

الشباب والمناصرة الرقمية

بلال خليل - مدير منتدى تواصل



وتامر عودة - منصة القدس ٣٦٠

قصة
المناصرة

الضغط
والمناصرة
إطار نظري

دراسة
حالة

سؤال
تفاعلي

بناء حملة
مناصرة
رقمية

هل نصرة القضايا عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي يحدث تغييرًا؟ رأي ورأي معاكس



قصة النفايات البحرية





الضغط



المناصرة



الضغط

الضغط هو التأثير على مجموعة معينة من الناس كصناع القرار من أجل تغيير سياسة معينة أو تغيير قرار معين ويتم ذلك من خلال كسب مجموعة من الحلفاء بجانب القضية ليشكلوا نقطة قوة ويقوموا أيضاً بمناصرة هذه القضية



المناصرة

المناصرة هي فعل مقصود وموجه نحو تغيير السياسات أو المواقف أو البرامج في أي نوع من القرارات المطلوب تطويرها أو تغييرها أو التأثير على أساليبها أو حتى إلغائها

أهداف المناصرة

- إيصال أصوات من لا صوت لهم إلى الجهات المعنية
- مساندة أصحاب القضايا التي تهم وتؤثر على المواطنين
- تعزيز أو تقوية أو تغيير السياسات أو البرامج أو التشريعات
- تغيير منظمة من داخلها أو للتأثير على طبيعة عملها
- الوصول إلى رؤية بعيدة المدى للتغيير محلياً ووطنياً وقومياً وعالمياً
- تحقيق التأثير في الجهات المستهدفة

#الصورة_واضحة



#Blacklivesmatters



#metoo



#لا_أنصاف_طول



#باب_الرحمة_لنا



#مظاهرات_القدس_التي



بناء حملة مناصرة رقمية



اختيار القضية



تحليل قضية الحملة



ما هو التغيير الذي نطمح إليه؟



الجمهور المستهدف



الرسالة



هوية الحملة



الهاشتاغ



أدوات الحملة الرقمية



أشكال المحتوى



دور المحتوى في حملات المناصرة



أنشطة الحملة



أدوات رقمية للفريق





اختيار القضية

المشكلة



✗	✓	هل قضية عامة
✗	✓	هل القضية عادلة
✗	✓	هل القضية التي ستقوم بالعمل عليها واضحة
✗	✓	هل القضية التي سنتبناها واقعية
✗	✓	هل القضية ملحة الحاجة
✗	✓	هل هناك وعي حول القضية
✗	✓	هل هناك إمكانية للنجاح

المشكلة

المشكلة بشكل بسيط هي واقع سيء يواجهه الناس أو مجموعة من الناس تُصاغ دائماً بشكل سلبي مثل نقص أو ضعف أو عدم إلى آخره، وهو موقف يسعى النشطاء والفاعلين المجتمعيين لحله ونقله من واقع سلبي إلى واقع إيجابي

المشكلة





تعريف التحليل



فهم المشكلة من الداخل



التحليل الشجري



مرحلة تحليل السياسات العامة



السياسات الرسمية و الغير رسمية



تعريف التحليل

التحليل هي تعزيز أو خلق أكبر قدر ممكن من الفهم للواقع الإشكالي الذي نعمل عليه؛ لتحسين قدرتنا على التخطيط ولتحسين قدرتنا على المدافعة ومناصرة القضية التي نعمل عليها بشكل فعال نحن وفريق الحملة

تعريف التحليل



الهدف العام



الأهداف الخاصة



SMART

ما هو التغيير الذي
نطمح إليه؟



الهدف العام

الهدف العام هو يمثل رؤيتنا تجاه
التغيير، ما هو التغيير الذي سنسعى
لتحقيقه في إطار جهودنا في عملية
المناصرة ككل

الهدف العام



الأهداف الخاصة

الأهداف المحددة، فهنا نتحدث عن
أهداف محددة جداً لها علاقة في التغيير
الذي سنقوم بتحقيقه في إطار الحملات

الأهداف الخاصة



SMART



الهدف محدد



قابل للقياس



قابل للتحقق



الهدف واقعي



محدد بالزمن

من هو الجمهور



جدول الفئة المستهدفة،
الخصائص، الدور المطلوب



العناصر المستهدفة



الجمهور المستهدف



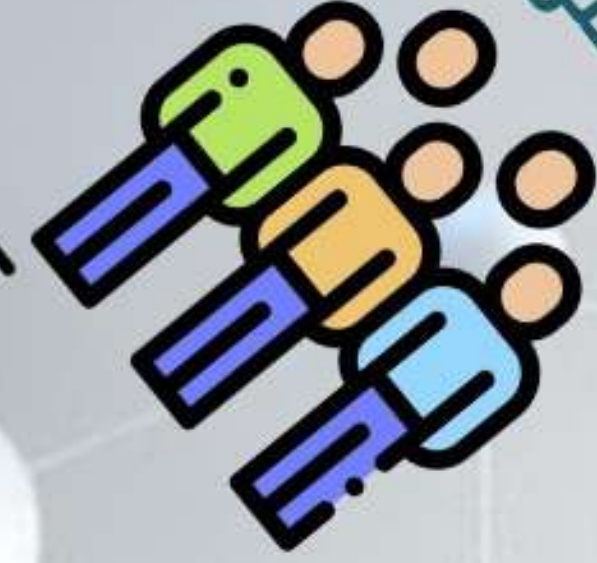
من هو الجمهور

من هو الجمهور، وما هي خصائصه، وأين يتواجد، ومن هم صناع القرار على المستوى الشخصي أو على المستوى المؤسسي الذين سنعمل على استهدافهم في إطار حملة المناصرة

المتضررين من القضية
الجمهور أو



الخصوم



المؤيدون

16 يونيو 2016
الاحتفال بالذكرى السنوية
لإعلان النكبة

جدول الفئة المستهدفة، الخصائص، الدور المطلوب

ما هي عناصر التركيز الخاصة بنا؟

وأي الفئات سنخاطب؟

وماذا نريد بالتحديد من صناعة القرار؟

وما هو الدور المطلوب من الحلفاء؟

وما هو الدور المطلوب من أهل القضية المتضررون؟

وما هو الضغط الذي سيمارس والرسائل التي سترسل لصناع

القرار المرتبط دورهم بحل هذا الواقع الإشكالي المعين؟

صفات الرسالة



مكونات الرسالة



الرسالة



صفة الإلحاح

واضحة

مصداقية

متناغمة

موجزة

صفات الرسالة



01

العنصر الأول معلومات عن الحملة، المعلومات الأساسية المرتبطة بالحملة، أين ستنتقل الحملة؟ ومتى؟ ومن هي الفرق أو من هي الجهة القائمة على الحملة

02

العنصر الثاني أو المكون الثاني الذي يجب أن نحرص عليه عند تصميم رسائل حملة المناصرة هو أهداف الحملة، لماذا تم إطلاق هذه الحملة؟ وما هو التغيير الذي نسعى لتحقيقه من خلال هذه الحملة؟

03

العنصر الثالث هو التحرك المطلوب، يجب أن توضح للجمهور المتلقي لهذه الرسائل ما هو الدور المتوقع منه، وبالتالي يجب أن يعرف الجمهور الذي يقرأ رسائل الحملة ما هو التحرك المطلوب؟

04

العنصر الرابع أسباب المشكلة

05

العنصر الخامس هي الأدلة والبراهين

06

العنصر السادس هو أهمية التغيير المطلوب

07

العنصر السابع هو الحل أو طول المشكلة

08

من هو المسؤول؟ من هي الجهة المسؤولة التي يجب عليها أن تقوم بفعل ما تجاه تغيير الواقع الإشكالي المعين

مكونات الرسالة



عناصر بناء الهوية الرقمية لحملة المناصرة



هوية الحملة



عناصر بناء الهوية الرقمية لحملة المناصرة

الهوية الرقمية هي عنصر مهم جداً وهو يعتبر لغة، توحيد، أو خلق لغة مشتركة بين الحملة وبين الجمهور باختلاف أطيافه

ألوان الحملة

اختيار الخطوط

تصميم شعار

الخاصة بالحملة

عناصر بناء الهوية الرقمية
لحملة المناصرة





لا يحتوي على
العديد من العناصر



بسيط



عصري

السلامة اللغوية

يسهل الوسم وصول الناس للجمهور بشكل جيد ويسهل عملية
أرشفة المحتوى والوصول لها في أي وقت حتى بعد انتهاء الحملة

تأكد من تشابك الكلمات وعدم وجود مسافات بينها



يساهم في مركزة كل الجهود في مكان واحد

اختيار ألوان مناسبة، اختيار خطوط مناسبة، تصميم الشعار، واختيار
الوسم الخاص بالحملة

كلمة مفتاحية مرتبطة بالفضية



القوائم البريدية

تكون واضحة لا يوجد بها أخطاء

تحديد الهدف من النشرة الاخبارية، وتحديد نوع المحتوى الذي ستقدمه ونوع المعلومات التي ستنتقلها

تكون واضحة لا يوجد بها أخطاء

العرائض الالكترونية

- العريضة مرتبطة في سياق الحملة بشكل مباشر
- محددة الهدف، لا يجب أن تكون عامة
- المطالب في إطار العريضة واضح، ما الذي تريد من منع القوم بشكل محدد وغير قابل للتأويل
- تكون العريضة سماعية بلغة قريبة من الجمهور
- محددة الجهة أو محددة الطرف
- تذكّر عنوان قوي وجذاب لهذه العريضة

Sign
AVAAZ.ORG

أدوات الحملة الرقمية



الرسائل النصية

تطبيقات الهواتف الذكية

الاستطلاع أو استطلاعات الرأي



أدوات رقمية للفريق





أنشطة الحملة





مهام المحتوى في حملات المناصرة

المحتوى هو الملك

إنتاج محتوى مميز قادر على الاستحواذ على ثقة الناس وثقة الجمهور

ماذا يحقق وجود محتوى قوي ضمن حملات المناصرة الرقمية في إطار الحملة ككل؟

تكوين قاعدة جماهيرية للحملة

بناء الثقة مع الجمهور

تحسين المشاركة يؤثر المحتوى الرقمي

تعزيز الهوية

دور المحتوى في حملات المناصرة



من مجمل مستخدمي شبكة الانترنت يشاهدون 78% مقاطع الفيديو بشكل أسبوعي، وكذلك الأمر أظهرت دراسات أخرى أن 55% من مستخدمي شبكة الإنترنت يشاهدون الفيديو بشكل يومي عبر المنصات المختلفة، أيضاً وبحسب دراسات جوجل أو مؤشرات جوجل أشارت أن 40% من جيل الألفية يثقون بالفيديو كنوع من أنواع المحتوى و 60% منهم يقولون إن نظرتهم للعالم أو للحياة اختلفت بعد مشاهدة فيديوهات معينة تم نشرها عبر المنصات المختلفة



مدونات الفيديو أو الفلوج



مقابلات الفيديو



info video



السبورة البيضاء



البرومو



الموشن جرافيك



آراء الجمهور أو مشاركات الجمهور



البث المباشر

أشكال المحتوى



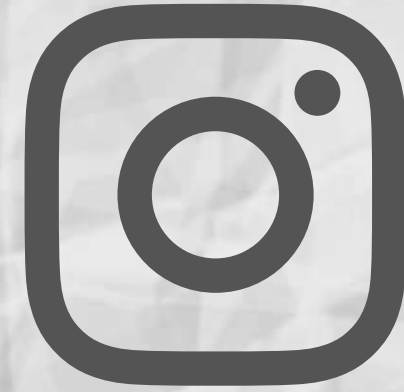


منتدى

فلسطين

الدولي للإعلام والاتصال

“تواصل”



palmediaforum