



## الحملات الإعلامية للمناصرة الغوص العميق - اليوم الرابع

التعبيئة والشراكة وبناء علامتك المميزة

رُزمه الحملات 8+9+10

## جدول اعمال اليوم الرابع

التعبيئة والمناصرة

الشركاء الرئيسيون والعمل مع وسائل  
الاعلام

العلامة التجارية للحملة

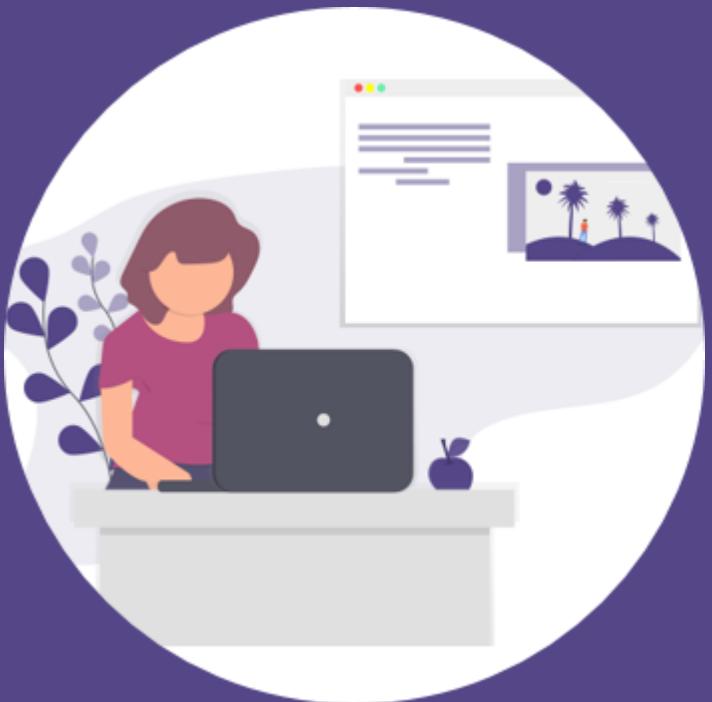
# تلخيص ومراجعة



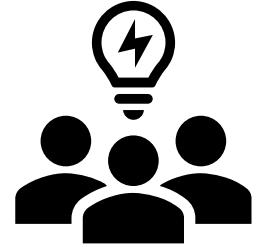


الرجاء التوجه الى موقع [menti.com](https://menti.com) وادخال الرمز **1227946** والإجابة عن السؤال التالي

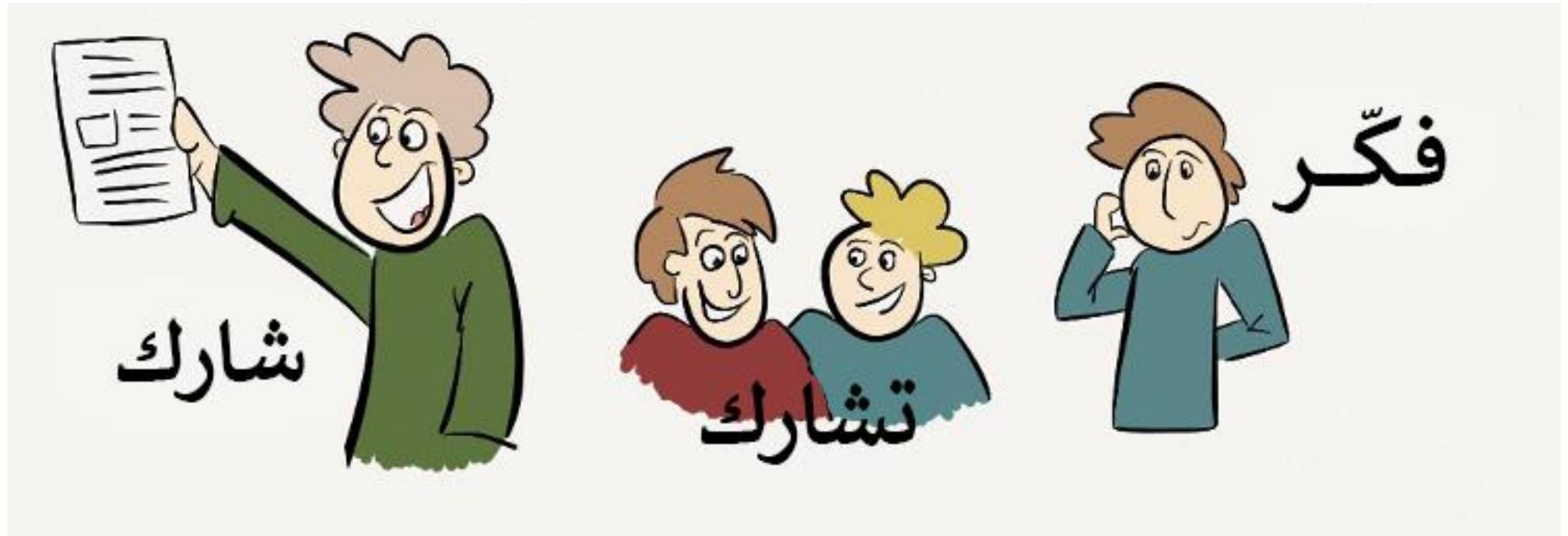
ما هي أهم الدروس المستفادة من الجلسة الأخيرة؟



## مقدمة في المناصرة



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





# المناصرة وفقاً لتجاربك ومعلوماتك المسبقة

## الخطوة الثالثة

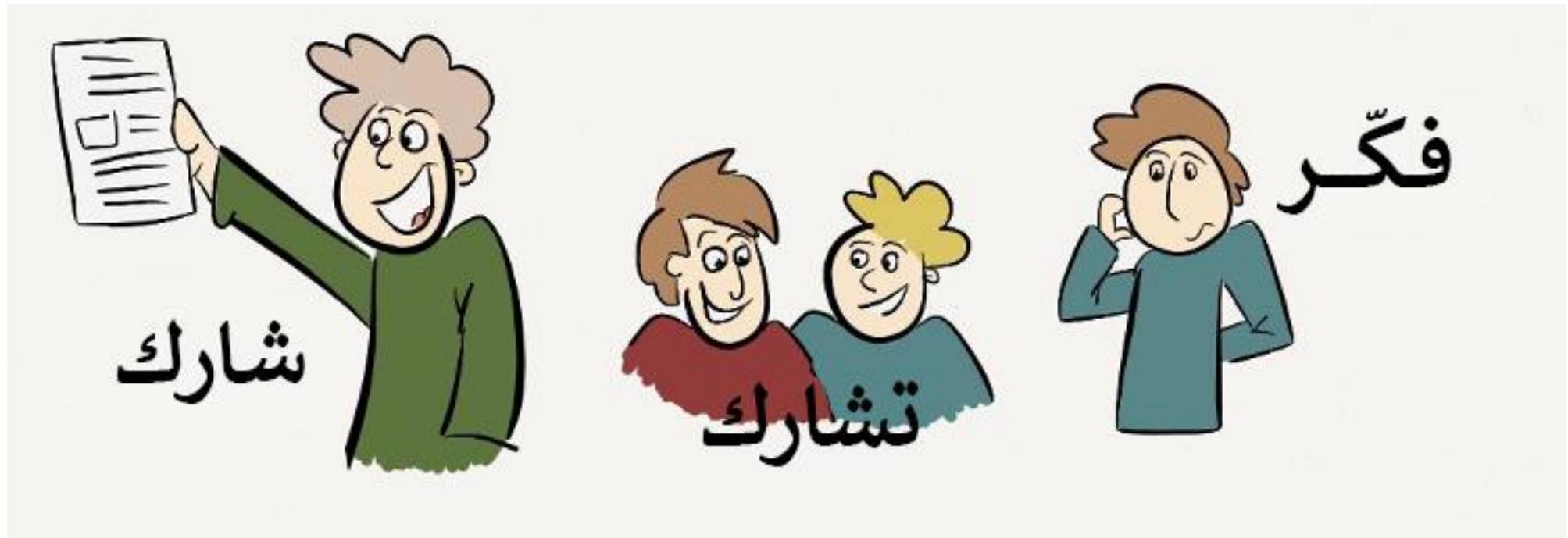
الانطباعات والاختتام  
مشاركة ما ورد في النقاش مع المجموعة  
العامة وتبادل الانطباعات  
عشر دقائق.

## الخطوة الثانية

العمل مع زملائك في مجموعات من  
شخصين أو ثلاثة  
ما هي تجاربنا في مجال المناصرة؟  
العمل في غرف فرعية لمدة عشر دقائق

## الخطوة الأولى

التفكير بمفردك لمدة خمس دقائق  
ما هي تجاربك الحياتية في مجال  
المناصرة؟ ماذا تعني المناصرة لك؟ شارك  
افكارك على البرنامج



## الخطوة الثالثة مشاركة واختتام

10 دقائق



في الختام يمكن مشاركة خلاصة  
العمل مع الفريق:

أمثلة لتجارب ذات علاقة

ماذا تعني المناصرة لجمهورك

## ما هي المناصرة؟

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

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

المناصرة هي العمل مع أشخاص ومؤسسات أخرى لإحداث فرق.





ما هي المناصرة؟

المناصرة حسب تعريف كل من  
RNTC و RNW

المناصرة هي سلسلة من الحركات المستهدفة الموجّهة لصنّاع القرار لدعم مسائل محددة ذات علاقة بالسياسات

حركات مستهدفة يعني أن هناك استراتيجية ما

موجّهة لصنّاع القرار يعني أن هناك هدف محدد

مسائل محدّدة ذات علاقة بالسياسات يعني أن هناك غاية واضحة



يرجى الذهاب إلى موقع  
menti.com  
وإدخال الرمز

[xxxxxxxx]  
والإجابة على السؤال التالي

ما هو تعريفك المفضل  
للمناصرة؟

# تمرين



ماجد



سامية



يرجى الذهاب إلى موقع  
[menti.com](https://menti.com)  
وإدخال الرمز

والإجابة على السؤال التالي

من له شرعية أكبر لحملة  
المناصرة؟

# العوامل التي توفر الشرعية للمناصرة/الحشد

- ▶ يقدم القائم على المناصرة أدلة لدعم مطالبهم.
- ▶ لدى القائم على المناصرة أشياء مشتركة مع الأشخاص الذين سيستفيدون من الدعوة للتغيير.
- ▶ 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؟





التبية 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 عملية ادماج



# طرق التحشيد

عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي  
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



الرجاء التوجه الى موقع [menti.com](https://menti.com) وادخال الرمز **1227946** والإجابة على السؤال التالي:

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



## كيفية صياغة الدعوات للمشاركة "التحرك"

- ▶ مترابطة بشكل واضح ومتماضك ومنطقي
- ▶ بسيطة وقابلة للتنفيذ وقصيرة
- ▶ مرغبة وممتعة
- ▶ مفيدة وقيمة ومجزية
- ▶ لا تدعو الناس إلى التوقف عن فعل شيء ما، ولكن تقدم بدليلاً ممتعاً وقابلأً للتطبيق.

# دعوات المشاركة في حملة لا تصغرش نفسك



-اضافة اطار للصورة الشخصية في الفيس بوك

-مشاركة قصصهن حول التحرش

-المشاركة برسومات حول الموضوع



# دعوات المشاركة في حملة لا تصغرش نفسك



منصتي 30

December 4, 2019 ·

...

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

#التحرش\_يصغرك

تصغرش  
نفسك  
#التحرش\_يصغرك

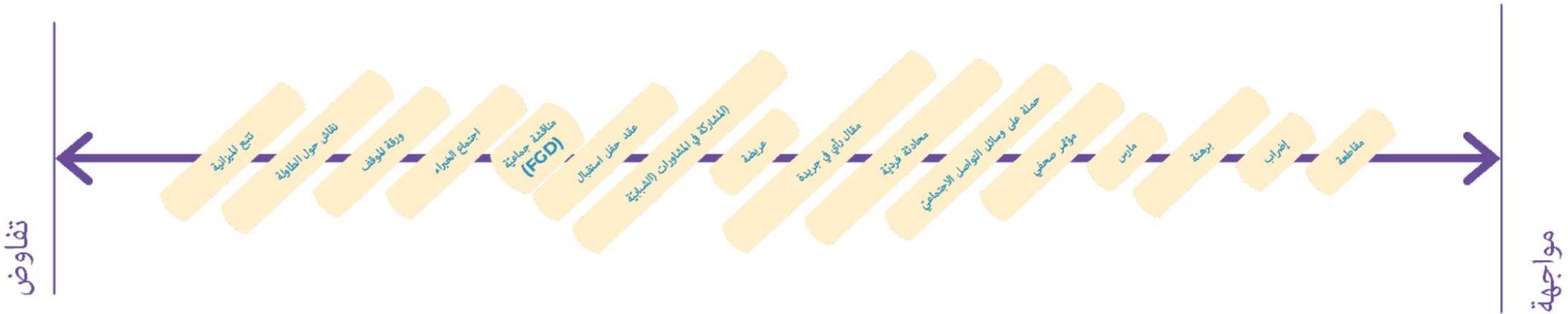
# مخاطر التحشيد

- السلامة والأمان
- رد فعل الجمهور
- الانتشار مقابل الخصوصية



# سلام المشاغبة

## مقياس الرذالة:

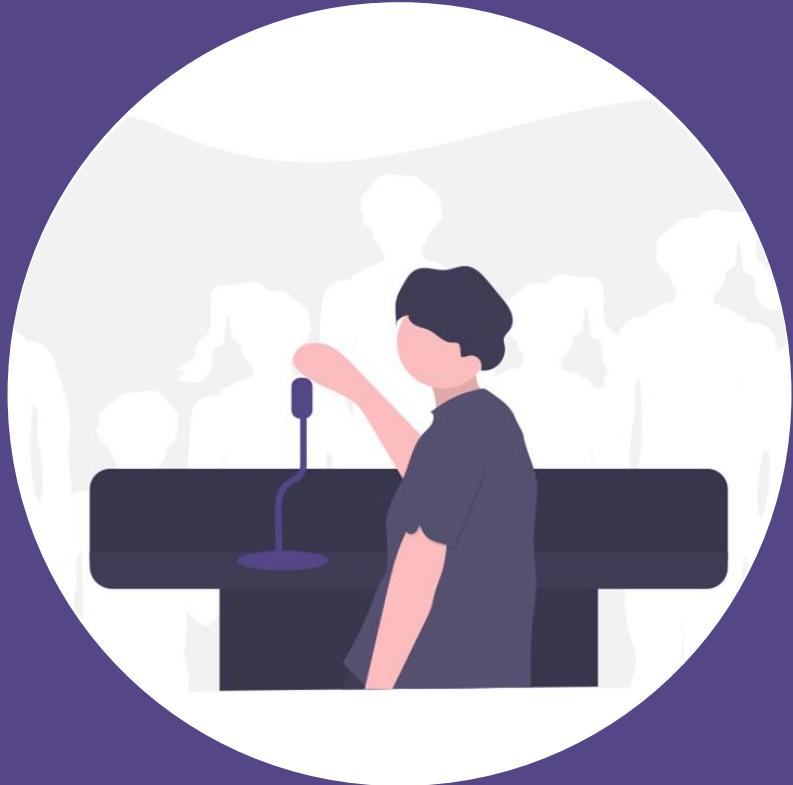


هل لديكم أسئلة؟



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.



ما هي أنواع الشراكات الموجودة؟

## شركاء محددين

## الفئة

<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>	<p>الشريك الاستراتيجي: شريك له نفس الرؤية والقيم للعمل معًا على نفس الهدف.</p>
<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>	<p>الشريك المنفذ: الشريك الذي سيساعدك في تنفيذ أجزاء من حملتك دون بالضرورة مشاركة نفس الأهداف طويلة المدى.</p>
<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>	<p>شريك التوزيع: شريك يساعد في مشاركة / نشر المحتوى الخاص بك إلى جمهورك أو لذوي العلاقة.</p> <p>بشكل عام ، هذه هي مصادر وسائل الإعلام التقليدية. كما أنهم لا يحتاجون إلى مشاركة نفس القيم أو الأهداف.</p>

# دراسة حالة

## لا تصغرش نفسك - مخطط الشركاء

شركاء محدّدين	الفئة
السفارة الهولندية مؤسسة ار ان 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



من هم الشركاء المحتملون في حملة  
متعلقة بالرضاعة؟

يرجى الذهاب إلى  
[menti.com](https://menti.com)  
وإدخال الرمز  
5 50 80 75  
والإجابة على السؤال التالي



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



- ▶ التحّكم في الرسالة
- ▶ ضياع الموارد
- ▶ وقت التنسيق

# نصائح وتقنيات للعمل مع الصحفيين

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



العمل مع وسائل الاعلام

عرض أو  
ترويج  
القصة

مقطع صوتي

ربط الأخبار



عقد شراكة مع وسائل  
الإعلام ومع الجهات المؤثرة

الاتفاق مقابل  
وقت على  
الهواء

الإعداد او  
الإنشاء المشترك

هل لديكم أسئلة؟

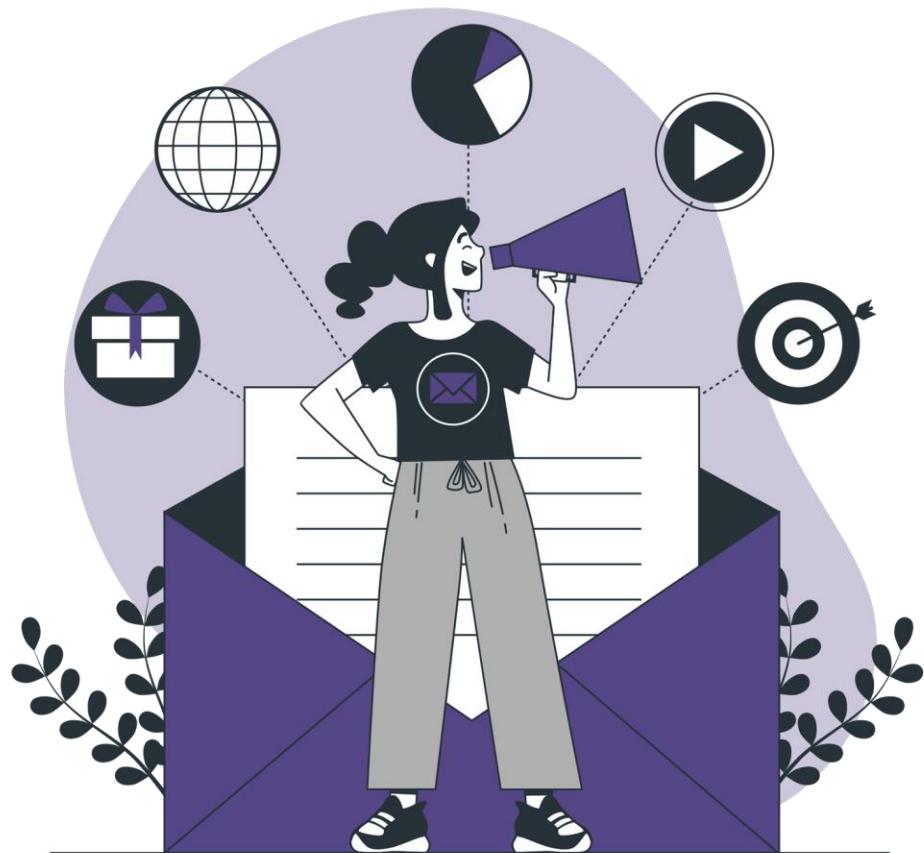




التعبئة والمناصرة

الشركاء الرئيسيون والعمل مع وسائل  
الاعلام

العلامة التجارية للحملة



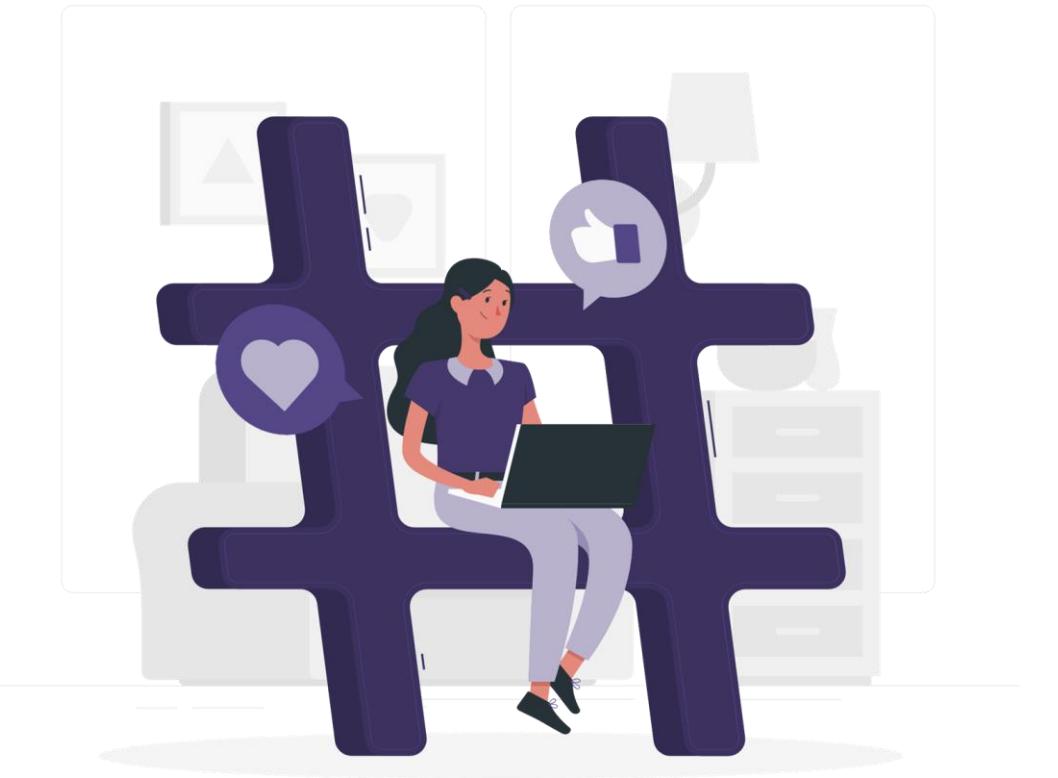
العلامة التجارية للحملة

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

► **سمة الألوان:** يعد نظام الألوان الجيد أمراً بالغ الأهمية لأنّه أول ما يلاحظه الأشخاص عندما يرون الحملة.

► **الهاشتاقات:** طريقة ممتازة للنموّ ولفت الأنظار. لنضع في اعتبارنا اختيار هاشتاق محلي وآخر إقليمي ونكتب الجمهور الوطني والعالمي

► **معلوماتي:** كن حقيقياً ومخترقاً في سيرتك الذاتية - يحتاج الناس إلى معرفة ما يمكن توقعه. 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 للتحدى مباشرة إلى جمهورك المستهدف؟

3. يرسم رؤيتك: شعار عظيم ينقل رؤيتك لجمهورك.

4. يمكن تصديقه: الشعار العظيم هو الشعار البسيط وال حقيقي.

استمرّي وأضيقي، ولا تنسِي التمتع بروح الدعاية 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، يمكنهنّمواصلة 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. Bayangan penghematan yang bisa didapat jika ibu memberi ASI.

**Wahana Visi**  
Indonesia  
a partner of World Vision



### 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](http://www.wvindonesia.org)

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, 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.selasi.org](http://www.selasi.org)
- IKATAN KONSELOR MENYUSUI INDONESIA [www.konselormenyusui.org](http://www.konselormenyusui.org)
- ASOSIASI IBU MENYUSUI INDONESIA [www.aimi-asi.org](http://www.aimi-asi.org)
- PERINASIA [www.perinasia.com](http://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](http://www.wvindonesia.org)

Wahana Visi Indonesia

@WahanaVisi\_ID

## DAYA TAHAN ASI

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



[www.wvindonesia.org](http://www.wvindonesia.org)

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.



## 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 pelekatnya 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









يرجى الذهاب إلى  
menti.com  
وادخال الرمز  
xx

والإجابة على السؤال التالي  
حول العلامة التجارية

ما هي الرموز والأيقونات التي  
تعرفت عليها في الحملة؟

استراحة الغذاء

ساعة

rntc



## استخدام نتائج الحملات لأغراض المناصرة



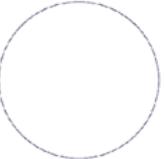
هل لديكم أسئلة؟



# عمل جماعي



# الخطوط العريضة للحملة

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



اسم

شعار

هاشتاغ (Hashtags)

ملاحظات التصميم

مع جزيل الشكر  
والتقدير

WWW.RNTC.COM

