس الأهداف طويلة المدى.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الأمهات المرضعات وأسرهن</li> <li>• أرباب العمل / الشركات</li> <li>• جمعية أطباء الأطفال</li> <li>• مستشاري الرضاعة الطبيعية</li> <li>• الشركات الناشئة</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- شريك التوزيع: شريك يساعد في مشاركة / نشر المحتوى الخاص بك إلى جمهورك أو لذوي العلاقة. بشكل عام ، هذه هي مصادر وسائل الإعلام التقليدية. كما أنهم لا يحتاجون إلى مشاركة نفس القيم أو الأهداف.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• قادة الرأي الرئيسيين</li> <li>• المؤثرين والمشاهير على الانستغرام (ذكور وإناث)</li> <li>• كبار الأطباء</li> <li>• وسائل الإعلام الجماهيرية</li> <li>• خبراء التغذية</li> <li>• مجموعات دعم الأمهات المرضعات: الأجداد والآباء والعمات ، إلخ</li> </ul>

# دراسة حالة

## لا تصغرش نفسك - مخطط الشركاء

شركاء محددين	الفئة
السفارة الهولندية مؤسسة اران دبليو	الشريك الاستراتيجي: الرؤية والقيم شريك له نفس الرؤية والقيم للعمل معًا على نفس الهدف.
فرقة مسرح صنعاء فرقة رقص في عدن	الشريك المنفذ: يساعدنا في سد الثغرات الشريك الذي سيساعدك في تنفيذ أجزاء من حملتك دون بالضرورة مشاركة نفس الأهداف طويلة المدى.
صفحات بعض المؤثرين يمن تايمز	شريك التوزيع: الرسائل الرئيسية شريك يساعد في مشاركة / نشر المحتوى الخاص بك إلى جمهورك أو لذوي العلاقة.  بشكل عام ، هذه هي مصادر وسائل الإعلام التقليدية. كما أنهم لا يحتاجون إلى مشاركة نفس القيم أو الأهداف





ماهي الفوائد؟

- قاعدة دعم أقوى
- الوصول إلى المزيد من الموارد
- الوصول إلى مهارات جديدة
- الوصول إلى شبكات جديدة.





ماهي المخاطر؟

- التحكّم في الرسالة
- ضياع الموارد
- وقت التنسيق

# نصائح وتكتيكات للعمل مع الصحفيين

- مشاركة المعلومات والتفكير بها.
- أخذ وقتكم وعدم توقع نتائج فورية.
- تطوير علاقات شخصية وودّية مع الإعلاميين.
- الحصول على بيانات الصحفيين الذين تتحدث إليهم المنظمات غير الحكومية الأخرى
- للحصول على إمكانية التواصل.
- المحافظة على وعودكم.
- مقابلة الصحفيين وجهاً لوجه.
- عدم الاتصال فقط عندما تكون هناك قصة كبيرة. اتصل في الأوقات الهادئة أيضاً.



العمل مع وسائل الاعلام

ربط الأخبار

عرض أو  
ترويج  
القصة

مقطع صوتي





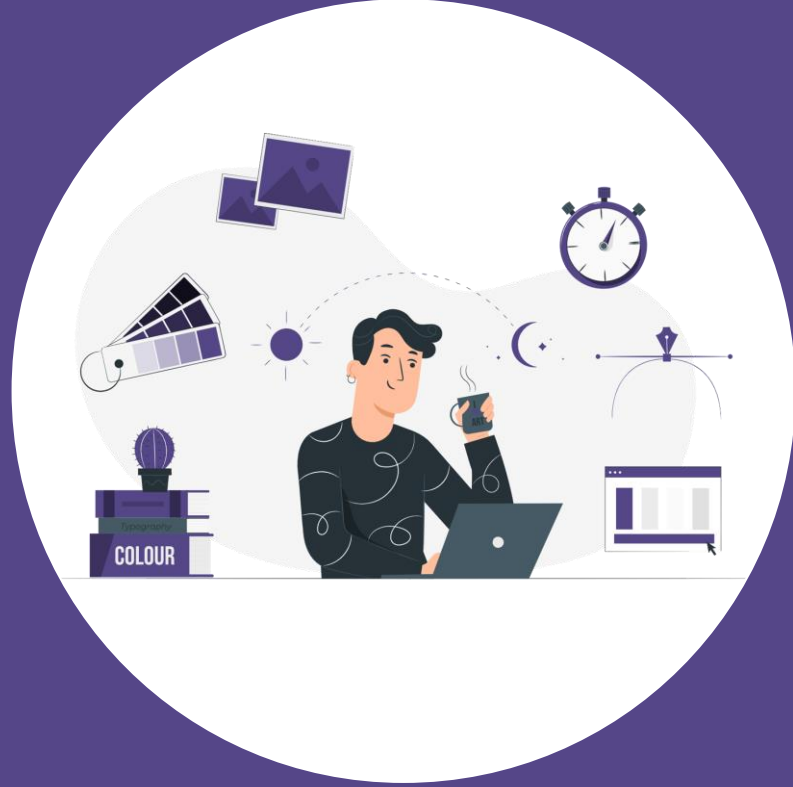
عقد شراكة مع وسائل  
الإعلام ومع الجهات المؤثرة

الاتفاق مقابل  
وقت على  
الهواء

الإعداد او  
الانشاء المشترك



هل لديكم أسئلة؟



التعبئة والمناصرة

الشركاء الرئيسيون والعمل مع وسائل  
الاعلام

العلامة التجارية للحملة



العلامة التجارية للحملة

➤ الاسم: من الضروري أن نتأكد من أنه يمثل حملتنا ويمكن ربطه بسهولة برسالة الحملة.

➤ سمة الألوان: يعد نظام الألوان الجيد أمراً بالغ الأهمية لأنه أول ما يلاحظه الأشخاص عندما يرون الحملة.



➤ **الهشتاقات:** طريقة ممتازة للنموّ ولفت الأنظار. لنضع في اعتبارنا اختيار هاشتاق محلي وآخر إقليمي ونكسب الجمهور الوطني والعالمي

➤ **معلوماتي:** كن حقيقياً ومختصراً في سيرتك الذاتية - يحتاج الناس إلى معرفة ما يمكن توقّعه. ينصح بوضع عنوان قوي وتحفيز البدء بالمشاركة في النقاش والمحادثة



العلامة التجارية للحملة



الشعار

1. التركيز على النقطة الأهم، يجب أن ينقل شعارك السبب الأول لوجودك.

2. قابل للتذكّر، ماهي الطريقة الجذابة للتحدث مباشرة إلى جمهورك المستهدف؟

3. يرسم رؤيتك: شعار عظيم ينقل رؤيتك لجمهورك.

4. يمكن تصديقه: الشعار العظيم هو الشعار البسيط والحقيقي.

استمرّي وأضيفي، ولا تنسي التمتع بروح الدعابة والمرح



# الهوية البصرية لحملة لا تصغرش نفسك

الهاشتاج: AksiAsi#

**.TAGLINE:** Aksi ASI: Ibu bekerja, ASI beraksi

حليب الأم: عندما تضطر الأمهات إلى العودة إلى العمل، يمكنهنّ مواصلة الرضاعة الطبيعية إذا حصلن على الدعم المطلوب.

**الصور:** الرسوم البيانية ، منشورات إنستغرام، دليل الرضاعة الطبيعية.



**CASE  
STUDY**

## BERHEMAT DENGAN ASI

Berikut ini gambaran pengeluaran untuk pembelian susu formula sesuai usia dan kebutuhan makan anak sejak lahir sampai usia 2 tahun. Bayangkan penghematan yang bisa didapat jika ibu memberi ASI.



USIA ANAK	SUSU FORMULA	ASI
1 BULAN	Rp 250.000 S/D Rp 1.000.000	  <b>Anggaran tersebut bisa ditabung untuk:</b> Biaya pendidikan anak Liburan keluarga Modal usaha keluarga Biaya kesehatan
2 BULAN	Rp 500.000 S/D Rp 2.000.000	
3 BULAN	Rp 1.000.000 S/D Rp 3.500.000	
6 BULAN	Rp 2.000.000 S/D Rp 7.500.000	
9 BULAN	Rp 3.000.000 S/D Rp 12.000.000	
12 BULAN	Rp 4.000.000 S/D Rp 16.000.000	
24 BULAN	Rp 5.000.000 S/D Rp 30.000.000	

### INGAT!

Biaya tersebut belum termasuk biaya pembelian botol susu, air, listrik, dan biaya pengobatan jika anak sakit akibat kontaminasi susu formula saat penyajian.

www.wvindonesia.org

YouTube Wahana Visi Indonesia

@WahanaVisi\_ID

## KONSELOR MENYUSUI

ASI tidak keluar? Jangan khawatir, konselor menyusui siap membantu

### 1 APA ITU KONSELOR MENYUSUI?

Konselor menyusui adalah orang-orang pro ASI yang memiliki komitmen, pengetahuan, dan keterampilan untuk melakukan konseling menyusui

### 2 SIAPA YANG MEMBUTUHKAN?

Jasa konselor menyusui diperlukan oleh calon ibu, ibu menyusui, dan keluarganya yang memerlukan informasi atau bantuan menyusui

### 3 MENGAPA?

Ibu perlu dukungan agar lancar menyusui. Konselor menyusui dapat membantu ibu dan keluarganya memperoleh informasi yang tepat dan bantuan praktis menyusui. Dengan demikian, anak mendapat ASI sebagai gizi terbaik.

### 4 KAPAN?

Cari dan simpan kontak konselor menyusui sejak masa kehamilan. Jika mengalami kesulitan menyusui, segera berkonsultasi dengan mereka



### 5 DIMANA?

Konselor menyusui dapat ditemui di berbagai fasilitas kesehatan. Kita juga bisa mencari informasi di:

- SENTRA LAKTASI INDONESIA  
www.selasl.org
- IKATAN KONSELOR MENYUSUI INDONESIA  
www.konselormenyusui.org
- ASOSIASI IBU MENYUSUI INDONESIA  
www.aimi-asi.org
- PERINASIA  
www.perinasia.com

### 6 BAGAIMANA CARA MENJADI KONSELOR?

Diperlukan sertifikat untuk menjadi konselor menyusui. Sertifikat ini bisa didapat setelah mengikuti pelatihan khusus selama 40 jam.

www.wvindonesia.org

YouTube Wahana Visi Indonesia

@WahanaVisi\_ID

## DAYA TAHAN ASIP

TAHUKAH KAMU DAYA TAHAN ASI PERAH (ASIP) BESERTA CARA PENYIMPANANNYA?



MAX 23°C

DAYA TAHAN: ASI BARU DIPERAH 4-8 JAM

DAYA TAHAN: ASI DARI KULKAS YANG MENCAIR GUNAKAN SECEPATNYA\*

JANGAN DIEKUKAN LAGI

Untuk informasi selengkapnya, berkonsultasilah dengan konselor menyusui atau bergabung dengan kelompok ibu hamil dan menyusui.

15-4°C

DAYA TAHAN: ASI DALAM COOLBOX 24 JAM

TIPS

SIMPAN ASI DI DALAM BOTOL, KACA ATAU WADAH PLASTIK BEBAS BPA

SIMPAN ASI DI BAGIAN BELAKANG DALAM FREEZER ATAU KULKAS KARENA SUHU PALING STABIL

CARA PENYIMPANAN KHUSUS DI DALAM KULKAS DUA PINTU

-18°C

DAYA TAHAN: ASI DALAM FREEZER 3-6 BULAN

4°C

DAYA TAHAN: ASI BARU DALAM KULKAS 5 HARI

www.wvindonesia.org

YouTube Wahana Visi Indonesia

@WahanaVisi\_ID



CASE STUDY



## Tahapan Bayi Minum ASI

Kalau aku lahir nanti, bunda jangan lupa beri aku ASI. Om dan tante dokter yang baik pasti membantu bunda Inisiasi Menyusu Dini (IMD), yaitu segera meletakkanku di dada bunda minimal satu jam agar aku aktif mencari puting dan menyusu sampai puas. ASI pertamaku bernama kolostrum dan hanya keluar di awal kelahiranku. Sayang sekali kalau terbuang karena tidak ada yang jual.



IMD

**KO  
LOS  
TRUM**

mengandung zat kekebalan tubuh (antibodi) dan faktor pelindung lainnya bagi bayi.

Bayi yang baru lahir memiliki lambung sebesar kelereng. Satu sampai dua sendok teh kolostrum akan mengisi perutnya dengan sempurna. Jika bayi yang baru lahir diberi air atau cairan lainnya, perutnya akan menjadi penuh dan tidak ada lagi ruang bagi kolostrum.

## 3 Tips ASI

### 1 MENAMBAH PORSI MAKAN

Ibu menyusui perlu makan satu porsi lebih banyak per hari dibanding perempuan yang tidak menyusui. Makanan yang dikonsumsi harus bergizi seimbang. Selain itu ibu juga harus memperbanyak minum air putih. Sebaiknya hindari minuman bersoda, kafein, dan alkohol.

### 2 HINDARI STRESS

Keberhasilan ASI eksklusif sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis. Jika bunda stress, produksi ASI bisa saja terhenti. Untuk menghindari stress, coba menyusui di tempat tenang. Selain itu, peran ayah dan keluarga sangat besar agar bunda terhindar dari stress. (dukungan keluarga hal.14)

### 3 PIJAT PAYUDARA

Pijat payudara biasanya dilakukan jika saluran ASI tersumbat. Penyumbatan bisa terjadi karena pelekatan mulut bayi ke payudara kurang baik, pakaian bunda terlalu ketat, dll. Tidak ada salahnya bunda mencoba pijat payudara.

#### Cara memijat payudara:

Lakukan pijatan lembut pada payudara dengan telapak tangan, gulungkan jari ke arah puting kemudian perah air susu atau biarkan bayi menyusu setiap dua sampai tiga jam.

BREASTFEEDING  
IS WORTH  
FIGHTING FOR

#AksiASI



CASE  
STUDY



CASE  
STUDY





A graphic for the #KeepItOn campaign. The background is dark with a faint, cracked globe in the center. Several white Wi-Fi signal icons are scattered across the top. In the foreground, there are several hands holding up smartphones, some of which are glowing with light. The text "#KeepItOn" is prominently displayed in the center, with "#KeepIt" in red and "On" in white.

# #KeepItOn

**Fighting internet shutdowns around the world**



يرجى الذهاب إلى

menti.com

وإدخال الرمز

XX

والإجابة على السؤال التالي

حول العلامة التجارية

ما هي الرموز والأيقونات التي

تعرفت عليها في الحملة؟

استراحة الغذاء

ساعة





استخدام نتائج الحملات  
لأغراض المناصرة





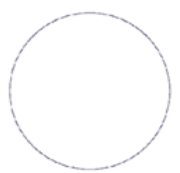
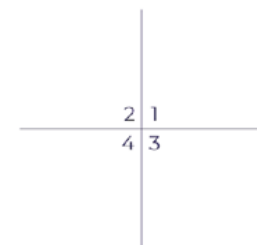
هل لديكم أسئلة؟

# عمل جماعي





# الخطوط العريضة للحملة

<p><b>٤. الإقناع والقصة</b> ما هي خطابات / سرديات جمهورك الحالية؟</p> <p>من هم المؤثرون عليهم؟</p> <p>ما هو هدفك الإقناعي؟</p>	<p><b>٣. الجمهور المستهدف</b> ما هو بيان الجمهور المستهدف الخاص بك؟</p> <p>كيف سيبدو العضو النموذجي من جمهورك؟</p> 	<p><b>٢. تحليل السياق</b> ما هو السياق الذي تعمل/ين فيه؟</p> <p>ما هي المخاطر؟</p>	<p><b>١. رؤية الحملة و نطاقها</b> ما هي المشكلة الأساسية التي تحاول حملتك معالجتها؟</p> <p>ما هو نطاق حملتك؟</p>
<p><b>٨. التعبئة</b> ما هي تكتيكات التعبئة التي ستستخدمها / ينها؟</p> <p>ما هي ما هي نداءات التحرك التي ستطلقها/ ينها؟</p>	<p><b>٧. أهداف SMART</b> ما هي أهدافك "الذكية" : SMART؟</p> 	<p><b>٦. إدارة المحتوى</b> من سينشئ المحتوى ويدير المشاركة؟ ما هي الموارد التي تحتاج / ين إليها؟</p>	<p><b>٥. إنشاء محتوى</b> ما هي المنصات التي ستستخدمها/ينها لحملتك؟</p> <p>كيف سيتفاعل جمهورك مع المحتوى الخاص بك؟</p>
<p><b>١٢. التقرير المتعلق بالنتائج</b> كيف يبدو النجاح؟</p> <p>كيف ستعرض/ين نتائجك؟</p>	<p><b>١١. رصد وتقييم</b> كيف سيتم تقييم حملتك/ي؟</p> <p>كم مرة ستقوم / ين بتفقد حملتك وإجراء التغييرات اللازمة عليها؟</p>	<p><b>١٠. العلامة التجارية للحملة</b> كيف سيتعرف الناس على حملتك؟</p> <p>اسم</p> <p>شعار</p> <p>هاشتاغ (Hashtags)</p> <p>ملاحظات التصميم</p>	<p><b>٩. الشركاء الرئيسيين</b> من هم شركاؤك الرئيسيون؟ كيف يمكنهم المساهمة في حملتك؟</p>



## ٨. التعبئة

ما هي تكتيكات التعبئة التي ستستخدمها / ينها؟

ما هي ما هي نداءات التحرك التي ستطلقها/ ينها ؟



## ٩. الشركاء الرئيسيين

من هم شركاؤك الرئيسيون؟  
كيف يمكنهم المساهمة في حملتك ؟



## ١٠. العلامة التجارية للحملة

كيف سيتعرّف الناس على حملتك ؟

اسم

شعار

هاشتاغ (Hashtags)

ملاحظات التصميم:

مع جزيل الشكر  
والتقدير

WWW.RNTC.COM

