



المناصرة الإلكترونية



ما هي المناصرة؟

اللجوء الضغط على جهة معينة من صناع القرار مثل الحكومة أو المشرع من أجل أخذ قرار معين أو تغيير ممارسة سياسية معينة , أو الدعم والمساعدة لفئة من الجمهور في تحقيق أهداف محددة خاصة بهم وقد لا تشمل المجتمع ككل، ولا يكون ذلك إلا من خلال إيجاد عدد كافٍ من المؤيدين



ما هي المناصرة؟

اللجوء الضغط على جهة معينة من صناع القرار مثل الحكومة أو المشرع من أجل أخذ قرار معين أو تغيير ممارسة سياسية معينة ، أو الدعم والمساعدة لفئة من الجمهور في تحقيق أهداف محددة خاصة بهم وقد لا تشمل المجتمع ككل، ولا يكون ذلك إلا من خلال إيجاد عدد كافٍ من المؤيدين



مصطلحات تتعلق بالمناصرة

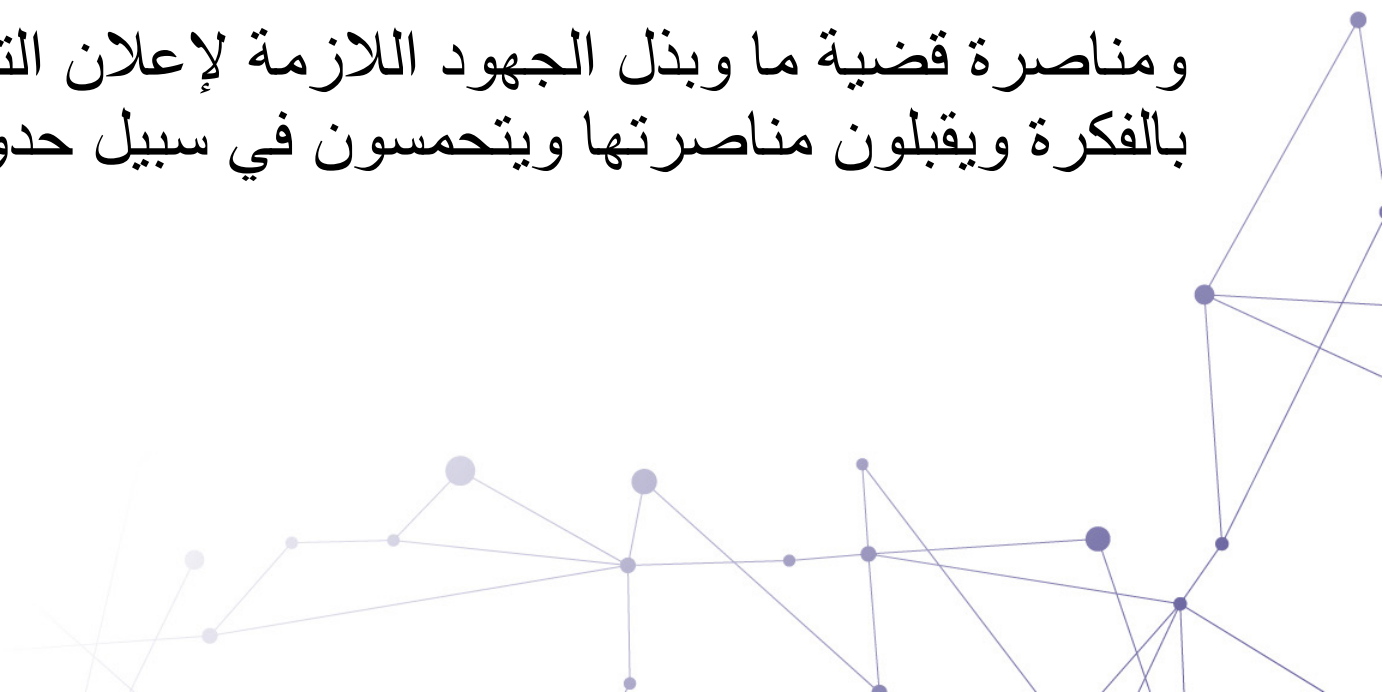
الدفاع

- هو مصطلح قانوني في الأساس قادم من العمليات التي يقوم بها المحامون في تبني أو أخذ قضية والدفاع عنها حتى يتحقق الهدف الذي يسعون إليه ويؤدي إلى تغيير سياسي أو قانوني، ولا يمكن القيام بطلب المناصرة إلا لقضية واضحة يمكن الدفاع عنها من كل الجوانب والزوايا التي تجعلها تستحق الدفاع وبالتالي المناصرة والتأييد.

مصطلحات تتعلق بالمناصرة

التأييد

- هو تعبير آخر للمناصرة يستخدم بدلاً عنها و يخدم نفس الغرض فهو يعني مساندة ومناصرة قضية ما وبذل الجهود اللازمة لإعلان التأييد والمساندة التي يقوم بها من يقتنعون بالفكرة ويقبلون مناصرتها ويتحمسون في سبيل حدوث التغيير المطلوب



مصطلحات تتعلق بالمناصرة

المساندة

- هي تعبير آخر للمناصرة وتعني بشكل مباشر القيام بتأييد ومناصرة قضية ما لأنه إذا لم يتم مساندتها سيحول ضعفها دون وقوفها على قدميها وبالتالي عدم تحقق التغيير المطلوب بشأنها



مصطلحات تتعلق بالمناصرة

الحملة

- هي مجموعة من الخطوات اللازمة لتحديد قضية ما والبحث عن المعلومات المرتبطة بها، ثم وضع هدف دقيق قابل للتنفيذ لوضع خطة تعريف وضغط وتحقيق مساندة وتأييد له، ثم وضع ميزانيات للتكاليف المتعلقة بالحملة وبالمواد التي يتوقع الحاجة إليها، وتحديد فترة زمنية لتحقيق الهدف خلالها، وقد تكون الفترة الزمنية مقسمة إلى عدة مراحل، ولا يتم الانتقال إلى مرحلة لاحقة حتى يتم تقييمها والتأكد من تحقق أهدافها وهكذا حتى يتحقق الهدف من الحملة

مصطلحات تتعلق بالمناصرة

الشبكات

- هي مجموعة من الأفراد والمنظمات القابلة للمساعدة والمساهمة على نحو متناسق في موضوع ما محدد، تجمعهم قواسم مشتركة للعمل



مصطلحات تتعلق بالمناصرة

التحالفات

- تعني مجموعة من الأفراد والجماعات التي تعمل معاً وبشكل منسق نحو تحقيق هدف واحد ويتطلب التحالف جهوداً أكبر من التشبيك، ولكن نتائجه أكثر اتساعاً فالتحالف يزيد من قدرات الشبكات ولا يحل مكانها



مصطلحات تتعلق بالمناصرة

عملية صنع القرار

- هي العمليات التي تتم بشكل رسمي حسب نصوص الدستور أو القوانين النافذة، أو الأنظمة الهيكلية والتنفيذية والتنظيمية لدولة أو مؤسسة أو منظمة غير حكومية، لصناعة قرار ما بدءاً بقبول فكرته، مروراً بالقنوات القانونية له، وحتى مرحلة صياغته، ثم توقيعه ثم نشره في الوسائل القانونية اللازمة له ثم تحويله إلى واقع تنفيذي فعلي



مصطلحات تتعلق بالمناصرة

الحشد

جمع أكبر عدد من الناس كتجمعات أو الأفراد المساندين والمؤيدين للموضوع أو للقضية،
للاحتفال حولها





مصطلحات تتعلق بالمناصرة

التفاوض

تقوم هذه العملية على أساس أن هناك مواقف مختلفة لدى عدة جهات والتي تمتلك قدرة على صناعة القرار، ومحاولة الإقناع لاتخاذ رأي أو قرار أو إجراء موحد.



مصطلحات تتعلق بالمناصرة

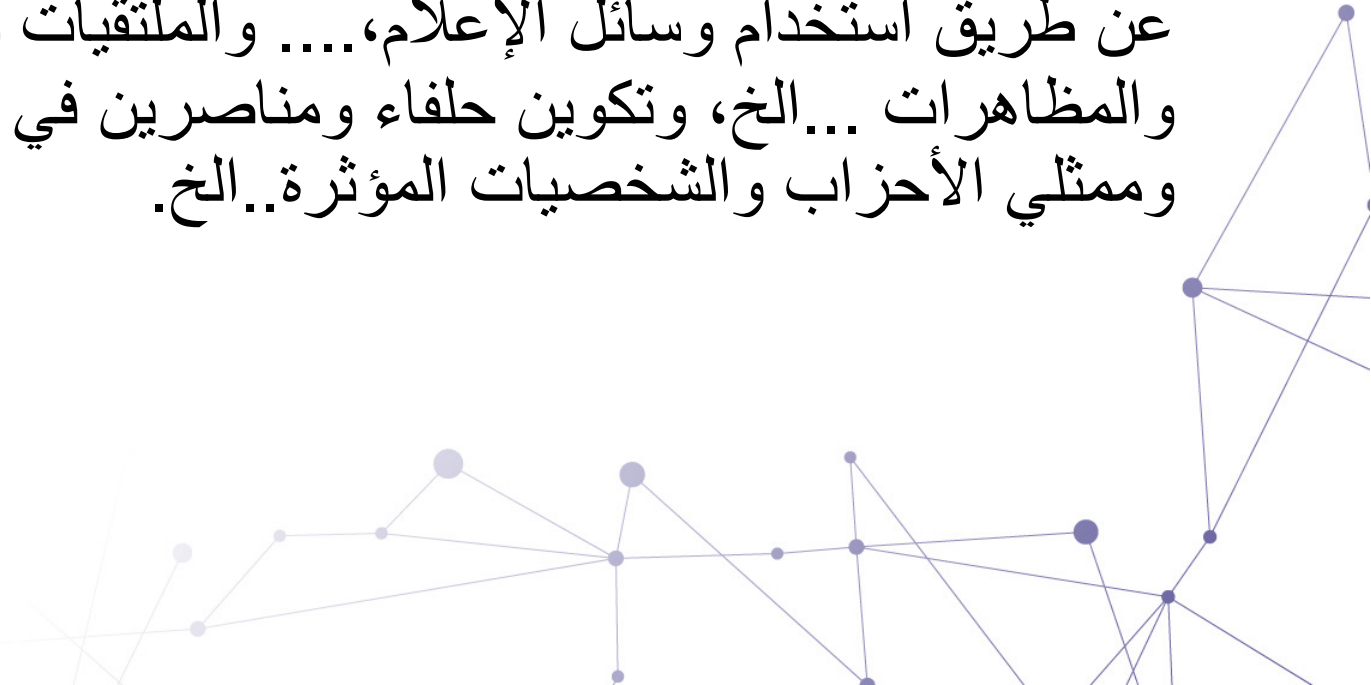
التأثير

الوسائل المؤثرة هي التي تتجاوب مع الظروف المحيطة و ضُخعت صناعات القرار لحالة من الاستعداد للموافقة على المبادرات أو لتبنيها. والتأثير ينتج عن سلسلة من العمليات تقوم بها حملات الدفاع والمناصرة حتى وُحِتْلُ حالة اللامبالاة إلى حالة من الاحتياج والضرورة لفعل شيء ما من قبل صناعات القرار بشأن القضية المطروحة.

مصطلحات تتعلق بالمناصرة

الضغط

عمليات الضغط تعني استخدام كل الوسائل التي تسمح بها النظم الديمقراطية لتحقيق الأهداف عن طريق استخدام وسائل الإعلام،.... والملتقيات والندوات والمهرجانات وجمع التوقيعات والمظاهرات... الخ، وتكوين حلفاء ومناصرين في اللجان المؤثرة في المجالس التشريعية وممثلي الأحزاب والشخصيات المؤثرة.. الخ.





مصطلحات تتعلق بالمناصرة

البرهنة

هي مجموعة أفكار على شكل حجج يراد بها إقناع جهة مستهدفة بتبني موقف أو سلوك معين



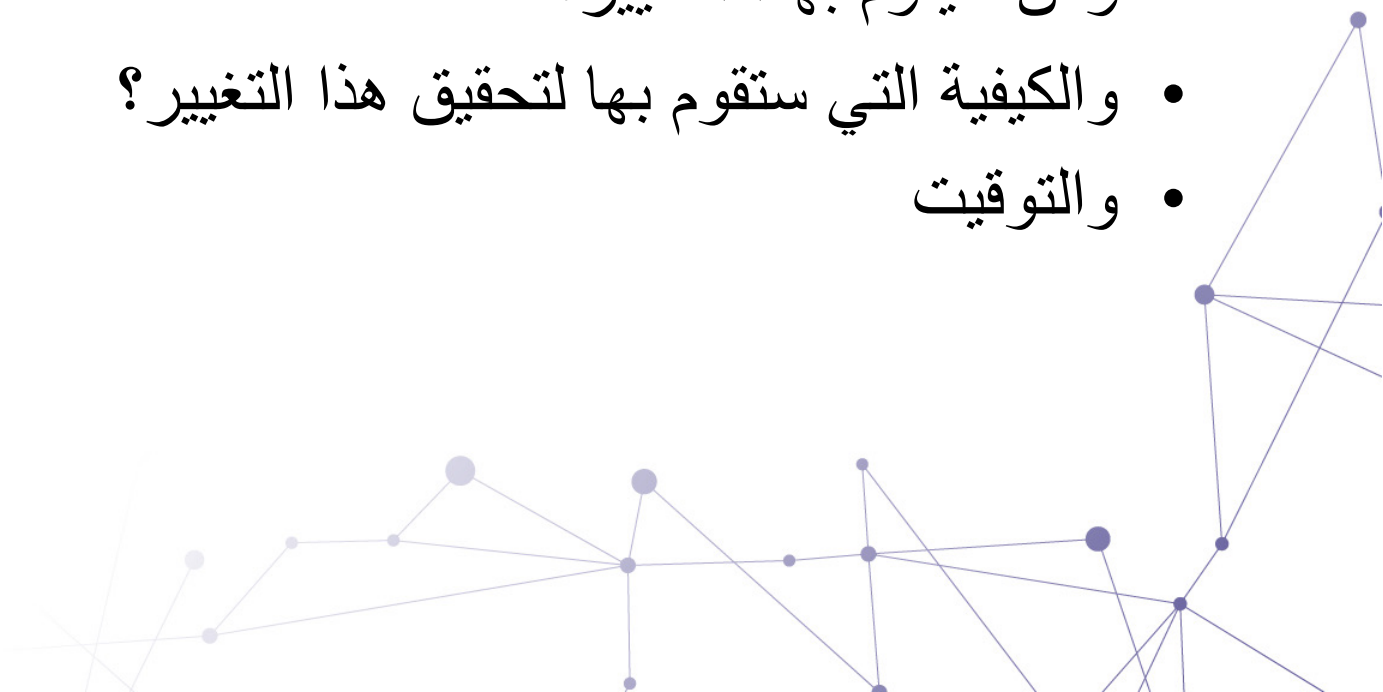
حملات المناصرة

مشروع يتضمن أنشطة وفعاليات عديدة، أو باعتبارها عملية تحليلية تفاعلية ذات مدخلات وعمليات تحويلية ومخرجات أو بوصفها سلسلة عمليات أو وقائع يفضي بعضها إلى بعض. أو يعزز بعضها بعضاً وذلك في إطار معين وضمن مدى زمني محدد ذو بداية ونهاية) أو دورة الحياة) ووفق مسار إداري يتوخى توظيف جميع الإمكانيات والموارد المتوفرة توظيفاً فعالاً وتنسيق جميع الجهود تنسيقاً محكماً بحيث يفضي الأمران إلى تحقيق أهداف تمكينية قريبة المدى جرى تحديدها بدقة من قبل لتكون منطلقاً للحملة وغاية لإطلاقها. ولتسهم في تقريب إنجاز أهداف استراتيجية متوسطة المدى أو بعيدة المدى تعمل هذه المنظمة أو تلك على إنجازها

حملات المناصرة

وتعرف الحملة أيضاً بأنها الجواب على الأسئلة التالية:

- هي ماذا تريد تغييره؟
- ومن سيقوم بهذا التغيير؟
- والكيفية التي ستقوم بها لتحقيق هذا التغيير؟
- والتوقيت





أنماط الحملات - حسب الوقت

- طويلة المدى
- متوسطة المدى
- قصيرة المدى





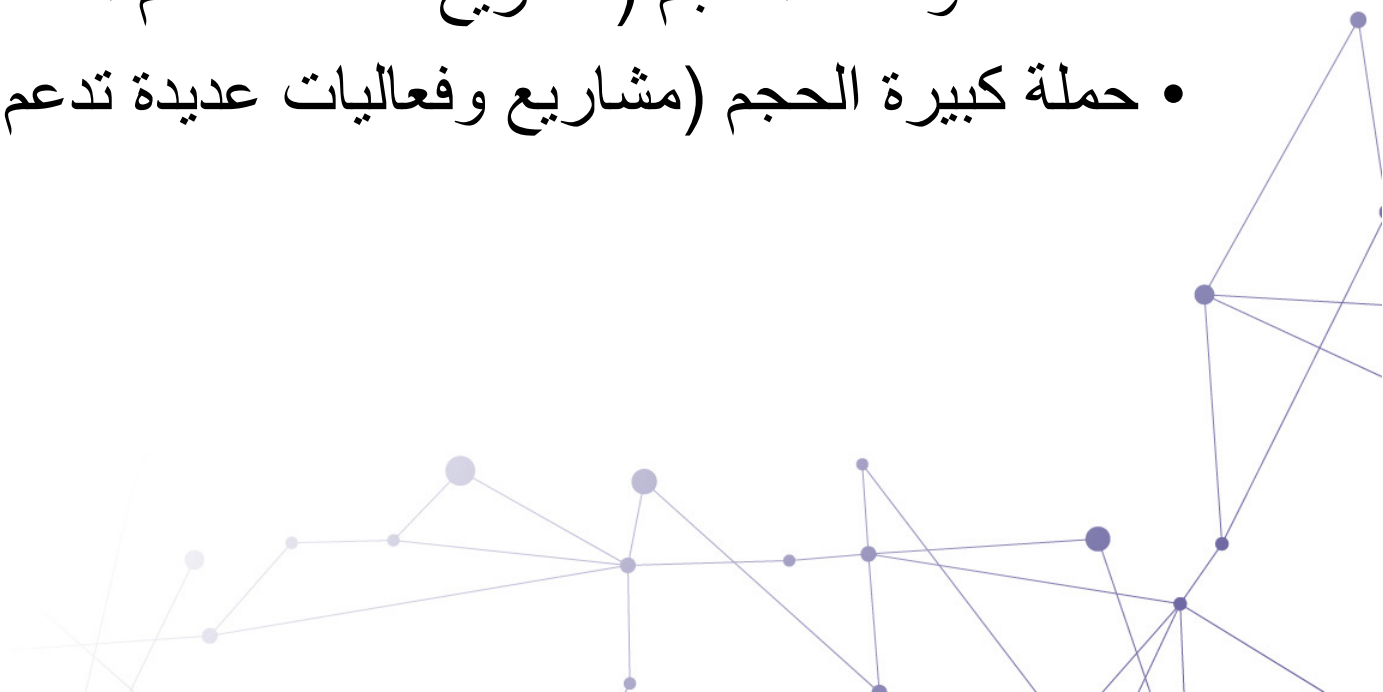
أنماط الحملات - حسب المكان

- حملة مناطقية
- حملة محلية
- حملة وطنية
- حملة إقليمية
- حملة دولية



أنماط الحملات - حسب حجم الحملة

- حملة موضوعية
- حملة صغيرة الحجم (مشروع واحد يدعم الحملة)
- حملة متوسطة الحجم (مشاريع مختلفة تدعم الحملة)
- حملة كبيرة الحجم (مشاريع وفعاليات عديدة تدعم الحملة)



لماذا نستخدم المناصرة للتغيير؟؟

- معظم قضايا التنمية لا يمكن التطرق إليها على المستوى الفردي ولا بد من التأييد من قبل صانعي القرار للقيام بتنفيذ ودعم البرامج التنموية المختلفة.
- هناك قضايا وأولويات تنموية عديدة والمناصرة تقوم بتحديد الأولويات التي يجب النظر فيها قبل غيرها وتسلط الأضواء عليها في الإعلام والقنوات الاتصالية الأخرى
- صانعي القرار غالباً ما يكونون منشغلين عن متابعة كل الأولويات ودراسة قضاياها لذلك تقوم المناصرة بإعطاء رسائل مركزة تحتوي على معلومات كافية ومحددة حول ما يجب فعله من قبل صانعي القرار

متى نحتاج لعمليات المناصرة؟

- نحتاج لعملية المناصرة عندما نريد تغيير وضع يصعب تغييره فمثلاً إزالة مخلفات مصنع يصب في السائلة، في بعض الدول كل ما يلزم هو إبلاغ الجهة المعنية التي تقوم بدورها فوراً بإغلاق المصنع حتى يصحح الوضع، وفي دول أخرى يحتاج الوضع لحملات مناصرة قد تكون للضغط لتفعيل القوانين المنظمة للبيئة أو لتغيير قوانين معينة أو قرارات أو سياسات
- عندما تكون أسباب المشاكل والمعوقات التنموية أو جزء منها تقع على مستوى أعلى من المستوى المجتمعي لدى صناعات السياسات والتشريعات والإجراءات المنظمة أو عندما تكون أسباب المشاكل والمعوقات التنموية ناتجة عن عدم قيام الجهات والشخصيات المسؤولة عن الإعداد والمصادقة والتنفيذ لهذه التشريعات بتحمل مسؤولياتهم الإنسانية تجاه الآخرين وبالشكل المطلوب
- عندما تكون هناك برهنة واضحة على أحقية التغيير

أهداف المناصرة

- إيصال أصوات من لا صوت لهم إلى الجهات المعنية
- مساندة أصحاب القضايا التي تهم وتؤثر على العامة لإيصال قضاياهم والإعلان عنها والتوصل لحلها
- تعزيز أو تقوية أو تغيير السياسات أو البرامج أو التشريعات
- تهدف إلى تغيير منظمة من داخلها أو للتأثير على طبيعة عملها كما يمكن أن تهدف إلى الوصول إلى رؤية بعيدة المدى للتغيير محلياً ووطنياً وقومياً وعالمياً

المبادئ الرئيسية لحملة المناصرة

• التركيز

- تحديد الأهداف
- تركيز الموارد والطاقت
- توجيه البحوث وعمليات التحليل صوب تحديد محور النشاط

• الوضوح

- التعبير عن الأهداف والاستراتيجيات بلغة واضحة وتعميمها على الجميع
- ارتباط جميع التحركات بالأهداف المنشودة ارتباطاً واضحاً
- مراعاة الوضوح في الاتصالات المتبادلة

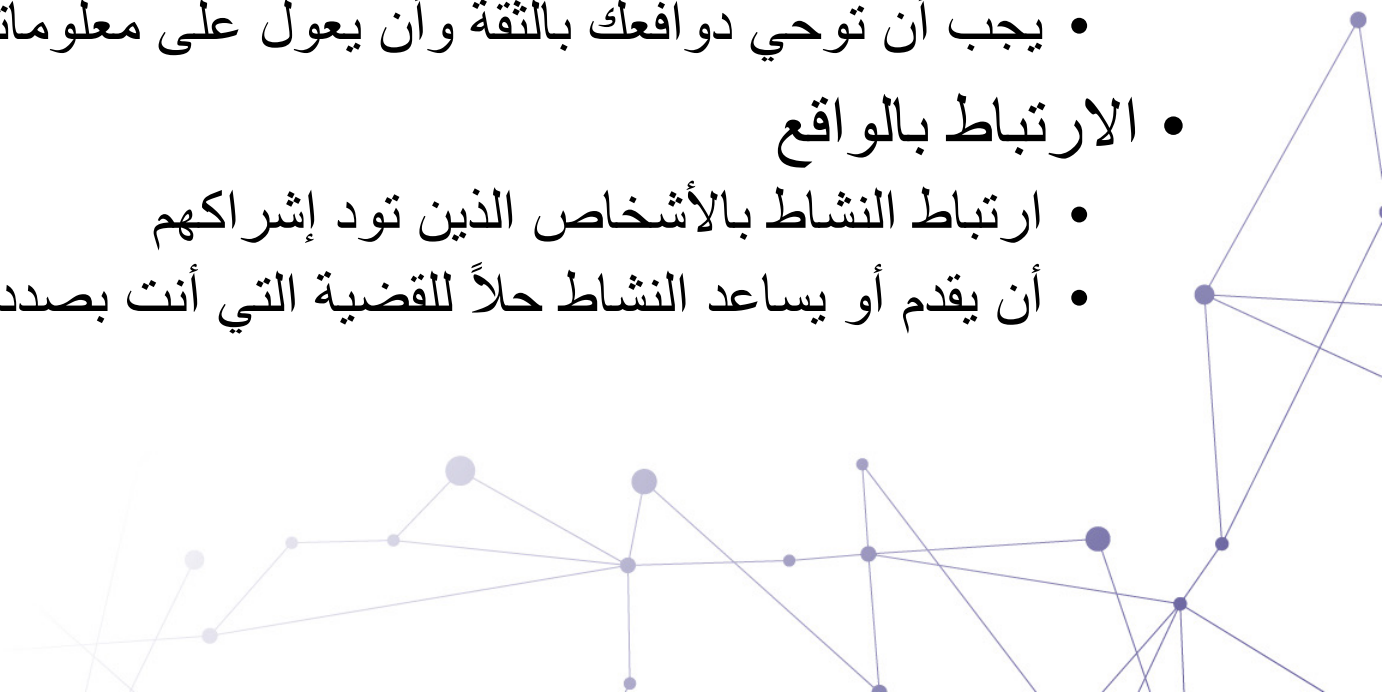
المبادئ الرئيسية لحملة المناصرة

• المصداقية

- قد لا تقل شخصية حامل الرسالة في مجال الاتصالات أهمية
- عن فحوى الرسالة نفسها
- يجب أن توحى دوافعك بالثقة وأن يعول على معلوماتك

• الارتباط بالواقع

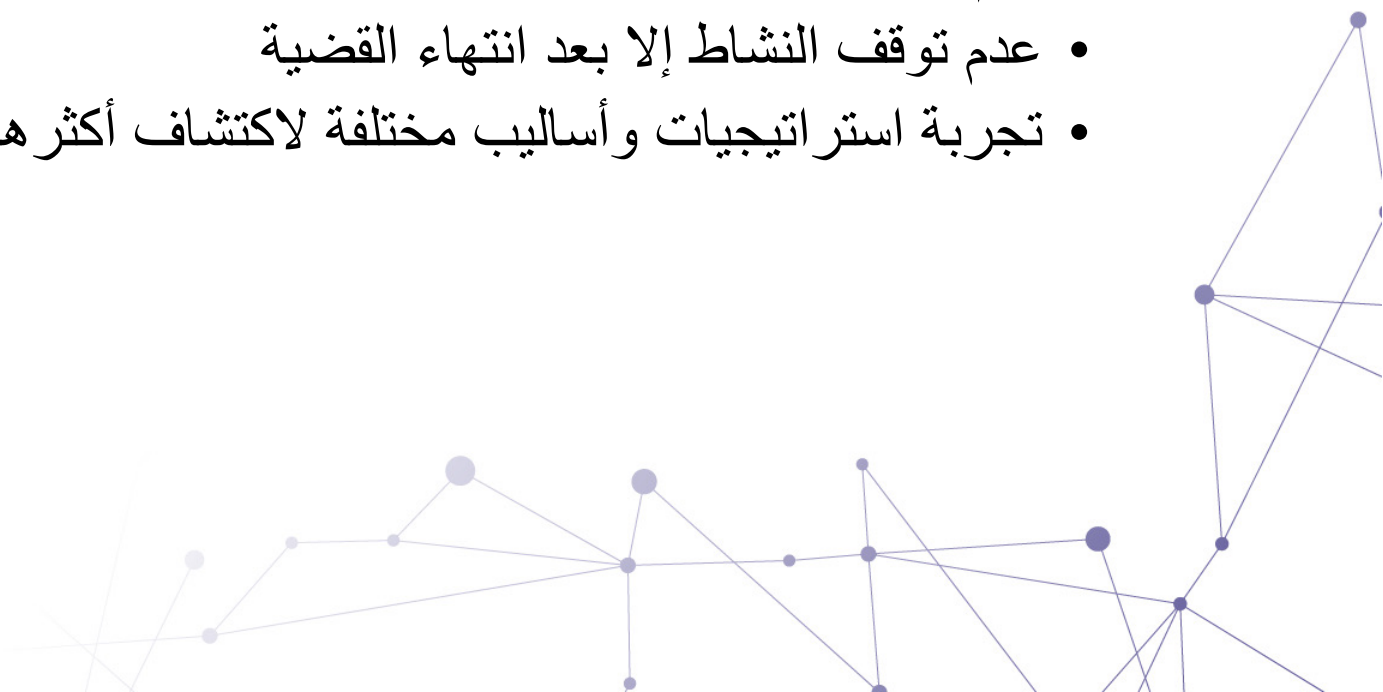
- ارتباط النشاط بالأشخاص الذين تود إشراكهم
- أن يقدم أو يساعد النشاط حلاً للقضية التي أنت بصددها





المبادئ الرئيسية لحملة المناصرة

- التوقيت
 - يختلف أثر النشاط باختلاف التوقيت الذي يمارس فيه.
- الالتزام
 - عدم توقف النشاط إلا بعد انتهاء القضية
 - تجربة استراتيجيات وأساليب مختلفة لاكتشاف أكثرها فاعلية



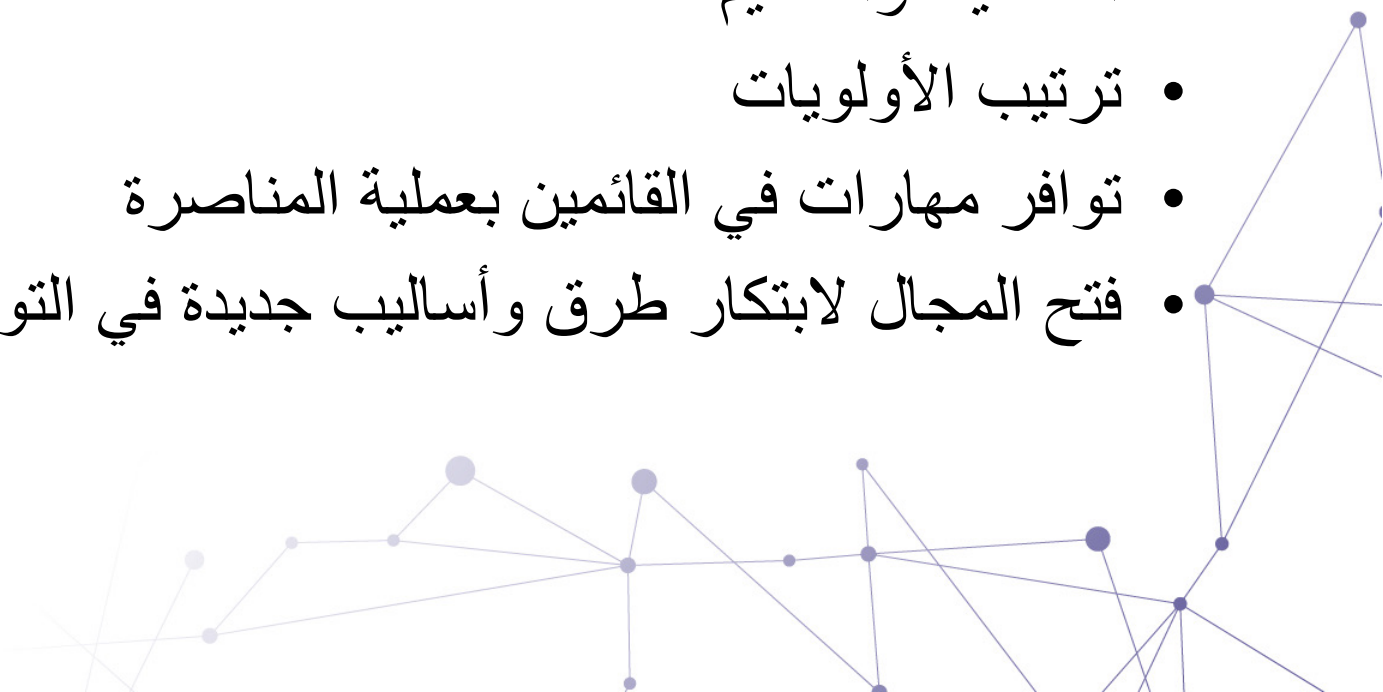


عوامل القدرة على التأثير وتحقيق أهداف الحملة

- الإيمان بالقضية
- امتلاك القدرات المالية
- حجم المؤيدين والمساندين لها
- الكفاءة التنظيمية
- القدرات الاتصالية بقوى أخرى
- الخبرة في التعامل مع قضية الدعوة
- القدرة على جمع البيانات والمعلومات بخصوص قضية المناصرة

أهم المتطلبات الرئيسية لنجاح حملة المناصرة

- الإيمان الراسخ بالقضية المطروحة للمناصرة
- التشخيص السليم للقضية محل المناصرة
- التخطيط والتنظيم
- ترتيب الأولويات
- توافر مهارات في القائمين بعملية المناصرة
- فتح المجال لابتكار طرق وأساليب جديدة في التواصل ووضع الأفكار



مراحل حملات المناصرة



التغذية الراجعة





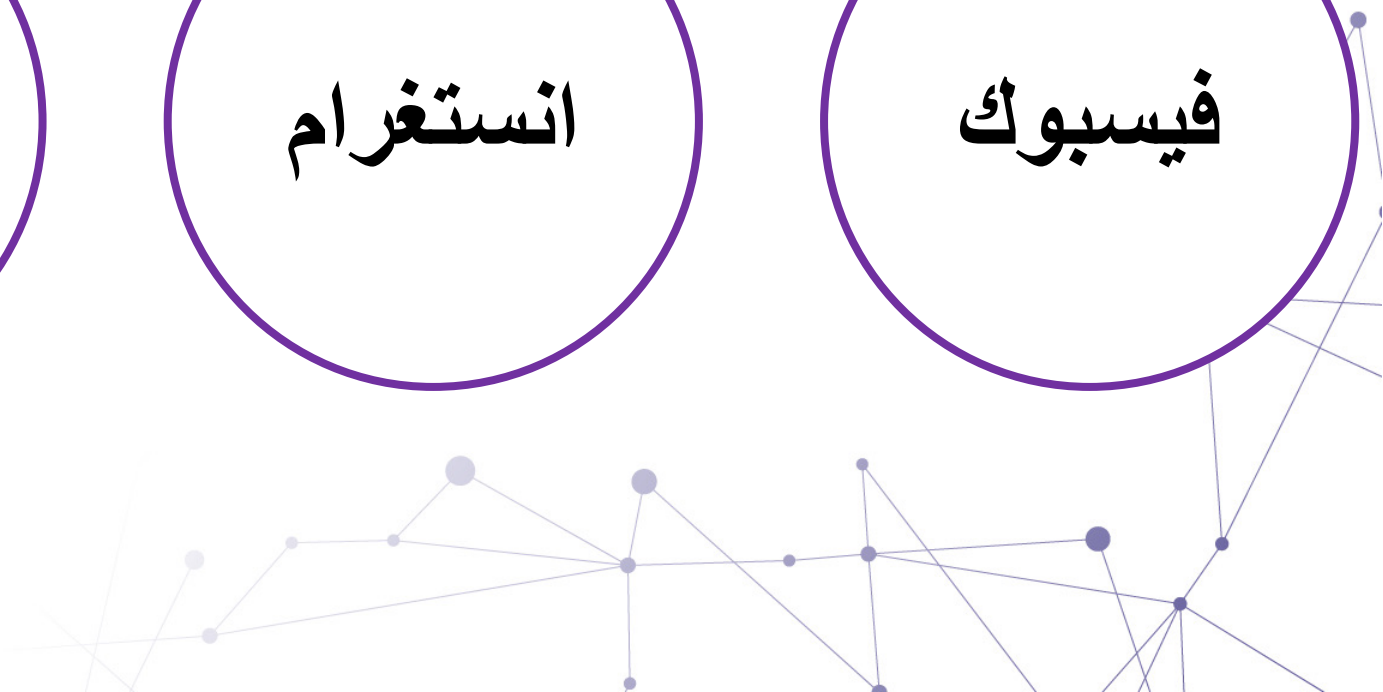
وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين

تيكTok

سناپشات

انسٲغرام

فيسبوك





الفيسبوك في فلسطين

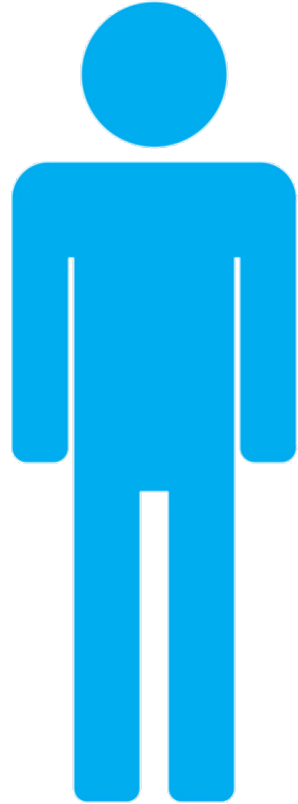
مليون **2.5**

مستخدم أكبر من 18 عاماً





الفيسبوك في فلسطين



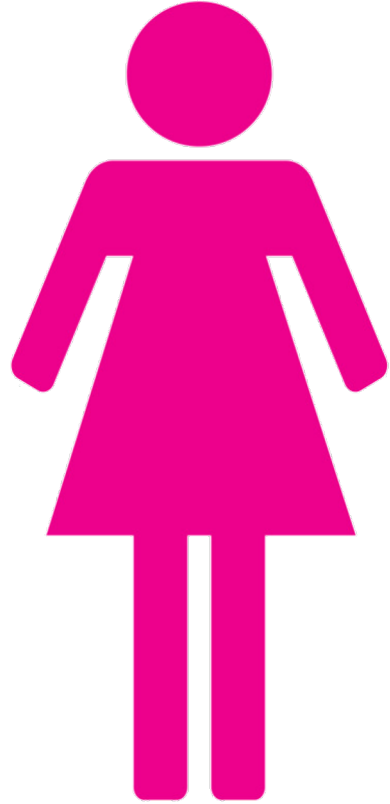
مليون

1.3





الفيسبوك في فلسطين

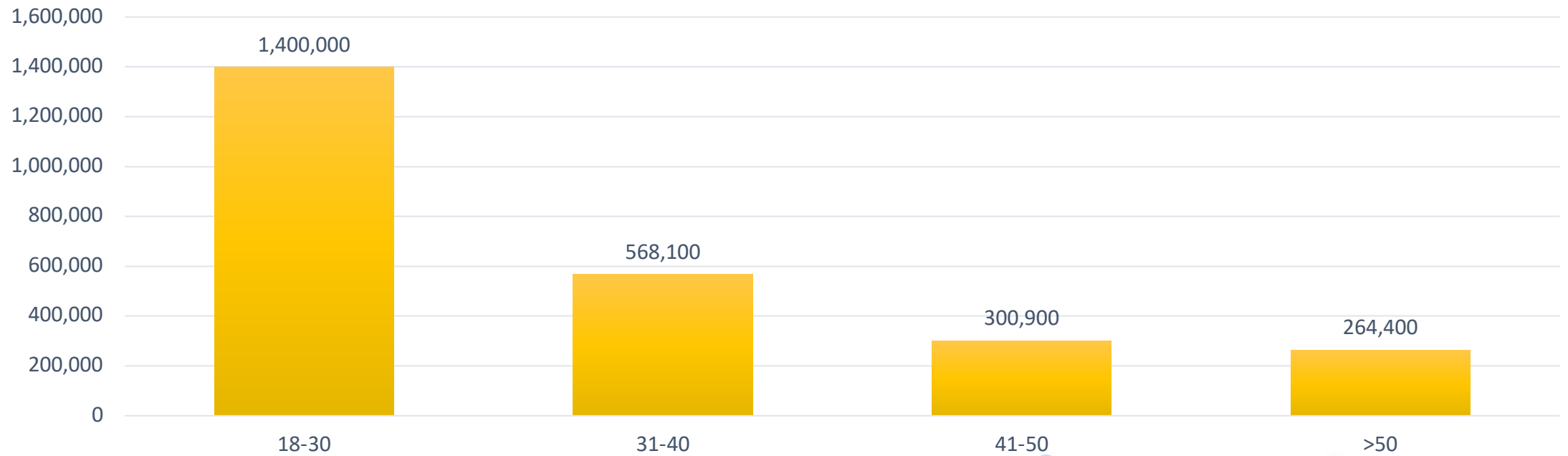


مليون

1.2



الفئات العمرية



■ الفئات العمرية





الانستغرام في فلسطين

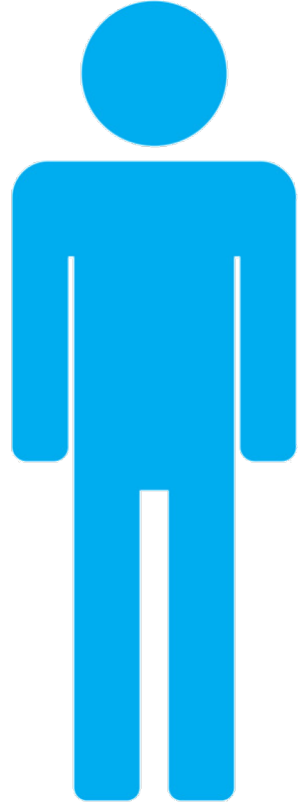
1.7 مليون

مستخدم أكبر من 18 عاماً





الانستغرام في فلسطين



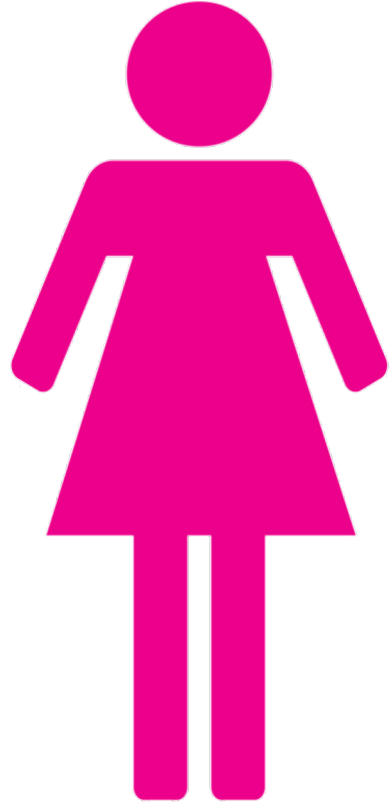
ألف

797





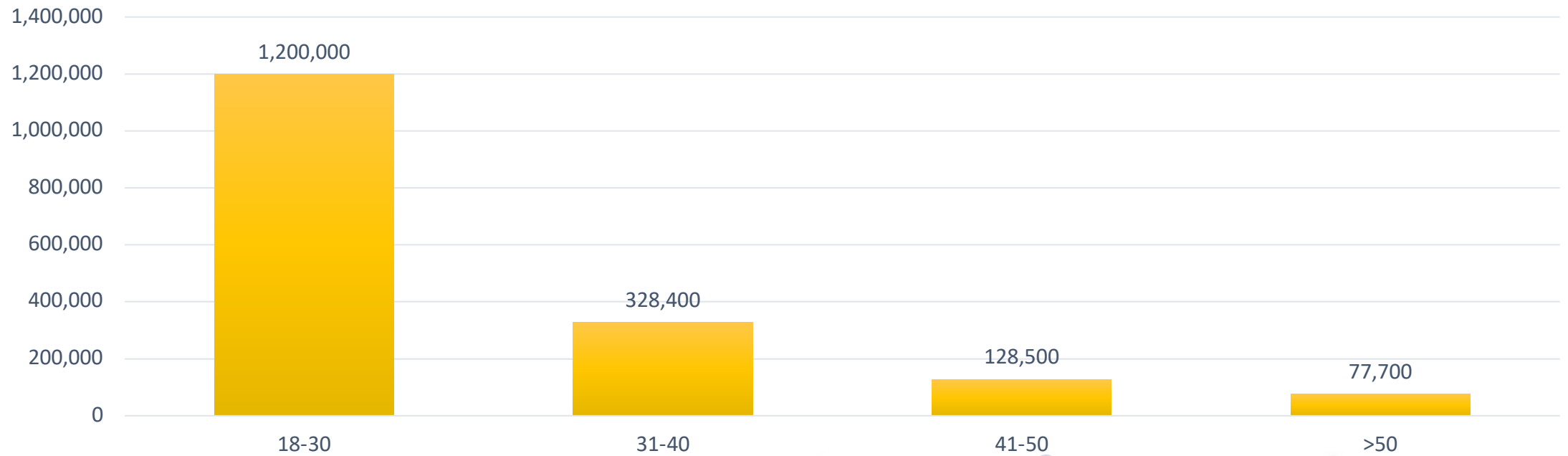
الانستغرام في فلسطين



ألف 895



الفئات العمرية



■ الفئات العمرية

الانستغرام في فلسطين

166 ألف

محافظه نابلس

88 ألف

محافظه جنين

162 ألف

محافظه رام الله

61 ألف

محافظه بيت لحم

198 ألف

محافظه الخليل

35 ألف

محافظه اريحا

غير
معروف

محافظه طوباس

29 ألف

محافظه قلقيلية

17 ألف

محافظه سلفيت

264 ألف

محافظه القدس



السنايشات في فلسطين

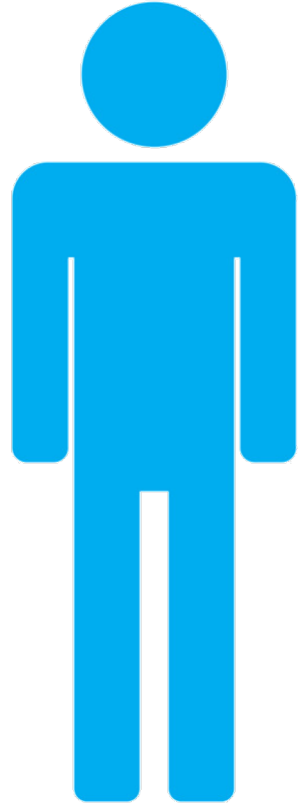
ألف 810

مستخدم أكبر من 18 عاماً





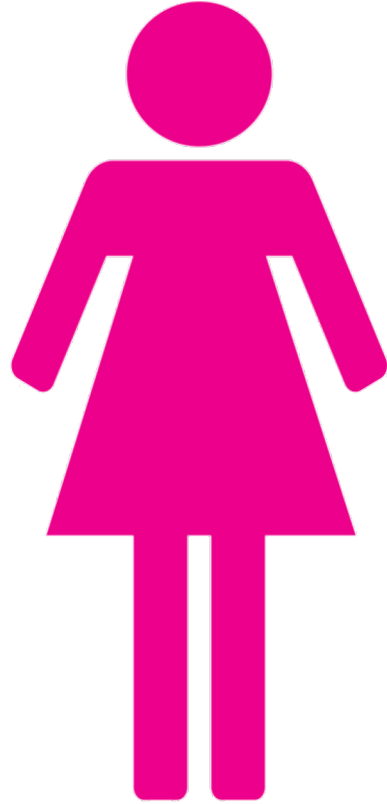
السنايشتات في فلسطين



ألف

3000





ألف

510





السنايشتات في فلسطين

74%

بين 18 و 30 عاماً



السنايشتات في فلسطين

165 ألف

محافظة جنين

39 ألف

محافظة جنين

510 ألف

محافظة رام الله

57 ألف

محافظة بيت لحم

135 ألف

محافظة الخليل

غير

معروف

محافظة أريحا

غير

معروف

محافظة طوباس

غير

معروف

محافظة قلقيلية

5 ألف

محافظة سلفيت

غير

معروف

محافظة القدس

استراتيجيات الحملات على وسائل التواصل الاجتماعي

ابن هوية بصرية منفردة خاصة بحملتك

- من خلال بناء شعار خاص بالحملة واستخدام ألوان محددة بالإضافة إلى شعار نصي موحد.
- هذه الهوية يتم استخدامها في جميع الإعلانات الخاص بالحملة سواء كانت من خلال المرشّحين أو من خلال الصفحة الرسمية الخاصة بالقائمة.
- تساعد هذه العملية بتميز جميع الحملات الخاصة بالقائمة وربط الرسائل الترويجية وعناصر الحملة ببعضها البعض
- هذه الهوية يتم استخدامها في جميع عناصر الحملة مهما اختلفت أماكنها كموقع الإنترنت والمنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي واللافتات والفليرات وغيرها.

استراتيجيات الحملات على وسائل التواصل الاجتماعي

كن متواجداً في كل مكان يوجد به جمهورك

- التفاعل مع الجمهور والناخبين والأسئلة على وسائل التواصل الاجتماعي هو كالتفاعل في الواقع، إن تفاعلتم مع الجمهور فسيزيد الثقة بكم وبقائتكم
- تعامل مع الردود السلبية بذكاء، لا ننصح بإزالة هذه الردود إلا في حالة الشتم، غير ذلك ستكون لديكم الفرصة لإظهار الميزات التي تقدمها القائمة من خلال الردود على الردود السلبية وتوضيح وجهة نظركم لصاحب الرد وللجمهور المتابع لكم
- التواجد على المنصات يجب أن يأخذ بعين الاعتبار الاختلاف للجمهور والاهتمامات من منصة لمنصة، لذلك ننصح بتمييز المحتوى من منصة إلى أخرى وعدم استخدام محتوى موحد إلا في الرسائل الترويجية العامة التي تقدمها القائمة