

## Community Support Program In Lebanon-CSP برنامج دعم المجتمع المحلي في لبنان



تحسين الفرص الاقتصادية

التخفيف من مسببات النزاع



تعزيز الخدمات الأساسية



تم تحضير هذا العرض بفضل دعم الشعب الأمريكي من خلال الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، ضمن برنامج دعم المجتمع المحلي (CSP) في لبنان. أن محتوى هذا العرض لا يعكس وجهة نظر الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية أو حكومة الولايات المتحدة.

- تقديم لمحة عامة عن وسائل الإعلام الاجتماعية وكيفية استخدامها من أجل أهداف البلدية
- سوف يتحقق هدف التدريب من خلال:
- الإدراك والتفكير من خلال القيام بالخطوات الأساسية لوضع خطة إستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعية
- معرفة كيفية ربط أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية بالإستراتيجية واستخدام المحتوى الملائم لكل منصة
- (مدونات، يوتيوب، فيس بوك، تويتر، الهاتف المحمول وغيرها من الوسائل....)
- إدراك ما هو مطلوب لتغيير الثقافة، والتوظيف، والقياس لدعم تطبيق الخطة.

- ملء الإستمارة القبلية والوثائق الخاصة بالتدريب
- مقدمة عن وسائل الإعلام الاجتماعية: تاريخ التواصل ومراحل الانترنت، وسائل الإعلام الاجتماعية والأدوات الأنسب لحمالتنا وقضيتنا
- الشبكات: دور الشبكات الاجتماعية، الخطوات قبل أن تكون على الويب، الإستماع وادواته، الهاشتاغ والمفردات المرتبطة بالقضية، وإساءة استخدامها
- الحملات الرقمية و التواجد على شبكة الإنترنت بطريقة استراتيجية: فعالية الحملات الاستراتيجية (الهدف، الجمهور، الرسالة، الأدوات، التنفيذ والقياس) ، دور وسائل الإعلام التقليدية في دعم الحملات الألكترونية، دور الهاتف في خدمة الحملات، ربط وسائل الاعلام الاجتماعية
- المحتوى: اختيار المضمون المثالي للمشاركة على وسائل التواصل الإجتماعي/ فرز ،حفظ وصيانة المحتوى، ما هو المضمون الذي يثير اهتمام الجمهور؟ أنواع المحتوى الملك المناسب لقضيتنا، سرد القصص الرقمية ( الصورة، الفيديو) ، ترتيب جدول مشاركة المحتوى/المضمون الفعال؟، اعادة مشاركة معلومات ومواد قديمة/ تدوير المحتوى
- التموضع والخصوصية والأمان: التموضع والرسالة، السمعة الرقمية ، الخصوصية والأمان ، كيفية التعامل مع ردود الفعل السلبية
- ملء الإستمارة البعدية و تقييم التدريب

- يمتد برنامج دعم المجتمع المحلي في لبنان (CSP) الممول من الوكالة الأميركية للتنمية الدولية (USAID) على مدى سبع سنوات بموازنة قيمتها 80 مليون دولار أميركي.
- يقدم مجموعة واسعة من المبادرات لدعم المجتمعات المحلية الأكثر حرماناً وذلك لتحسين الخدمات الأساسية وتعزيز الفرص الاقتصادية.
- مناطق عمل البرنامج: الشمال والجنوب والبقاع مع احتمال التوسع الى مناطق أخرى وفقاً للحاجات والأولويات .



يتعاون برنامج دعم المجتمع المحلي مع البلديات ومؤسسات المياه ومنظمات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية والتدريبية والقطاع الخاص من خلال مزيج من المبادرات القصيرة والمتوسطة الأمد التي تحسن الفرص الاقتصادية وتعالج الفجوات في تأمين الخدمات العامة:

- مبادرات عاجلة قصيرة الأمد : صيانة - إعادة تأهيل بنى تحتية - شراء تجهيزات (خزانات مياه ومولدات ومحولات كهربائية)...
- مبادرات متوسطة وطويلة الأمد لتحقيق تنمية محلية مستدامة : مشاريع لإدارة النفايات الصلبة - تقديم معدات زراعية - مشاريع استخدام الطاقة البديلة و تحسين و دعم الظروف المعيشية و تطوير القوى العاملة
- كما يقوم برنامج (CSP) بتقديم خبرات تقنية هادفة ومتخصصة بالإضافة إلى التدريب وبناء القدرات استكمالاً لدعم تأهيل البنى التحتية و التجهيزات المقدّمة من البرنامج وذلك لتعزيز استدامة هذا الدعم بين المجتمعات المستفيدة.

1. إدارة المشروع
2. مشاريع دعم المجتمع المحلي
3. تنمية القدرات والدعم التقني
4. تنمية القوى العاملة
5. إدارة مياه الصرف الصحي

- 130 تدخل مجتمعي بالشراكة مع أصحاب المصلحة المحليين لإفادة ما يزيد عن 645,000 شخص
- مجتمعات مستفيدة أكثر قدرة للحفاظ على المساعدات المقدمة وجمع مصادر الإيرادات المحلية لتلبية احتياجات المجتمع ذات الأولوية
- 500 وظيفة موازية لدوام عمل كامل
- معالجة 12000م3 من مياه الصرف الصحي يوميا" قبل تصريفها في البيئة



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

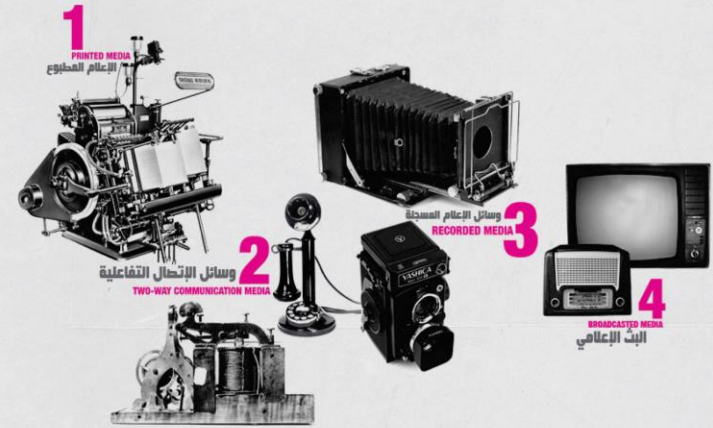
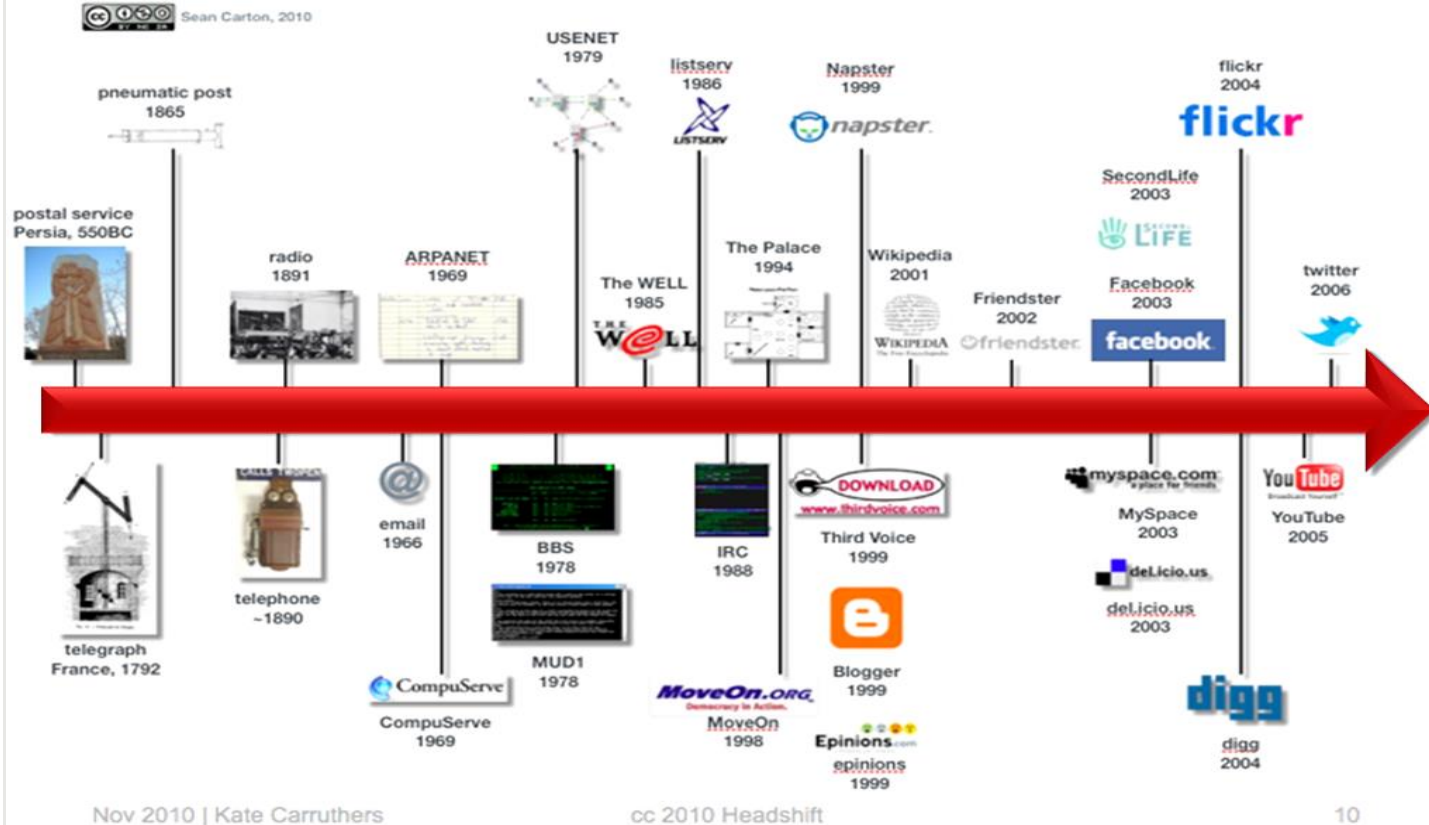


وسائل الإعلام الاجتماعية  
نظرة عامة وتخطيط استراتيجي

وضع خطة إستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعية



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**MEDIA LANDSCAPE**  
المشهد الإعلامي في القرن العشرين  
OF THE 20TH CENTURY



**WEB 1.0**  
الشبكة العنكبوتية







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**MANY TO MANY**  
جماعه إلى جماعه

**WEB 2.0**





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**1** **أخلق**  
**CREATE**

**2** **WHAT DOES THE SOCIAL WEB**  
**كيف يبدو الإعلام الاجتماعي؟**  
**LOOK LIKE**

**3** **انشر على مدونتك**  
**SHARE ON YOUR BLOG**  
**#WEB2.0 #EMEDIAT**

وسائل الإعلام الاجتماعية هي أدوات وظّفت شبكة الإنترنت لتبادل ومناقشة المعلومات بين البشر. هو مصطلح غالبا ما يشير إلى الأنشطة التي تدمج التكنولوجيا ، والتفاعل الاجتماعي ، باستخدام الكلمات و الفيديو والصورة والصوت. هذا التفاعل ، والطريقة التي تطرح بها المعلومة ، يعتمد كل الإعتماد على دمج وجهات نظر متنوعة و"البناء" على معنى مشترك بين المجتمعات والناس عن طريق تبادل القصص والخبرات.

ويب 2.0 هو ببساطة (تطبيقات - معتمدة على الشبكة العالمية) تحمل عدداً من الخصائص التي تميزها عن "ويب 1.0". هذه الخصائص يمكن أن تُلخّص في الآتي:

- السماح للمستخدمين باستخدام برامج تعتمد على المتصفح/الموقع فقط. لذلك هؤلاء المستخدمين يستطيعون امتلاك قاعدة بياناتهم الخاصة على الموقع بالإضافة إلى القدرة على التحكم بها.
- السماح للمستخدمين بإضافة قيم لتلك (البرنامج المعتمدة على المتصفح).
- السماح للمستخدمين ليعبروا عن أنفسهم، اهتماماتهم وثقافتهم

- تقليد تجربة المستخدمين من أنظمة التشغيل المكتبية من خلال تزويدهم بميزات وتطبيقات مشابهة لبيئاتهم الحاسوبية الشخصية.
- تزويد المستخدمين بأنظمة تفاعلية تسمح بمشاركتهم في تفاعل اجتماعي.
- السماح للمستخدمين بتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة، تغيير أو حذف المعلومات.







"إن مواقع التواصل الاجتماعية نقلت الاعلام الى آفاق غير مسبوقه تعطي كل ناشط مساحة للتأثير والتأثر والانتقال عبر الحدود، فكانت منبرا للتغيير ومحركا سياسيا واجتماعيا واقتصاديا ولا سيما عند الشباب، اضافة الى استخدامها من قبل السياسيين منصات تواصل وحوار مع المواطنين وبريد رسائل في ما بينهم".  
مدير الدراسات والمنشورات اللبنانية في وزارة الاعلام الأستاذ خضر ماجد





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# ما الذي تغير؟؟؟

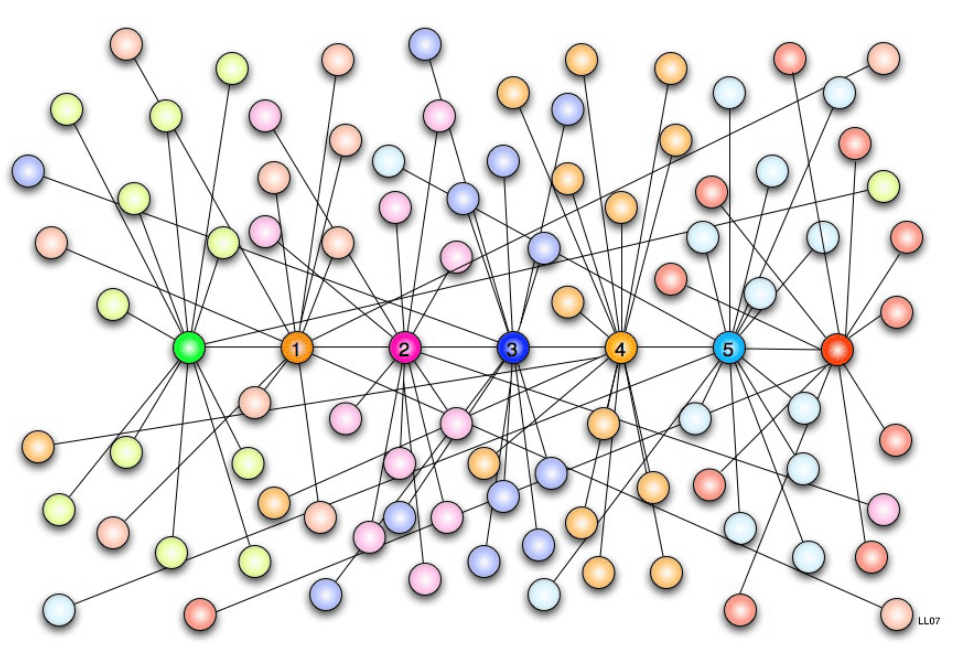






**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



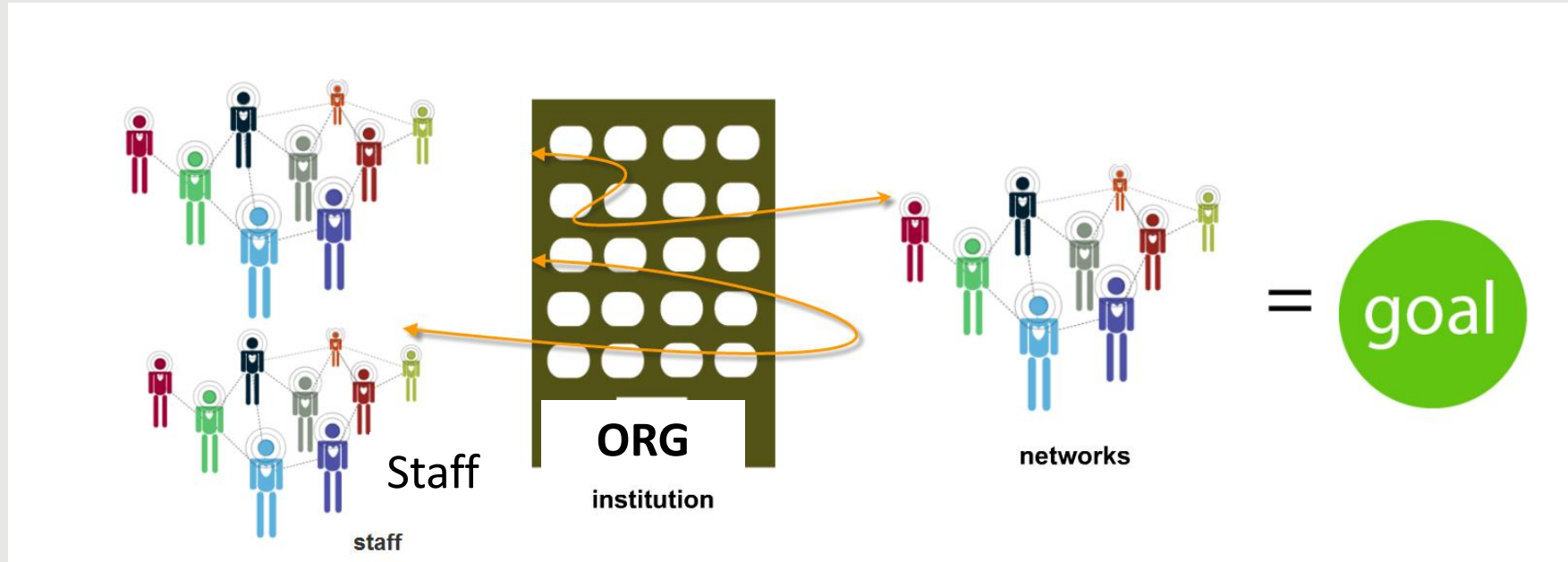


ما يحدث عندما نستخدم الشبكات الاجتماعية على الانترنت مثل الفيس بوك هو إنشاء شبكة اجتماعية حول اهتماماتنا المشتركة، فاللاصق الذي يربط الشبكات معا هو العلاقات: الاتصالات والتبادل. إذا تمكنت البلديات من فهم البنات الأساسية للشبكات الاجتماعية وقامت بتطبيقها في عملها يمكنهم عندئذ تحقيق نتائج أفضل داخل المجتمع.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



مع الاعتذار لديفيد ارمانو عن فرصتنا لرسمه!  
المصدر: The Micro-Sociology of Networks

## وسائل الإعلام الاجتماعية

## وسائل الإعلام التقليدية

سيطرة الجمهور

سيطرة العلامة التجارية

وجهتان / أن تكون جزءا من محادثة

وجهة واحدة / تسليم رسالة

تكييف الرسالة / بيتا (beta)

تكرار الرسالة

ركز على الجمهور / قيمة مضافة

ركز على العلامة التجارية

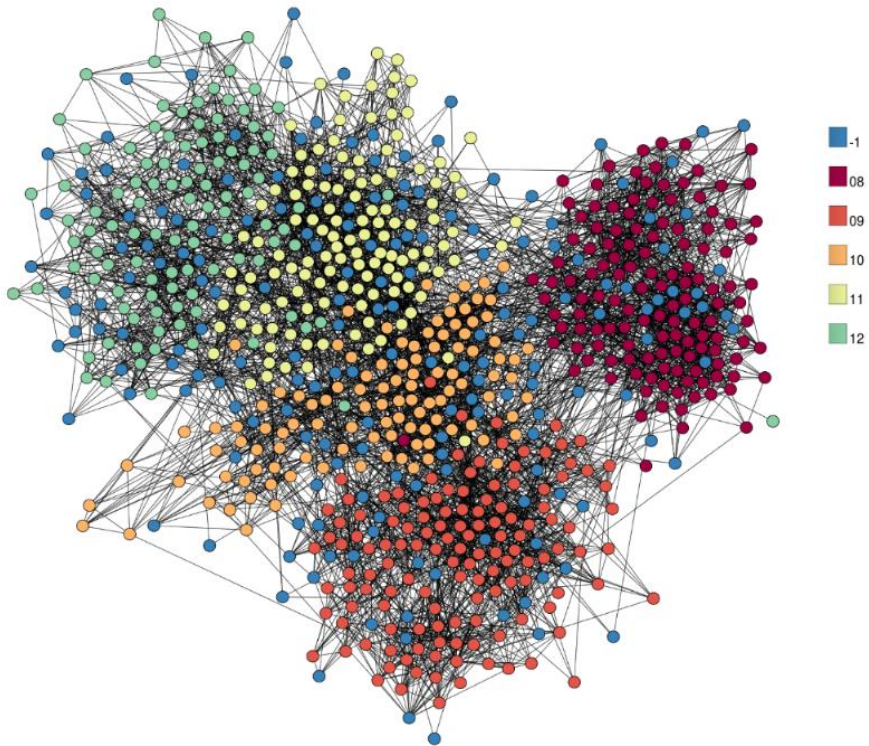
تأثير، اشتراك

تعليم

المستخدم يضع المحتوى / يشترك في وضعه

المنظمة تضع المحتوى

المنظمات الشبكية تستخدم الشبكات الإجتماعية لبناء علاقات مع أصحاب المصلحة لزيادة تأثير الشبكة. فمن خلال الاستثمار في العلاقات، يقنعون الأشخاص بالمشاركة في مهمتهم وتبادل الرسائل مع أصدقائهم.





**ماذا:** شبكات التواصل الاجتماعية هي مجموعات من الأشخاص والمنظمات يرتبطون مع بعضهم البعض بطرق مختلفة من خلال مصالح أو انتماءات مشتركة. خريطة الشبكات تضع تصورا لهذه الاتصالات.

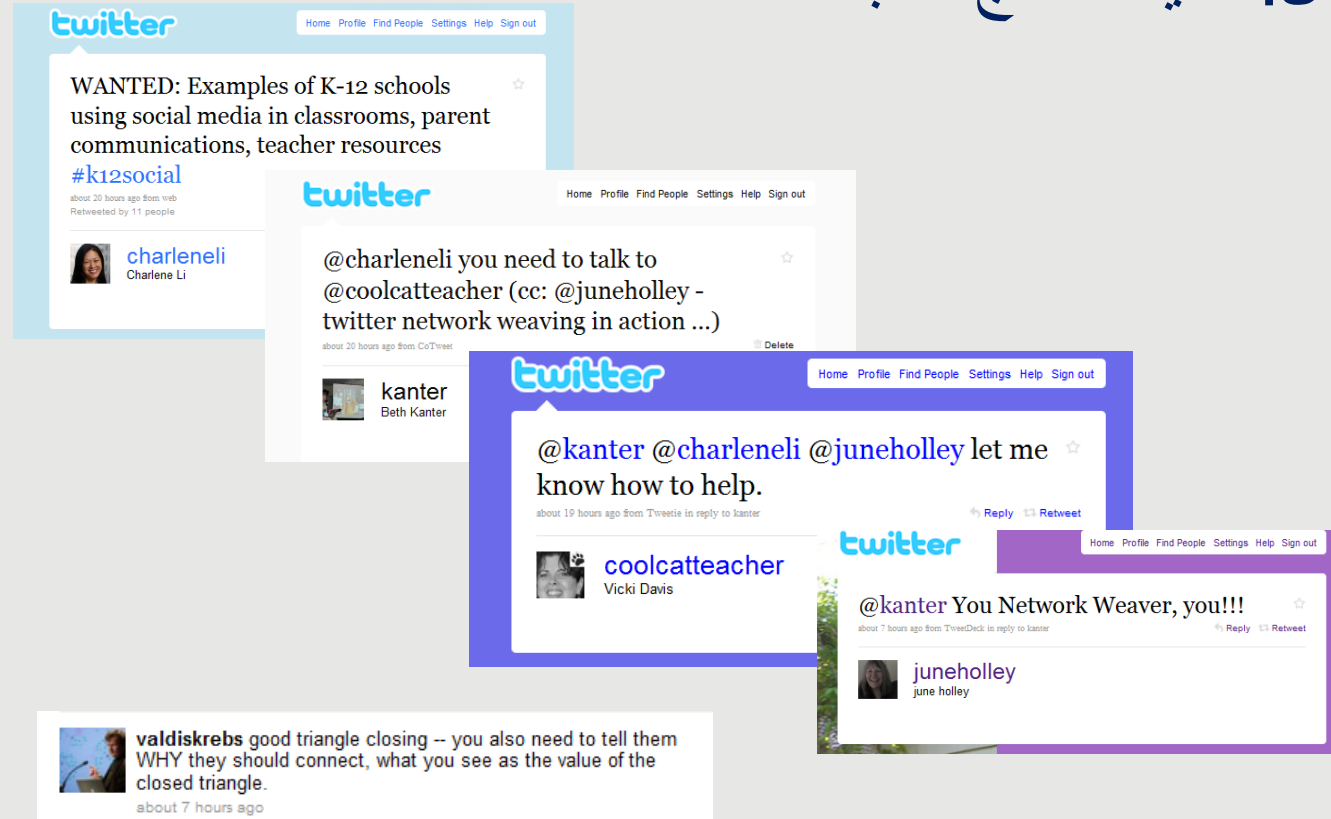
**لماذا:** لأننا إذا أدركنا أساسيات شبكات التواصل الاجتماعية، ووضعنا لها خريطة تصورية، يمكننا الاستفادة منها من أجل العمل الذي نقوم به ويمكن للمنظمات غير الحكومية الاستفادة منها لحملاتها الانتخابية. وهكذا ندخل أشخاص جدد وموارد جديدة ونوفر الوقت.

رأس المال الإجتماعي: الاستفادة من بناء علاقات مع الآخرين في شبكتك من خلال الثقة والتبادل

نسج الشبكة: استخدام مجموعة من المهارات تساعدك في بناء الشبكة عن طريق إشراك الآخرين ،  
وتسهيل المحادثات والتواصل، وتقاسم الموارد والمعلومات والاتصالات

وسائل الإعلام الاجتماعية تجعل من السهل تعزيز الشبكات لأنه من السهل العثور على الآخرين أو التواصل معهم على الانترنت.

## مثال: تقنيات نسج الشبكة




**twitter** Home Profile Find People Settings Help Sign out

WANTED: Examples of K-12 schools using social media in classrooms, parent communications, teacher resources

#k12social


about 20 hours ago from web  
Retweeted by 11 people

 **charleneli**  
Charlene Li

**twitter** Home Profile Find People Settings Help Sign out

@charleneli you need to talk to @coolcatteacher (cc: @juneholley - twitter network weaving in action ...)


about 20 hours ago from CoTweet

 **kanter**  
Beth Kanter

**twitter** Home Profile Find People Settings Help Sign out

@kanter @charleneli @juneholley let me know how to help.


about 19 hours ago from Tweetie in reply to kanter


 **coolcatteacher**  
Vicki Davis

**twitter** Home Profile Find People Settings Help Sign out

@kanter You Network Weaver, you!!!

about 7 hours ago from TweetDeck in reply to kanter

 **juneholley**  
june holley

 **valdiskrebs** good triangle closing -- you also need to tell them WHY they should connect, what you see as the value of the closed triangle.

about 7 hours ago



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

اعمل	كن
اعمل مع وكلاء غير مرتبطين	تفهم الشبكات
اعمل مع الجماهير	اخلق ثقافة اجتماعية
شارك في حلقات	استمع، شارك، وابني علاقات
صادق أو مؤل	ثق من خلال الشفافية
احكم من خلال الشبكات	السهولة





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



الطيران



الركض



السير



الزحف



هناك العديد من أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية التي يمكنك استخدامها، ولكننا في سنكون انتقائيين إلى حد بعيد! تذكر: النجاح لا يعتمد على عدد الأدوات التي تستخدمها.

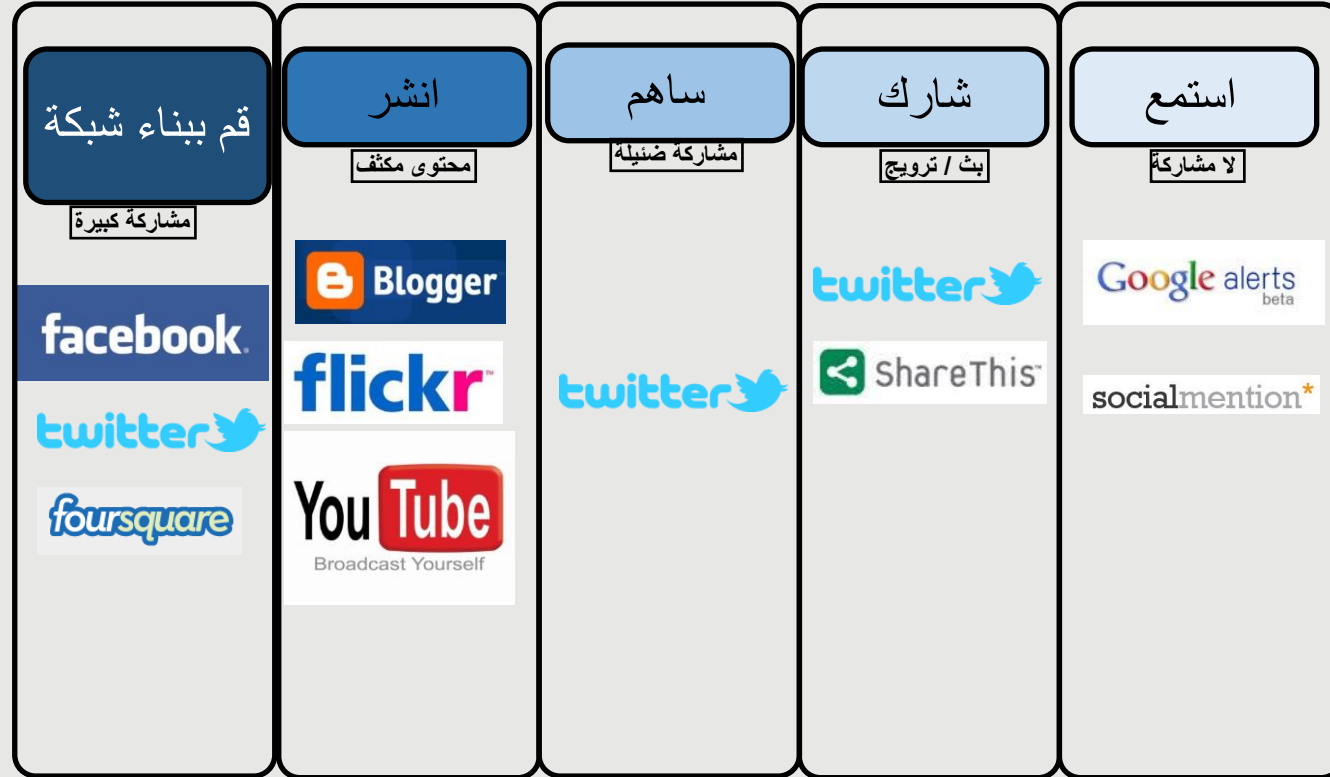




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



# مقدمة في النهج التكتيكي لوسائل الإعلام الإجتماعية



الفكرة الأصلية لبيث كانتر، نقحتها اليزا شيرمان

## Start by listening







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

الإستماع







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Baladiyyet Tanbourit

Friends Following Message

Timeline About Friends 6 Mutual Photos More

Intro  
Lives in Beirut, Lebanon

Photos



Baladiyyet Tanbourit  
June 9 ·

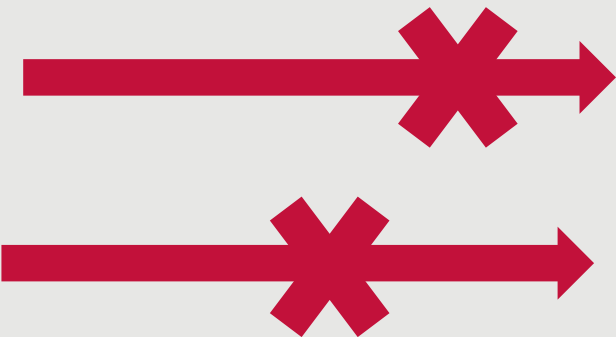
YOUTUBE.COM



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

بلدية طنبوريت ٢٠٠٤

هاتف وفاكس: ٠٧/٢٠٥٥٥٨ - ٠٧/٢٠٥٧٨٠  
البريد الإلكتروني: baladiyati2012@hotmail.com  
facebook: baladiyyet tanbourit  
www.baladiyet-tanbourit.com







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



## Baladiyyet Tanbourit

Friends

Following

Message



Timeline

About

Friends 6 Mutual

Photos

More

### About

#### Overview

Work and Education

Places Lived

Contact and Basic Info

Family and Relationships

Details About Baladiyyet

Life Events



No workplaces to show



07 205 558



February 26, 1985



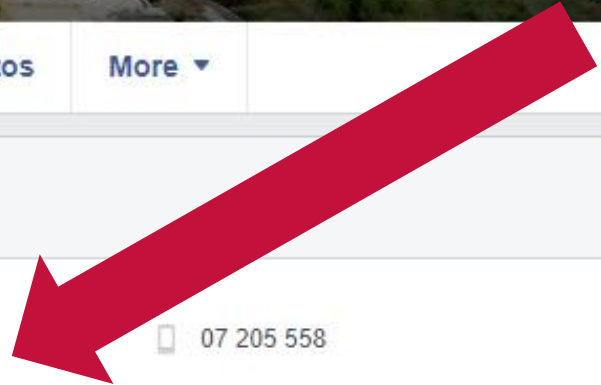
No schools to show



Lives in Beirut, Lebanon



No relationship info to show





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



# Baladiyyet Tanbourit

✓ Friends ▾

✓ Following ▾

Message

...

Timeline

About

Friends 6 Mutual

Photos

More ▾

## Friends

✓ Friends ▾

All Friends 2,099

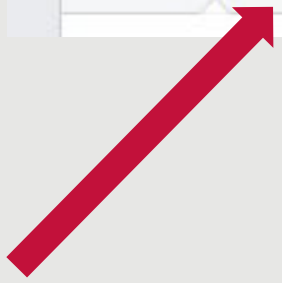
Mutual Friends 6

Recently Added 31

Current City 346

Following 37

Search Friends



## صور متشابهة



Baladiyyet Tanbourit

April 14 · 🌐

مشروع توسيع طريق محلة الضهور.....  
الرحمة لنفس المرحوم ريمون عطّاس موسى والشكر لأرملته كريستيان وأولاده.....  
بموافقتهم..... تمّ توسيع الطريق العام الذي يصل بلدتنا طنبوريت بجارتنا عنقون.....  
كل ذلك يتمويل إتحاد بلديات صيدا الزهراني.....  
إلى اللقاء..... مع مشاريع مهمّة



  167

23 Comments

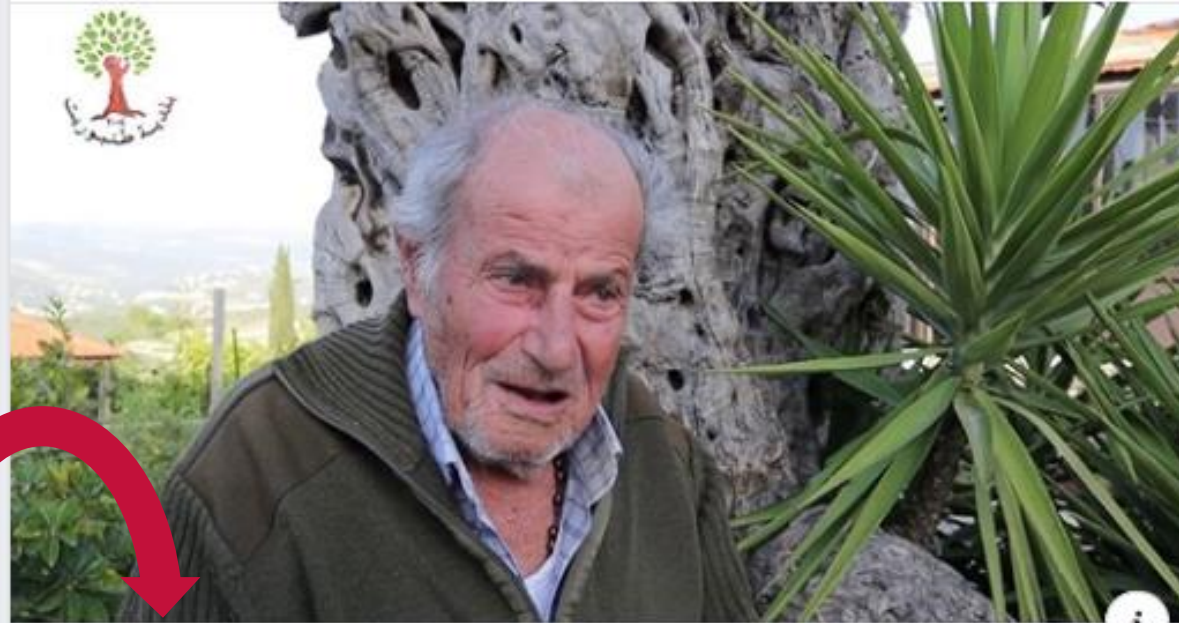




**Baladiyyet Tanbourit**

April 30 · YouTube ·

إستحدثت البلدية قناة You Tube للتواصل مع أبناء البلدة المقيمين والمغتربين، ومن أولى ابتكاراتها " تحية من القلب " إلى مختربي طنبوريت أينما وجدوا ...  
نرسل النسخة مجدداً إلى المشتركين معنا على هذه الصفحة لأنها تتميز بجودة عالية Full HD ....  
نرجو أن تنال إعجابكم .... تابعونا



YOUTUBE.COM

تحية من القلب

الفيديو عبارة عن عمل مشترك بين المؤسسات الرسمية في بلدة طنبوريت وكافة الفئات العمرية والشرايح

  120

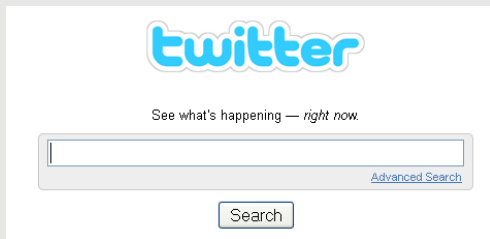
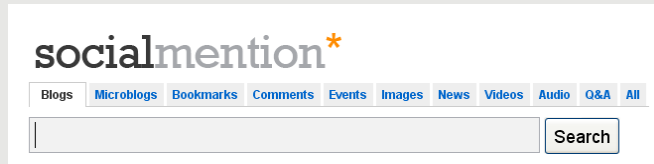
4 Comments 5 Shares

يجب أن نكون بارعين في الإستماع إلى الناس وبدلاً من مجرد الحديث إلى الناس، أو ما هو أسوأ، الحديث عن الناس عبر الشبكات الاجتماعية، علينا أن نستمع أولاً إلى ما يتحدث عنه الناس، ما هي اهتماماتهم أو مخاوفهم، وكيف ينظرون إلى البلدية. الإستماع هو وسيلة رائعة للبلديات لتكييف نفسها على الانترنت بمجرد وضع خرائط شبكة الاتصال الخاصة بها.





معرفة كلمات البحث هي من الأمور  
الأكثر أهمية





## أدوات أخرى للاستماع



## انظر إلى البحوث الثانوية، قم بدراسة جمهورك، استمع للقنوات الاجتماعية



كلية دبي للإدارة الحكومية  
DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT

Empowering Leaders, Shaping the Future

ABOUT US | ACADEMIC PROGRAMS | EXECUTIVE EDUCATION | RESEARCH | PUBLICATIONS | NEWS AND EVENTS | GIVING TO DSG

NEWS AND EVENTS

- DSG News
- Upcoming Events
- Media Citations
- Multimedia/Transcripts
- For the Media
- Newsletters
- Media Experts
- Subscribe
- RSS Feeds
- Podcasts

### Arab Social Media Report

Follow us on [twitter](#) [facebook](#) [LinkedIn](#)

[DOWNLOAD REPORT](#)

Home | Overview | Mapping Facebook | Youth and Gender | Benchmarking  
Facebook | Analysis | Annexes | Media Coverage | Interactive Map | Acknowledgment

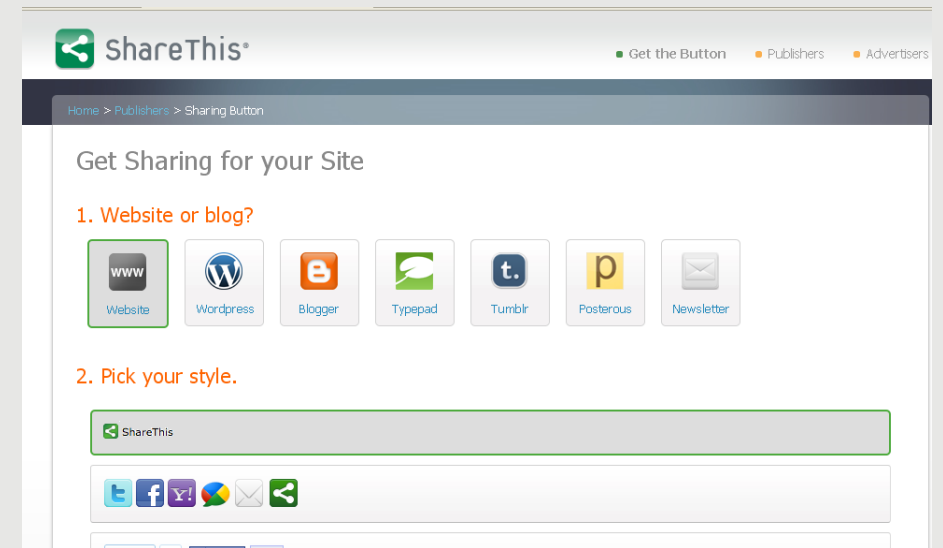
[Tweet](#) 36 [Like](#) 105

The Arab Social Media Report, produced by the Dubai School of Government's Governance and Innovation Program, is the first in a quarterly series that will highlight and analyze usage trends of online social networking across the Arab region. In its inaugural edition, the report analyzes data on Facebook users in all 22 Arab countries, in addition to Iran and Israel. This is part of a larger research initiative focusing on social engagement through ICT for better policy in Arab states, which explores the use of social networking services in governance, entrepreneurship promotion and social inclusion. The initiative also studies the potential of Web 2.0 applications for increasing collaboration, knowledge sharing and innovation, both between and among government entities, citizens and the private sector.

Toward this end, the Arab Social Media Report will aim to inform a better understanding of the impact of social media on development and growth in the Arab region by exploring the following:

- What are the penetration trends of social networking services in the Arab region? What is the

المشاركة هي ترويج الرسائل والأدوات الخاصة بك مثل التويتر الذي يجعل من السهل القيام بذلك. رسائلك ومعلوماتك حول مشاريعك يتم تقاسمها من قبلك أو من قبل آخرين من خلال قنوات وسائل الإعلام الاجتماعية وهي طريقة سهلة للبدء من اجل الترابط مع الجمهور.



المساهمة هي الانخراط في محادثات عبر الانترنت مع أشخاص يهتمون بالمشاريع الخاصة بك ورسالتها. ويشمل ذلك وضع تعليقات على المدونة، "إعجاب" أو "تعليق" على الفيس بوك، أو طرح أسئلة على تويتر.



twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

We think my dad has had a stroke - great - he's 1 1/2 hours away. Waiting for my brother to phone me back.

7:55 PM May 6th from web

 **beautifulbliss**  
Melissa :)

© 2009 Twitter About Us Contact Blog Status Apps API Search Help Jobs Terms Privacy



twitter Home Profile Find People Settings Help Sign out

@beautifulbliss please get him to a hospital quickly. Great treatments if he's there within 3 hours. ALL the best.

7:58 PM May 6th from TweetDeck in reply to beautifulbliss

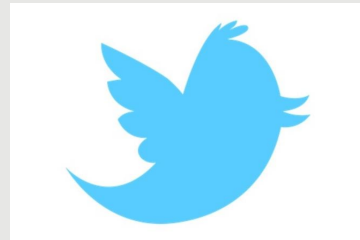
 **krash63**  
Kristi Miller Durazo

 **Kristi Miller Durazo**  
@krash63 Half Moon Bay  
Strategist/Futurist/Listener/Gaming Explorer/Health /Design/Eclectica American Heart Association Staff  
<http://www.krash63.wordpress.com>

© 2009 Twitter About Us Contact Blog Status Apps API Search Help Jobs Terms Privacy



- الكلمات، أو الصور، أو الفيديو.
- دمج مع شبكة الانترنت، والطباعة، وعبر قنوات أخرى لوسائل الإعلام الاجتماعية.
- إستراتيجية محتوى وسائل الإعلام الاجتماعية
- إستراتيجية التواصل



• مواقع في المجال التقني الصّرف وفقاً لشفرات تقنية بحاجة لمتخصص في التقنية؟

• مواقع في المجال الإعلامي تقوم المؤسسات باستخدامها للنشر كبوابة إخبارية للمؤسسة، تتيح للمستخدمين والمجتمع معرفة آخر الأخبار الخاصة بها؟





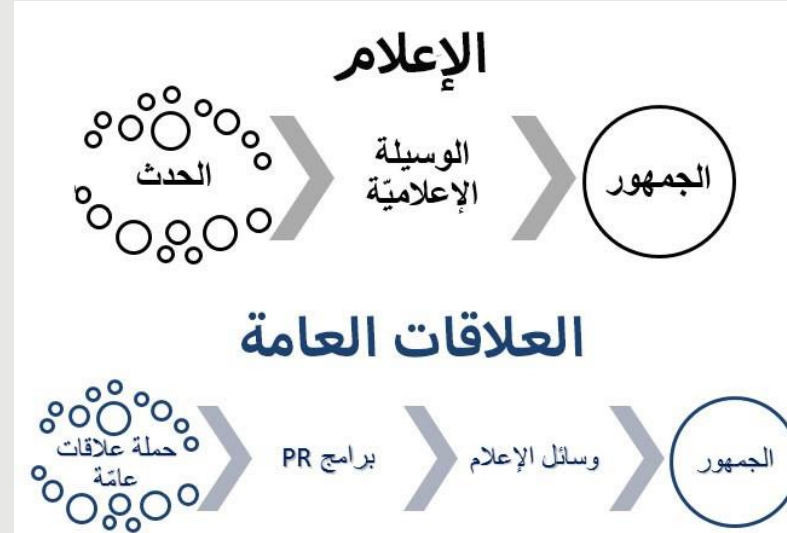


# المواقع الإلكترونية بين التقنية والإعلام والعلاقات العامة

## الموقع الإلكتروني إعلامياً

المواقع الإلكترونية البوابة هي الرسمية للمنظمة، فالحصول على معلومة موثوقة يتطلب ذلك من المستخدم الدخول مباشرة على الموقع الإلكتروني لاستقائها من المصدر.

أهم 6 عناصر نجاح أي موقع إلكتروني هي: الرسالة، والتفاعل، والمحتوى غير النصي، والقصة، وقابلية النشر الاجتماعي



- التعريف بالبلدية
- نشر الأخبار
- عرض المنتجات والمشاريع
- التواصل مع المجتمع
- إشراك الزائر في رسالة البلدية
- المساهمة في نشر مشاريع
- كسب العملاء والمتطوعين الجدد



- المحتوى
- التعريف بالمنظمة والتواصل معها
- المحتوى غير النصي (المرئيات ، الصور ، الصوتيات، انفوجرافيك)
- وسائل التواصل الاجتماعي
- التعليق ومشاركة الآراء
- القائمة البريدية
- معلومات التواصل في الموقع (أرقام الهواتف والفاكس ، البريد الإلكتروني ، نموذج إرسال رسالة مباشر، خريطة تدل على مقر البلدية)
- موائمة الموقع مع متصفح الجوال ٨٠٪ من متصفح الموقع الإلكتروني
- يخرجون منها بشكل سريع إذا لم تكن متوائمة مع متصفح الجوال



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# التموضع والرسالة





• التموضع: ماذا تريد ان يقول جمهورك عنك وعن خدماتك

• الرسالة: مجموعة من العبارات المحددة التي صيغت لإنشاء وتعزيز موقعك



# التموضع : ماذا يقول عنك الناس؟

تحديد الموقع الاجتماعي ليس ما تقوله عن نفسك بل ما يفكر به الناس عنك وهو ممكن ان يحدث من تلقاء نفسه أو يمكنك انت العمل لاظهاره

تحديد الموقع من خلال عبارات تعريفية تعبر عن الفكرة الكبيرة التي تريد زرعها في أذهان جمهورك. ربما يكون القيمة المضافة التي تميزك عن المؤسسات الأخرى في مجال عملك، ولكن الشيء المهم هو أنها فكرة واحدة.

قد يكون من الصعب ان تحدد موقعك بطريقة مبسطة. تذكر ان جمهورك مغمور بالرسائل التسويقية طوال اليوم لذلك قد يساعد التركيز ليس فقط على الشيء الوحيد الذي نأمل الناس يعرفون عنك، ولكن أول شيء يفكرون فيه

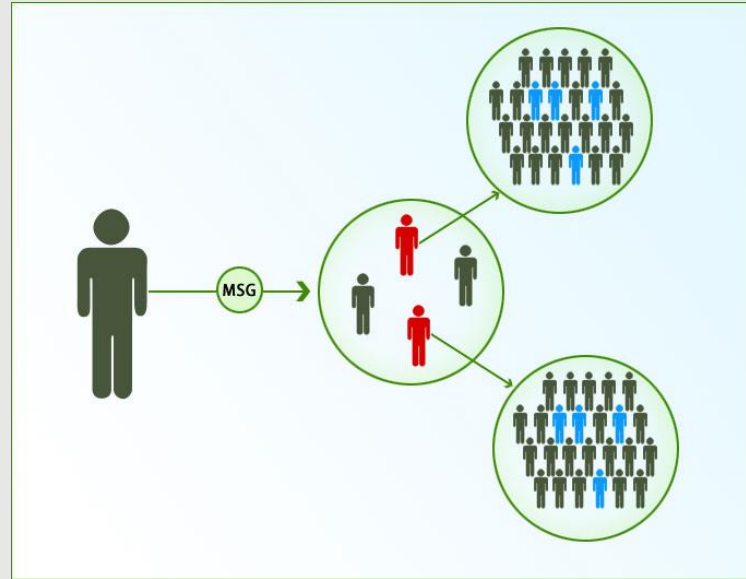


- قصير - أقل من 12 كلمة (لا يعد اسم المنتج)
- لغة مبسطة
- التكيف مع وسائل الإعلام المختلفة
- مقنع وتركيز فائدة واحدة كبيرة
- ابرز المفاهيم
- مدعوم بثلاث أو أربع فوائد إضافية
- يستوفي أربعة معايير تقييم (فريد، يمكن تصديقه، مهم وقابل للاستخدام)
- يتضمن دعم للتعريف كيف يقدم xxx فوائد ملموسة.
- التكرار ويجب أن تظل إستراتيجية رسالتك دون تغيير لمدة 18 شهرا على الأقل، أو أطول، أطول بكثير.

- تعزيز الفكرة الكبيرة نفسها في أذهان الجمهور يدل على المهنية. وبمجرد أن الناس لديهم الفكرة الأولية عنكم، يصبح من الأسهل بكثير إشراكهم مع بقية برامجكم ونشاطاتكم، ربما حتى مع بعض أعمالكم الأكثر دقة



- عبارة عن وصف لكيفية التحدث عنكم وعن سبب وجودكم كمنظمة. فهو يربط النقاط الرئيسية التي تريدون إيصالها إلى جمهوركم وهي ترتبط دائما إلى بالعلامة التجارية الخاصة بكم

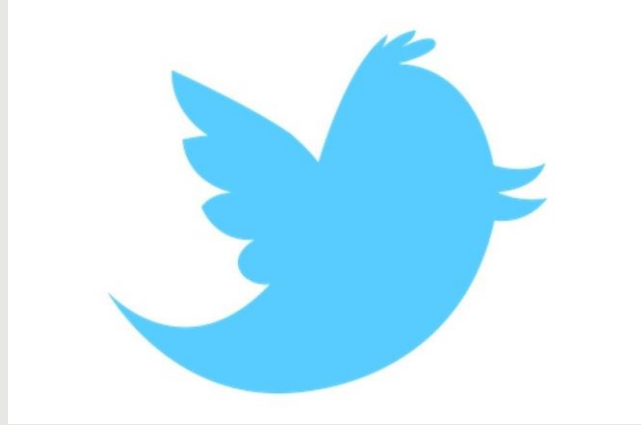


- ما تريد أن يعرفه الناس عن مؤسستكم وقضيتكم
- ماذا تريد منهم أن يقولوا عنكم؟
- ماذا تريدون منهم أن يفعلوا؟



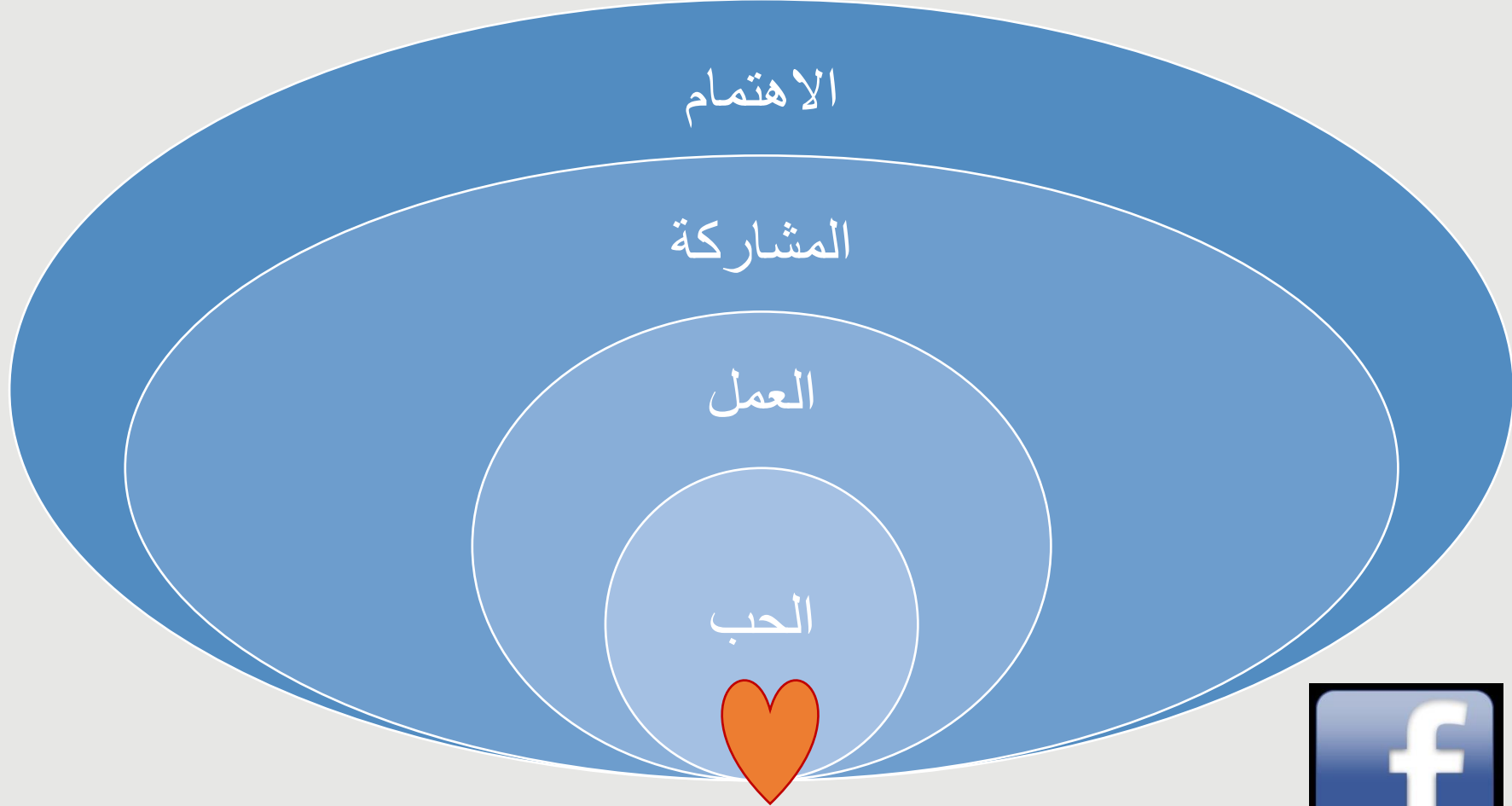


# استخدام استراتيجيات الفيس بوك المشاركة في الفيس بوك واستخدام استراتيجيات تويتر



- سلّم المشاركة
- احصلوا على الاهتمام، شاركوا، حوّلوا المشاركة إلى عمل، وأحبوا
- خدمة المحتوى

# سَمّ الحب على الفيس بوك





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

احصلوا على الإهتمام

**facebook** Search Home Profile Account

**Minneapolis Institute of Arts** Like

Museum · Minneapolis, Minnesota

**Wall**

**Minneapolis Institute of Arts**  
Think you know Minneapolis? Prove it! We've partnered with @Buick's Quest for the Keys online scavenger hunt. Three tasks will need to be completed each day starting tomorrow (July 25) through July 30. Join the hunt for a chance to win \$2,000 & a brand new Buick: <http://on.fb.me/QFTkMi>

**Buick**  
[www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
Buick - Welcome to the official Buick fan page. Share your thoughts and let us know what you think of Buick. If you have a complaint or a specific issue regarding your Buick vehicle, please contact Customer Service at - Mission: Buick is emerging as a true premium brand that delivers modern luxury w  
5 hours ago · Share  
4 people like this.

**Minneapolis Institute of Arts**  
We're partnering with @Buick's Quest for the Keys online scavenger hunt for Minneapolis. Answer daily trivia about MPLS from July 25-30. Be one of the first 6 to finish and win \$2,000 and be entered to win a new Buick. <http://on.fb.me/QFTkMi>

**Buick**  
[www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
Buick - Welcome to the official Buick fan page. Share your thoughts and let us know what you think of Buick. If you have a complaint or a specific issue regarding your Buick vehicle, please contact Customer Service at - Mission: Buick is emerging as a true premium brand that delivers modern

**Recommendations** See All  
Ricky Palomino Poetry In Motion Dance Company  
Write a recommendation...

**You and Minneapolis Institute of Arts**  
7 friends like this.  
Walker Art Center

**Birthdays** See All  
Nahum Gershon It's his birthday. Say Happy Birthday  
Józefa Fawcett It's her birthday. Say Happy Birthday

**Sponsored Story**  
Facebook Marketing Solutions Facebook metrics are about people, not page views or impressions. Read this article to learn more.  
facebook How Can Brands Make the Most of Facebook Fans?

**Wall**  
Info  
Friend Activity  
Extended Info  
Events  
Profile Box  
Photos  
RSSGraffiti  
More

**About**  
Click on Profile Box to see an entire list of current and upcoming exhibiti...  
More



احصلوا على الإهتمام: قم بترويج الفيس بوك على  
قنوات أخرى - رسائل المحمول النصية



“like” us on

**Facebook**

text **like yourfanpage** to 32665

facebook.com/**yourfanpage**



# الاهتمام: قوموا بترويج الفيس بوك على قنوات أخرى – خارج نطاق الانترنت



# الحصول على الاهتمام: إعلانات الفيس بوك

- "اعجاب" بصفحتنا على الفيس بوك
- الترويج للأحداث
- تشجيع وضع العرائض على الانترنت
- أخرى

Sponsored Create an Ad

**NO on Florida Amendment 8**



Amendment 8 hurts students. That's why the Florida PTA Opposes Amendment 8. Learn more, and get involved!

Sponsored Create an Ad

**NO on Florida Amendment 8**



Parents are against Amendment 8 because they know it hurts kids. "8" means larger classes, which are proven to decrease performance.



View all 14 comments



**Julie Costa** Sit down and breathe, people.  
September 2 at 1:35pm · Like · 1 person · Flag



**Julie Stumo-Hegreberg** If you don't like something, fine. You are allowed. But it's not necessary to air it on here. Facebook is so out of control this way. Come on.  
September 2 at 1:38pm · Like · Flag



**Kris Raff** Actually, that's a lovely chair! Wouldn't mind having that in my home. Looks like an interesting exhibit.  
September 2 at 1:42pm · Like · 1 person · Flag



**Julie Stumo-Hegreberg** Yes Kris. It is lovely.  
September 2 at 1:43pm · Like · 1 person · Flag



**Robert Farlee** Yes, and Rembrandt wasted precious oil putting it on canvas. I'm devoted to environmental causes, but this is an Institute of ARTS, not of green living.  
September 2 at 1:44pm · Like · Flag



**Dan Reis** Design Schmign, - IF ITS NOT GREEN - Its WASTEFUL ! - Please move out of this past elitist formula - Originality means GREEN - Jsut casue its looks funky or has 'Design', does not mean its worth a breathe, other than to strongly ridicule it for being behind the times & wasteful. Its like watching Top Chef, when they cook with tons of fat/ food trucked in from miles around. This & the Art Institute, Needs to Change!!

September 2 at 1:18pm · Like · Flag

- اصبحوا خبراء في بدء المحادثات
- اطرحوا انواعا مختلفة من الأسئلة
- علقوا بشكل مستمر
- شغلوا "الدردشة" على الإنترنت أو الاحداث الجارية



**Minneapolis Institute of Arts** September at the MIA is looking seriously busy—by design! On Thursday, September 16, the free exhibit, "Chairevolution! 300 Years of Designing the Chair," opens to the public. On that same evening, our free Third Thursday event from 6 – 9 p.m. focuses on the theme of design. This theme culminates the following week, Se...

See More



[www.artsmia.org](http://www.artsmia.org) / Exhibitions

Discover objects for daily use and regalia fit for a king from the diverse continent of Africa. Learn about masquerade and divination, as well as customs for settling disputes and initiating young men and women into the community.

September 2 at 1:13pm · Comment · Like · Share · Report



**Minneapolis Institute of Arts**

With all the Bike Night buzz, don't miss "Collateral Damage: Scenes from a War," which closes on Sunday (7/24). The 35 works on display include some of the most compelling representations of war and violence ever created. Free.



[www.artsmia.org](http://www.artsmia.org) / Exhibitions

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

This exhibition explores the tragic consequences and incalculable human cost of war and violence. For centuries, artists of various nationalities and points of view have addressed this difficult subject in their work, creating distinctive expressions ranging from virulent anti-war sentiments to fran

July 20 at 1:03pm · Share

12 people like this.



**Kathryn Fink** I have been to the mia to see this ... Seven times and counting. It is amazing.  
July 20 at 1:52pm · 1 person



**Kari Pederson** I really want1 to go to the MIA!  
July 20 at 2:25pm

سفراء العلامة التجارية: حددوا  
ومكنوا الجماهير التي تحبكم !

- تقفوا أثر
- تعرفوا
- امسحوا
- قبيموا
- اقتراح / أدوات
- مشاركة
- بالغوا

- ابحثوا عن صوت متميز
- برمجوا صفحاتكم
- قوموا بإنشاء محتويات وبرامج حصريّة
- ادفعوا واجذبوا
- إشركوا مجموعات ومنظمات أخرى
- اعرّفوا مؤيديكم

# تذكر

الشفافية هي مفتاح الثقة لكسب الجمهور





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# Social Media Explained

[www.theAdaptiveMarketer.com](http://www.theAdaptiveMarketer.com)



I'm at the donut shop – again!



Instagram

Here is a vintage picture of a donut



My donut recipe



I like donuts



Hey! I am eating a donut



Listening to 'Donuts'



This is how you eat a donut



Hotmail

Click for the secret to stop overeating donuts



I'm a Google employee and I like Donuts



Funny donut eating videos



I want to work at a donut shop



snapchat

Saw the donut? It's gone



The sounds of eating a Donut



Call me from the donut shop



WIKIPEDIA

Who invented the donut?



My donut photo collection



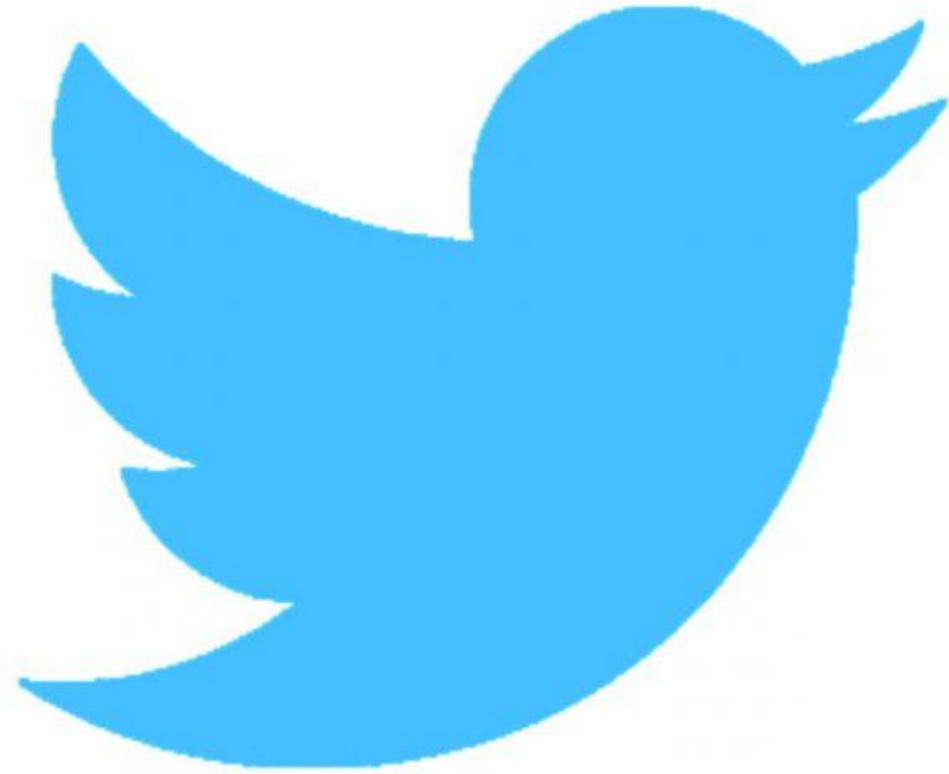
Is it Donut or Doughnut?



Join us for Donut Tuesdays!



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



twitter



- الحفاظ على مشاركة الداعمين الحاليين
- التأثير في المحادثة لدعم هدف التواصل
- خلق ضجة حول حدث معين خارج الانترنت قبل وخلال وبعد حدوثه
- الحصول على أفكار جديدة وردود فعل على البرامج والخدمات
- دعم البرنامج للعملاء
- دفع حركة مرور الرسائل باتجاه موقع الويب أو المدونة
- تجنيد المتطوعين
- تنسيق لقاءات مع مسؤولين وزعماء سياسيين
- تحديد المؤثرين، مثل الصحفيين الذين يستخدمون تويتر، وتشجيعهم على استخدام صفحتك كمصدر
- تحديد وبناء العلاقات مع الحلفاء والمؤيدين
- تحديث النقاط الرئيسية لقضيتك على تويتر



# نصائح وتلميحات من اجل تويتر فعال



• شاركوا

• استمعوا

• اسألوا

• استجيبوا

• تابعوا

• تابعوا اتجاهات التحديث

• استخدموا hashtags

• كونوا مهنيون، ولطيفون، ومتحفظون، وجدرون بالتصديق.

• مثلوا منظماتكم بشكل جيد.

• تذكروا أنه لا يمكنك السيطرة على التدايعيات بمجرد أن تنقروا "تحديث".

# كيف تزيدون عدد التابعين لكم في التويتر الخاص بكم

- ابدأوا بمحادثة خبراء في مجال عملكم.
- قوموا بالتحديث على تويتر عن معلومات قيمة ذات صلة لا علاقة لها بالمنظمة
- انسجوا شبكة - اتبعوا جماعات ومنظمات تعمل في مجالات ذات صلة
- ادعموا حساب تويتر الخاص بكم في أماكن أخرى (على شبكة الإنترنت، والبطاقات وما إلى ذلك).
- استخدموا hashtags بشكل مستمر



- احذفوا الكلمات التي لا داعي لها
- قوموا بالوصف ولكن بصورة مبسطة
- اكتبوا فكرة واحدة لكل تحديث على تويتر
- رسالة من 280 حرف كحد أقصى



# ينبغي أن لا يبدو ملفك الشخصي هكذا على تويتر


← **Qrayeh**  
0 Tweets



**Qrayeh**  
@Qrayeh\_sud  
Joined November 2016  
0 Following 8 Followers  
Not followed by anyone you're following

[Tweets](#) [Tweets & replies](#) [Media](#) [Likes](#)

twitter Search Home Profile Messages Who To Follow

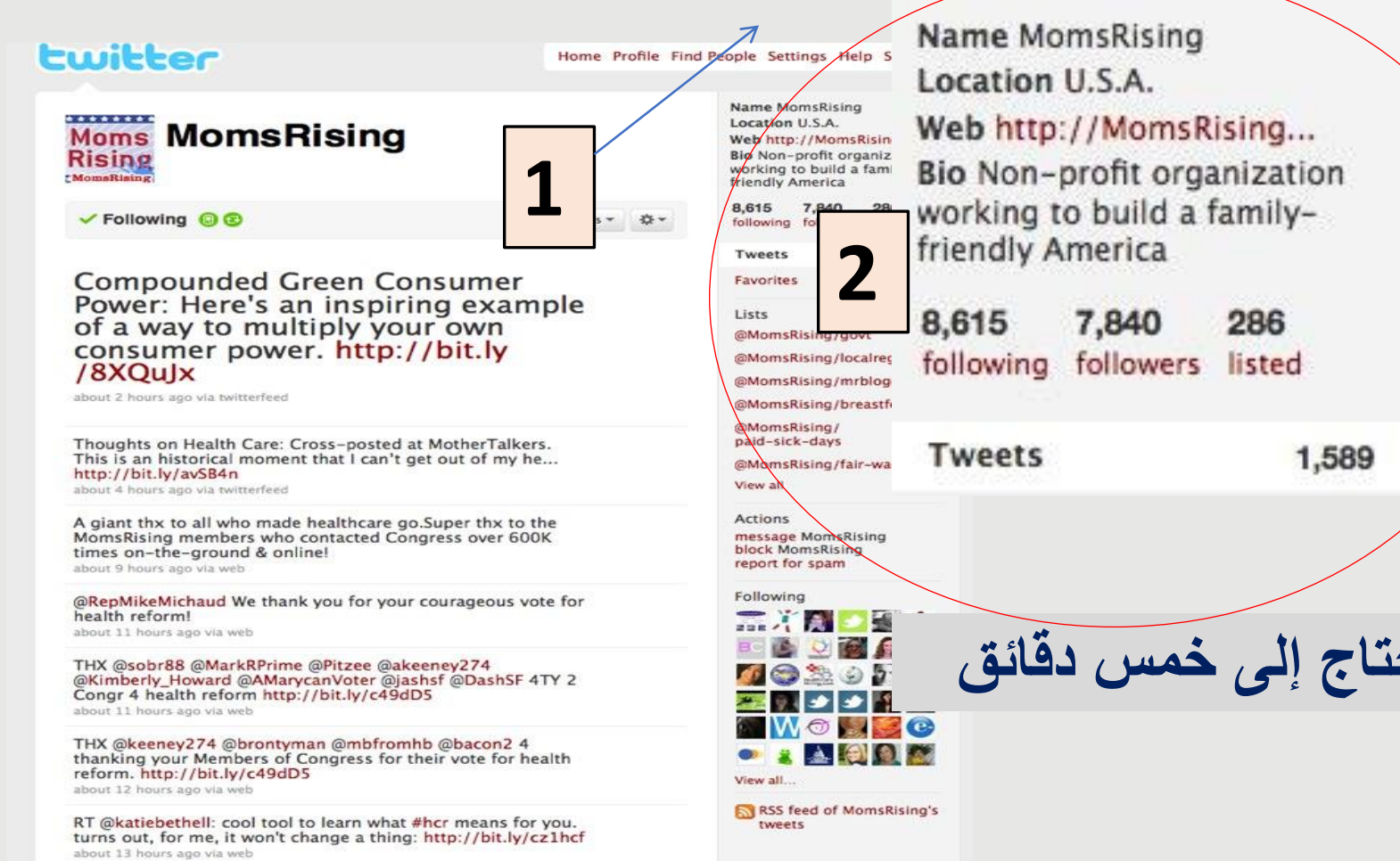


**avnijain**  
@jainavni

About @jainavni

5	31	18	0
Tweets	Following	Followers	Listed

ضرورة وجود ملف شخصي كامل



**1**

**2**

Name MomsRising  
Location U.S.A.  
Web <http://MomsRising...>  
Bio Non-profit organization working to build a family-friendly America

8,615 7,840 286  
following followers listed

Tweets 1,589

Actions  
message MomsRising  
block MomsRising  
report for spam

Following

RSS feed of MomsRising's tweets

الأساسيات تحتاج إلى خمس دقائق



- المكان: تحت علامة التبويب "الحساب" "Account" ضمن منطقة "إعدادات" "Settings"، أدخلوا اسم البلدية، واسم المدينة والدولة. بهذه الطريقة يكون من السهل على المشاركين العثور على البلدية.
- سطر واحد عن السيرة الذاتية: اكتبوا سطر واحد حيوي وموجز لكي يتمكن الناس من فهم أعمال البلدية ويصبحوا من أتباعها. كذلك، تذكروا أنه بهذه الطريقة يحصل الباحثون على معلومات تويتر الشخصية.
- عنوان قصير: اختاروا عنوانا قصيرا لموقع الويب الخاص بالبلدية باستخدام بت لي [bit.ly](http://bit.ly) كذلك يمكنكم متابعة من يزور موقع الويب الخاص بالبلدية أو الصفحة.
- الشعار: في إعدادات الملف الشخصي، يمكنكم تحميل شعار البلدية باستعمال JPG، GIF، أو PNG. الحجم الأقصى: 700k

# التعرف على تطبيق انستاغرام وكيفية استعمال هاشتاغ



Instagram

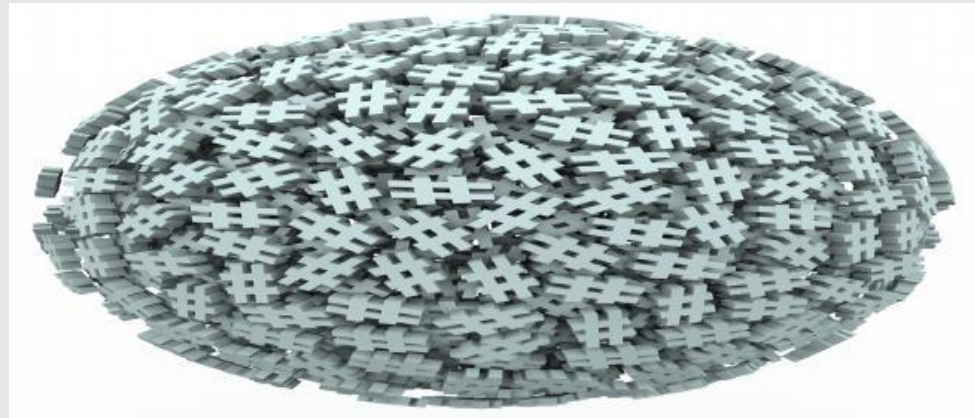
2010

- هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا
- التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الإجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها
- تطبيق يعمل بواسطة كاميرات الهاتف المحمول
- تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين
- تطبيق بميزة القصص وهي مخصصة لمشاركة لحظات يوم المستخدم بالفيديو والصور مع متابعيه في إنستغرام دون أن تبقى في ملف المستخدم الشخصي مع رموز وأدوات كثيرة للكتابة عليها وتختفي بعد 24 ساعة مع إمكانية حفظ القصة قبل أو بعد النشر

# الهشتاغ او الوسم

- رمز # يسبق الكلمات أو الصور أو الجمل التي نجدها على شبكات التواصل الاجتماعية يسمح للآخرين البحث بسرعة على مجموعة الرسائل التي تتضمنها
- رمز لموضوع أو نقاش معين يمكن المهتمون من البحث عنهما بسهولة في وقت لاحق.
- وسم "علامات تجارية"
- رمزي سهل علينا البحث عن أناس آخرين يشاركوننا الاهتمامات عينها.

#hashtag





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# الهشتاغ وإساءة استخدامها





# الهاشتاغ وإساءة استعمالها

قبل الغوص في عالم الهاشتاغ، علينا أن نتأكد من فهم الغرض الحقيقي المراد منها



February 6 at 3:34pm · Instagram · 👤

#happy#birthday#my#all#❤️❤️

#thank#u#racha#for#the#lovely#surprise#at#work#and#for#messie#shoes



(CDG)

January 28 at 9:44am · Instagram · 👤

#u#r#the#best#love#u#lebanon#my#country#my#all#best#feeling#ever#❤️❤️❤️

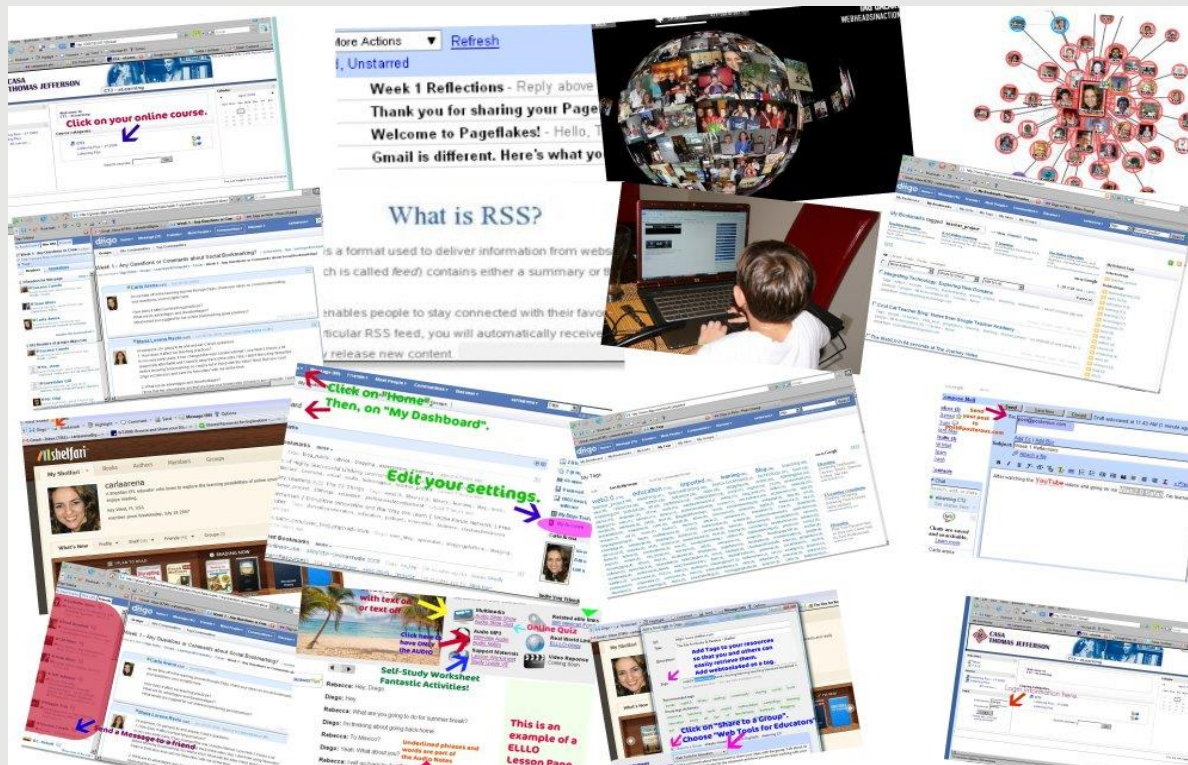


# الواتس آب للتواصل مع المجتمع



- إمكانية تبادل الرسائل النصية، والتشارك في الصور والملفات الصوتية، والملفات الفيديوية
- تحديد مواقع المستخدمين اعتمادا على الخرائط
- التعامل مع مجموعة كبيرة من أنظمة التشغيل (المنصات) الخاصة بالهواتف الذكية

فرز وحفظ وصيانة المحتوى هو تنظيم وتصفية ومشاركة المحتوى الأفضل مع جمهوركم على شبكة الإنترنت وجعله ذات معنى.



إن قوة المحتوى وحدها لا تكفي في العملية التسويقية ولكن الشكل الذي يقدم به وطريقة توزيعه تلعب دوراً مهماً خلال المراحل الثلاث:

- خلق المحتوى
- صناعة المحتوى
- النشر والتوزيع



Content

# أهم أشكال المحتوى وأكثرها تفاعلاً

1. التدوين
2. الانفوجرافيك (المعلومات المصورة)
3. الفيديو والفيديو المباشر
4. الصور – الصور المتحركة صور 360
5. الكتب الإلكترونية
6. شهادات الزبائن
7. سلايد شير
8. الأخبار الصحفية
9. المحاضرات والنقاش عبر الويب
10. المنشورات البريدية



Thanks! Categorized as History. We'll let Asso Arkhabil Takafat know you lent a hand. [Undo](#) · [Close](#)

## Activités d'association Like

 **Asso Arkhabil Takafat**

[Unfollow](#)

25 followers, 11 pins



كرنفال بيني لأطفال جمعية أرخبيل الثقافات احتفاءً  
بيوم الأرض و البيئة

Uploaded by user



صورة من أسبوع فنية نظمها جمعية أرخبيل الثقافات  
لتنمية الشراكة بأكاديمية الأزرو

1 like

Uploaded by user



صورة من أسبوع فنية نظمها جمعية أرخبيل الثقافات  
لتنمية الشراكة

1 like

Uploaded by user



صورة من المخيم البيئي بعين الوبح صيف 2011

1 repin

Uploaded by user



تلوة حول موضوع السيدا

Uploaded by user



تلوة حول موضوع السيدا

Uploaded by user



صورة من مخيم العرائش صيف 2011

Uploaded by user



صورة من مخيم العرائش صيف 2011

Uploaded by user



صور من مخيم العرائش صيف 2011

Uploaded by user



رحلة إلى المركز الجهوي ميشلفان بمدينة إفران



1 like 1 comment


Uploaded by user



Pic-nique d'Association Arkhabil Takafat a Ifrane Maroc

Uploaded by user

مزيدا من  association amadep  التاكاف

 Add a comment...

**You Tube**  Search | Brov

## Awesome spontaneous dance at SFMOMA

**SFMOMA** 61 videos



**sfmoma** | March 22, 2010 | 10 likes, 0 dislikes

"SFSLIM" danced in the SFMOMA atrium on March 22, 2010, as part of a Facebook competition we held. His beautiful performance won him tickets the the Alonzo King LINES Ballet in April. Pure awesomeness.

**Category:**  
Nonprofits & Activism

**Tags:**  
sfmoma dance facebook spontaneous museum lobby anywhere

# وضع خطة إستراتيجية لوسائل الإعلام الإجتماعية







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ما هي الحملة؟



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



الحملة الانتخابية  
الولايات المتحدة الأمريكية





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



قيادة السيارة  
في السعودية



الحملة ضد التحرش  
في الشارع  
(مصر، 2005)

صورة مجهولة المصدر، المركز المصري لحقوق المرأة



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



طلعت ريحتكم  
(لبنان، 2015)





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

لبنان ينتفض





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## ما هي الحملة؟

الحملة هي عبارة عن سلسلة من الإجراءات  
تتخذ خلال فترة زمنية محددة من أجل  
تحقيق هدف محدد.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# ما هي الإستراتيجية؟

ما الذي يجعل هذه الحملات حملات إستراتيجية؟





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ما هي العلاقة الإستراتيجية بين  
الأهداف والأعمال؟

هدف

عمل

عمل

عمل

عمل



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

في حملة إستراتيجية، جميع الأعمال التي تقوم  
بها تساعدك على تحقيق هدف الحملة التي تعمل  
لأجلها.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## ما هي الإستراتيجية؟

الإستراتيجية هي عبارة عن سلسلة من الأعمال  
المخطط لها التي تساعدك على تحقيق هدفك.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## مبادئ الإستراتيجية

ادمج قنوات وسائل الإعلام الاجتماعية مع برنامجك وأهداف الاتصالات الخاصة بك:

- من هم الذين تريد الوصول إليهم؟
- ما الذي تريد تحقيقه؟
- أين يمكن لوسائل الاعلام الاجتماعية ان تحسن او تكمل في برنامجك، أو خدماتك، أو اتصالاتك؟
- ما هي الميزانية المتاحة لك / الفترة الزمنية؟
- ما هي الفرص التي تحتاج للإرشاد؟



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

	محددة	<b>S</b>
	قابلة للقياس	<b>M</b>
	قابلة للتحقيق	<b>A</b>
	ذات صلة	<b>R</b>
	في الوقت المناسب	<b>T</b>



ما هو الهدف المحدد، القابل للقياس، الذي يمكن تحقيقه،  
ذات الصلة، وفي الوقت المناسب (SMART)؟



The screenshot shows the Qwitter website interface. At the top, there is a navigation bar with links for "Skip to main content", "Español", and "Creole". The main header features the "qwitter" logo, which includes a cigarette character. Below the header, there are four navigation options: "Home", "Qwitters" (with a red circle and slash over it), "Get Started" (with a green arrow pointing right), and "Qwit Tips" (with a thumbs-up icon). The "Get Started" section is active and contains the following text:

**Get Started**

Follow these steps to use Qwitter.

- 1. Create an account on Twitter.**  
Qwitter uses a popular web service called Twitter to do its magic.  
Twitter allows you to send updates to your friends via the web, instant messaging or your cell phone.
- 2. Tell Qwitter when you smoke.**  
Each time you light up, send Qwitter the number of cigarettes you just smoked by posting an update to Twitter in the following format.  

@iquit 3

  
That will tell Qwitter you just smoked 3 cigarettes. Every day, Qwitter will add together all the posts you sent that day and add them to your progress graph.  
*Alternatively, post once a day with the total number of cigarettes you plan to smoke.*
- 3. Save a journal.**  
You can keep track of your thoughts and feelings as you stop smoking. Send Qwitter a message that doesn't start

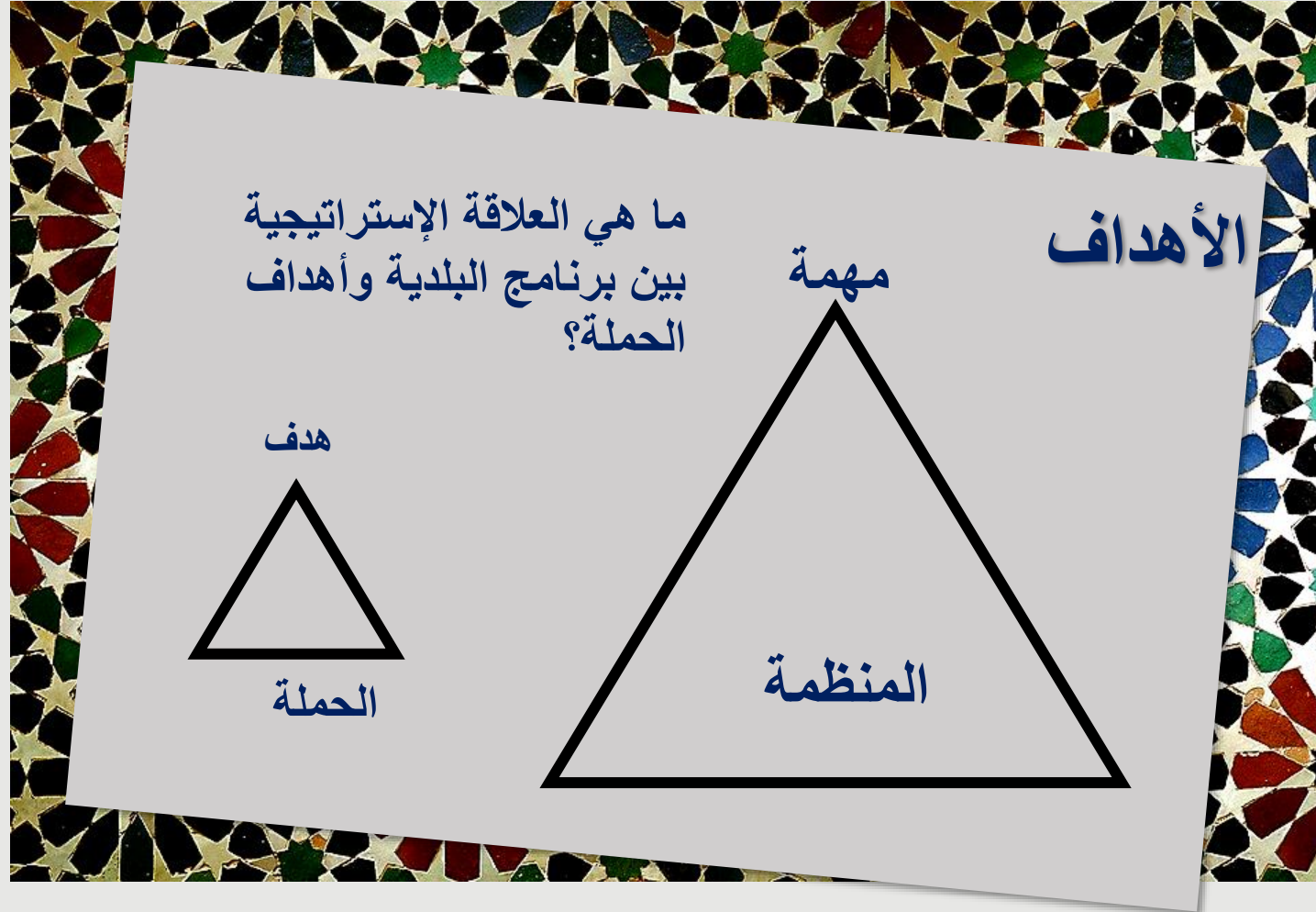


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

محددة	S	ركز عند استهدافك جمهور معين على أن يعرفوا أن بإمكان كويتر أن يساعدهم على وقف التدخين، وشجعهم على تسجيل أسمائهم على الموقع
قابلة للقياس	M	قياس عدد المدخنين الذين قاموا بالتسجيل للحصول على هذه الخدمة
قابلة للتحقيق	A	قياس عدد المدخنين الذين توقفوا عن التدخين لمدة 6 أشهر لأنهم استخدموا هذه الخدمة
ذات صلة	R	من الصعب أن تقوم بمحاولة التوقف عن التدخين بنفسك لذلك يوفر لك تويتر دعم من أشخاص آخرين على هاتفك المحمول. ينبغي التركيز على توعية الجمهور الذي يستخدم تويتر.
في الوقت المناسب	T	النجاح في جعل 100 شخص يتوقفون عن التدخين لمدة ستة أشهر لأنهم استخدموا هذه الخدمة



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

العمل  
الجمهور  
الرسالة

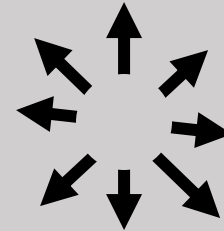




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## العمل

ما هي الأمور التي يتعين عليك القيام بها  
لتنجح من تحقيق الهدف من الحملة (يمكن أن  
يكون هناك عدة أهداف).



حدد شرائح الجمهور التي تأمل في الوصول إليها من اجل تحقيق أهداف وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بك:

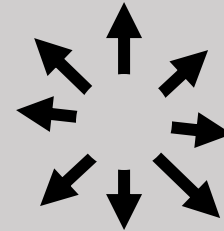
- من هم الذين تريد الوصول إليهم؟
- ماذا تعرف عنهم؟
- ما هي الرسائل أو المعلومات التي يمكنها التأثير عليهم؟
- ماذا يقولون عن قضيتك أو بلدتك في وسائل الإعلام الاجتماعية؟
- ما هي أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية التي يستخدمونها؟



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

الأشخاص الذين يتعين عليهم اتخاذ إجراءات  
لتنجح من تحقيق الهدف من الحملة (يمكن أن  
يكون هناك عدة أهداف).

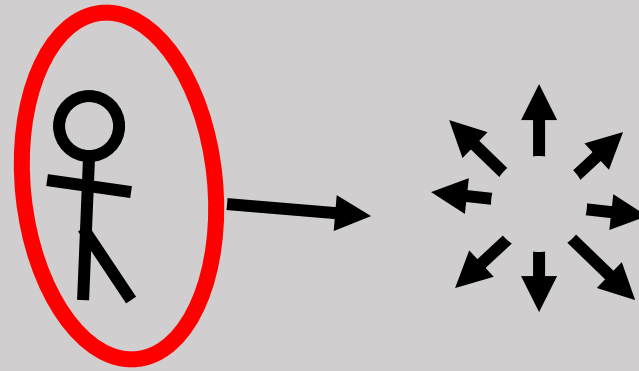




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

كم نوع من الجمهور يمكن أن تعدد؟





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

الجمهور

المناصرون يقنعون الفئات المستهدفة باتخاذ  
الإجراءات اللازمة.

المناصرون

الهدف



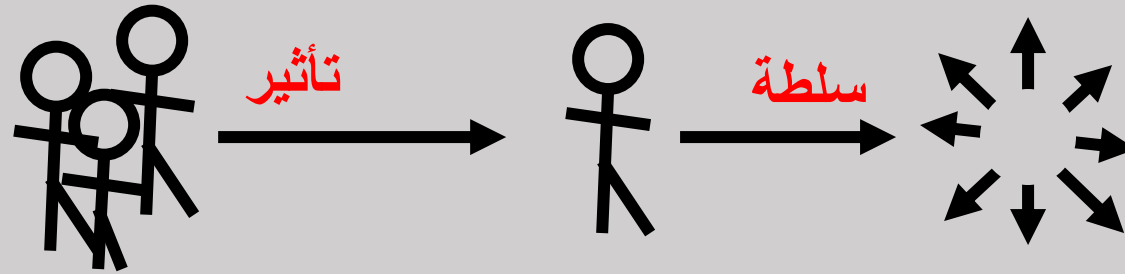


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

• لدى الهدف القدرة على اتخاذ الإجراء الذي من شأنه أن يسمح لك بتحقيق هدفك.

•• لدى المؤيدين تأثير على الهدف.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

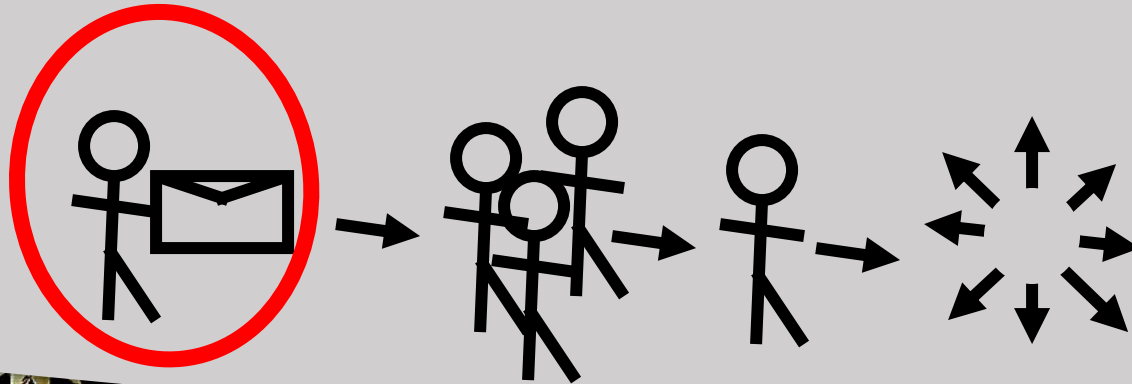
كيف ستقوم بتقسيم فئات الجمهور التي سبق  
ذكرها بين فئات مؤيدة وفئات مستهدفة؟ ما  
هي الفئة التي تنتمي إليها وسائل الإعلام؟

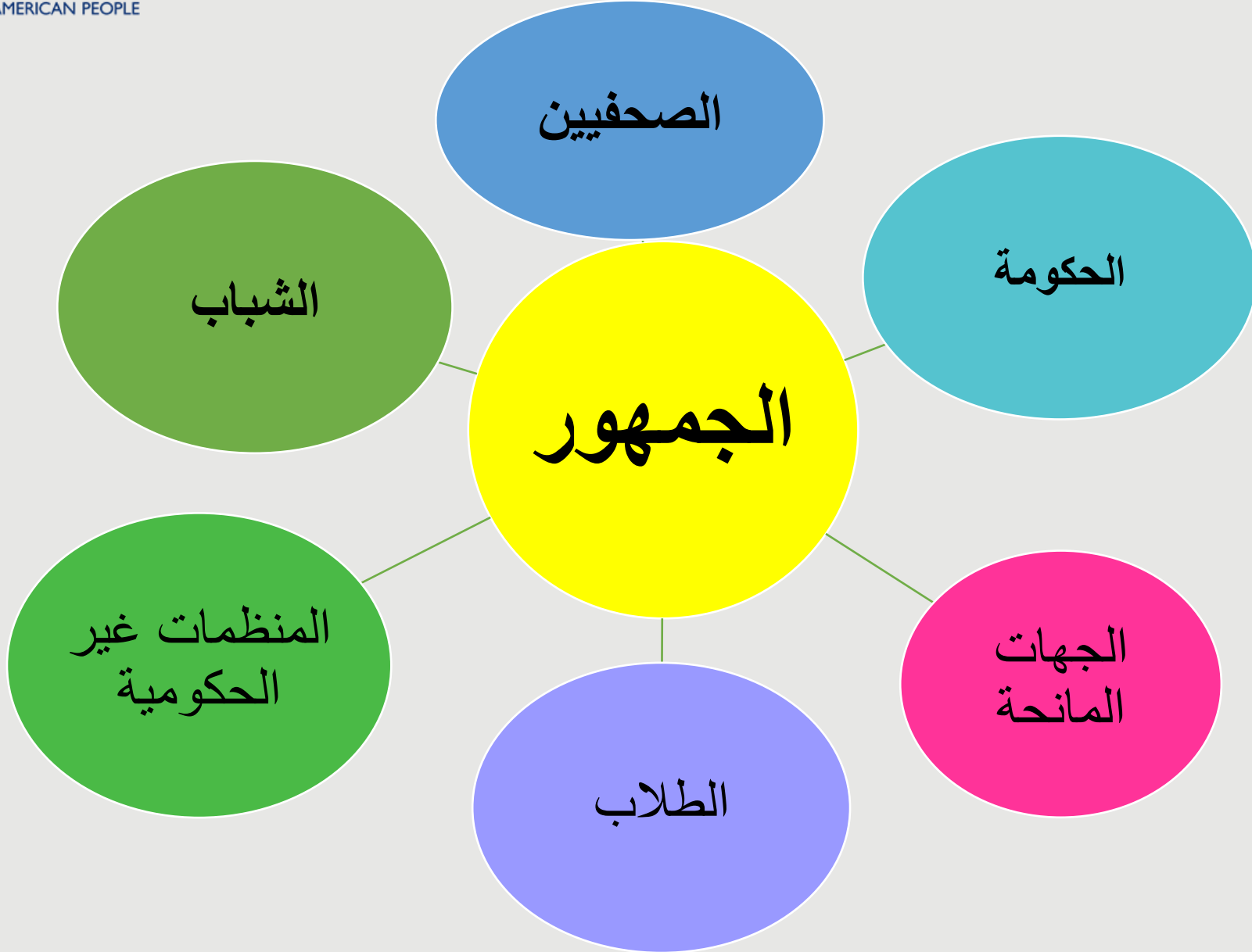


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الجمهور

يمكن لوسائل الإعلام أن تساعدك في إيصال الرسالة إلى مجموعة واسعة من الجماهير.







The screenshot shows the Qwitter website interface. At the top, there is a navigation bar with links for "Skip to main content", "Español", and "Creole". The main header features the "qwitter" logo, where the letter 'i' is replaced by a cigarette. A blue banner on the left says "QWITTER IS POWERED BY Twitter". Below the header, there are four navigation options: "Home", "Qwitters" (with a red circle and slash over it), "Get Started" (with a green arrow pointing right), and "Qwit Tips" (with a thumbs-up icon). The "Get Started" section is active, showing a list of instructions for using the service.

[Skip to main content](#) | [Español](#) | [Creole](#)

QWITTER IS POWERED BY 

**qwitter**

[Home](#) | ~~[Qwitters](#)~~ | [Get Started](#) → | [Qwit Tips](#) 👍

### Get Started

Follow these steps to use Qwitter.

- 1. Create an account on Twitter.**  
Qwitter uses a popular web service called Twitter to do its magic.  
Twitter allows you to send updates to your friends via the web, instant messaging or your cell phone.
- 2. Tell Qwitter when you smoke.**  
Each time you light up, send Qwitter the number of cigarettes you just smoked by posting an update to Twitter in the following format.  

@iquit 3

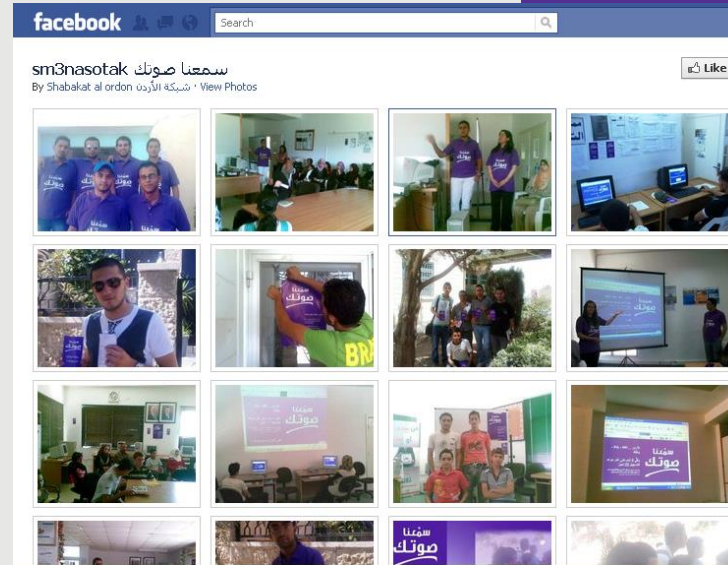
  
That will tell Qwitter you just smoked 3 cigarettes. Every day, Qwitter will add together all the posts you sent that day and add them to your progress graph.  
*Alternatively, post once a day with the total number of cigarettes you plan to smoke.*
- 3. Save a journal.**  
You can keep track of your thoughts and feelings as you stop smoking. Send Qwitter a message that doesn't start



## من هو الجمهور؟

الأردن... أهلك، بلدك، وطنك  
خلي الأردن يسمع صوتك!

سَمَعْنَا  
صوتك  
انتخابات 2010



الرئيسية | انتخابات 2010 | سجل | صوتك لمن يستحق | مواقع مهمة | تحميل الملفات

الانتخابات النيابية الأردنية لعام ٢٠١٠

سمعنا صوتك ... سجل!

سمعنا صوتك ... صوتك لمن يستحق!

سمعنا صوتك ... شارك!

مراكز الإقترع و العرر لانتخابات 2010

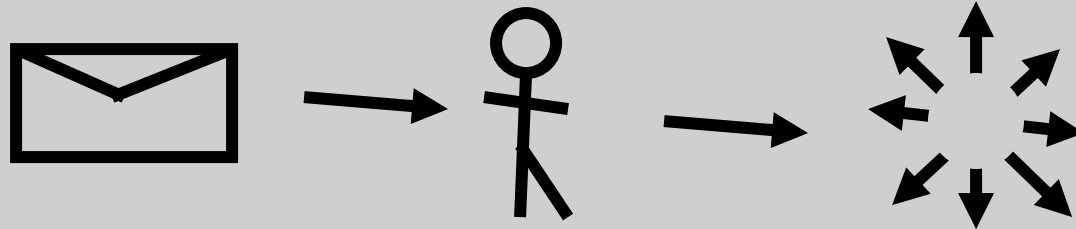
مراكز الإقترع والفرز لنوي الاحتياجات الخاصة



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## الرسالة

كيف تقنع الجمهور باتخاذ إجراءات يمكنك  
من تحقيق هدف الحملة التي تقوم بها.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## رسائل قوية

المصدر: بيث كانتر،

- رسائل قوية: الحصول على الاهتمام (لماذا الاهتمام)
- النتيجة: (ما هو التغيير الذي سيحدث)
- نداء للعمل: (طلب لإحداث التغيير)



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## رسائل قوية: نحن والنفايات الالكترونية

- الحصول على الاهتمام: نحن التقنيين نضر بالأرض حتى عندما نقوم بعمل جيد كمدرسين.
- النتيجة: قم بعمل جيد وقم بما فيه مصلحة الأرض.
- دعوة للعمل: قم بالشراء بشكل أقل وعلى المدى البعيد، قم بالإصلاح عوضاً عن الاستبدال، ضع ما يمكن إعادة تصنيعه جانباً عند التخلص منه.



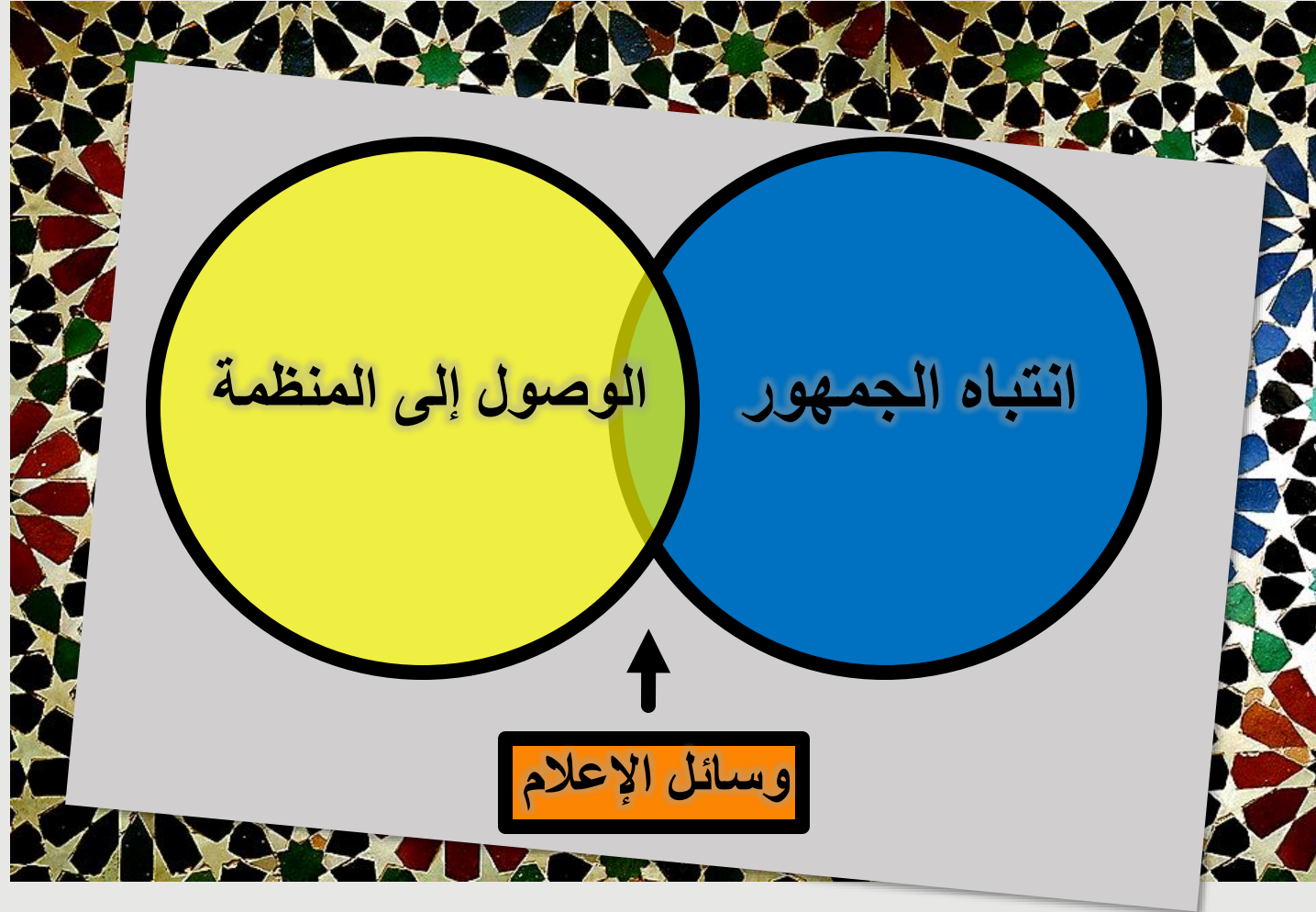
**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

أين تنتمي وسائل الإعلام؟



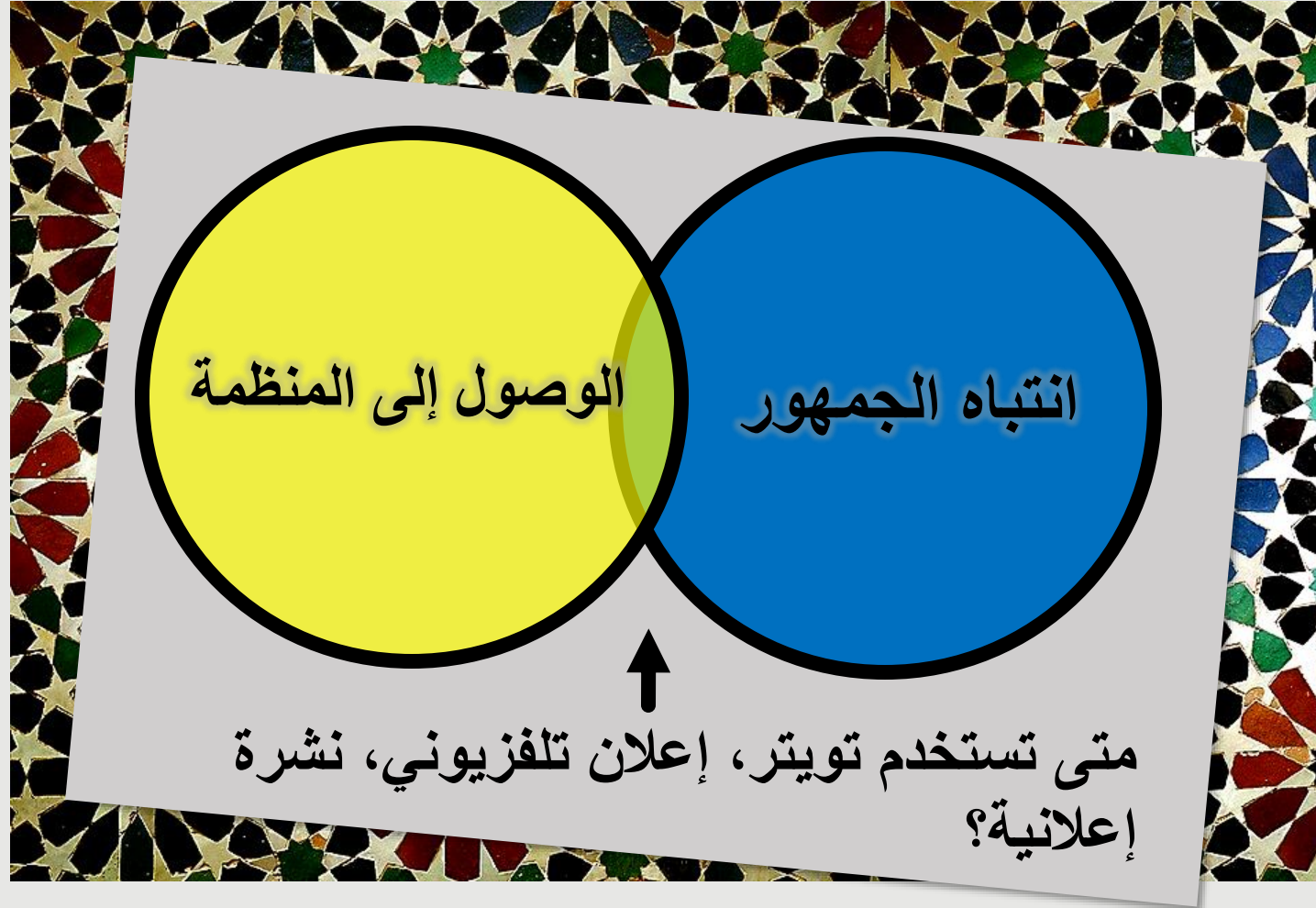


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



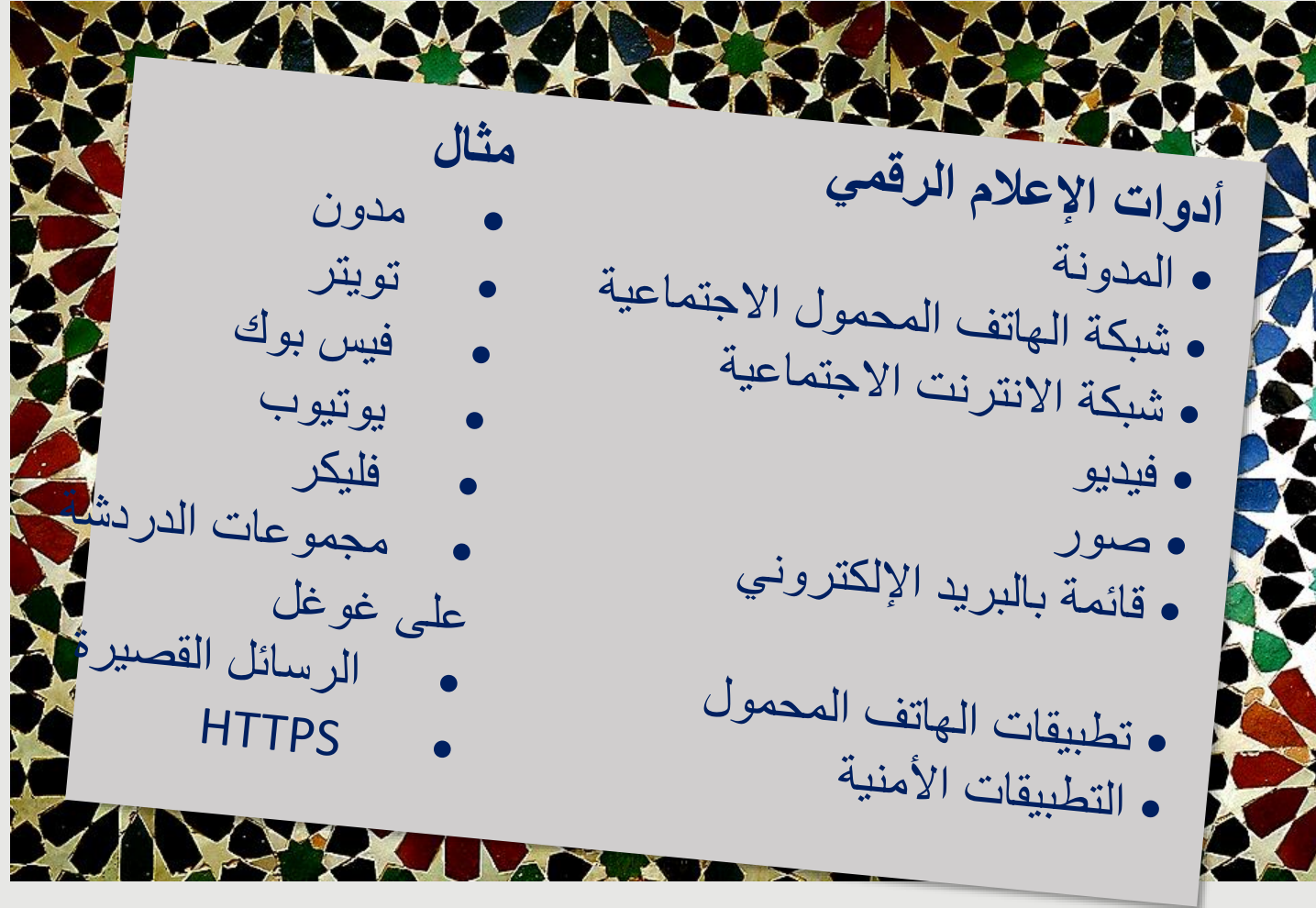


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



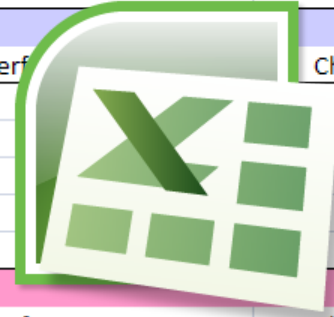
# استراتيجية وسائل الإعلام الإجتماعية

تحديد أين يمكن لتكامل وسائل الإعلام الاجتماعية أن يؤدي إلى تحسين أو تكملة البرامج، أو الخدمات، أو الاتصالات:

- أين يمكن أن تقوم وسائل الإعلام الاجتماعية بتحسين أو تكملة البرامج أو الخدمات، أو الاتصالات؟
- ما هي الميزانية المتاحة لك / الفترة الزمنية؟
- ما هي الفرص التي تحتاج لإرشاد؟



	A	B	C	D	E	F	G
1		<b>Month</b>	<b>January</b>				
2			Exhibitions	Members	Performances	Children and Families	Events
3	Week of:						
4							
5							
6							
7		<b>Month</b>	<b>February</b>				
8		Week Day	Exhibitions	Members	Performances	Children and Families	Events
9	Week of:						
10							
11							
12							
13		<b>Month</b>	<b>March</b>				
14		Week Day	Exhibitions	Members	Perf	Children and Families	Events
15	Week of:						
16							
17							
18							
19							
20		<b>Month</b>	<b>April</b>				
21		Week Day	Exhibitions	Members	Performances	Children and Families	Events
22	Week of:						
23							
24							
25							



الرسم: ما هي النشاطات، أو البرامج، أو المحتوى، أو الفرص المتاحة التي تم التخطيط لها لهذا العام؟ أو الشهر، أو الفصل؟





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

## معقل الحملة

- اعتمد على الموظفين والمتعاقدين لديك لبناء القدرات (تكاليف أكثر)
- تواصل مع الشركاء والمتطوعين بعد نهاية التخطيط للحملة عندما تطلب منهم أن يفعلوا شيئاً
- الاستعانة بكبار الموظفين فقط في التخطيط الذي يتم بقليل من الشفافية
- مقاومة ردود الفعل الصادقة، التقييم يتم بصورة أولية
- النجاح أو الفشل الذي تعرضت له المنظمة التي تنتمي إليها
- النجاح والفشل هي لعبة محصلتها صفر إذا لم تزد القدرات

## الحملة الشبكية

- ضم المنظمات الشريكة والمتطوعين عند تقدير القدرات (تكاليف اقل)
- قم بإحضار حلفاء (بما في ذلك الوكلاء الغير مرتبطين) في وقت مبكر، واستمع إليهم
- ضم مداخلات جميع الموظفين والمتطوعين الأكثر التزاماً
- الجنازات الفرحة / استمع وتعلم وتكيف
- شارك في النجاح
- سواء فشلت الحملة أو نجحت فان العلاقات التي تم إنشاؤها تزيد من قدرة المنظمة

[Site Map](#) | [Contact Us](#) | [Weekly Newsletter](#) | [Browse by Project](#)

نساء

## International Women's Day

Lebanon • 8 March 2011 • Join us!

Home
About Us عنّا
Join Us إندموا إلينا
Our Initiatives مبادراتنا
Our Causes

**شاركونا في الإعتصام المفتوح من أجل قانون منني للأحوال الشخصية**

nadine | March 29, 2011 | Comments (0)

في إطار الحملة من أجل قانون لبناني منني للأحوال الشخصية، نصبنا ناشطون وناشطات جمعية "منني" خيمة إعتصام أمام تمثال رياض الصلح في وسط بيروت. الشطبة واضح. لن نرحل من الخيمة قبل أن نطالب الحكومة اللبنانية بإصدار قانون الأحوال الشخصية من مني.



**Subscribe**

Get our weekly newsletter of upcoming events.

Privacy by SafeSubscribe<sup>SM</sup>









**Find us on Facebook**




Nasawiya on Facebook

## International Women's Day


nadine | February 25, 2011 | Comments (6)



International Women's Day  
Tuesday, March 8, 2011



International Women's Day  
Tuesday, March 8, 2011



International Women's Day  
Tuesday, March 8, 2011

**Happy International Women's Day!**

We will post all IWD events in Lebanon on this page and keep it updated. Please support our events by linking to this page from your blog using these awesome graphics below.

On **Saturday, March 5** and **Sunday, March 6**, we will be going down to the streets to ask thousands of women what kind of challenges they face in Lebanon and what changes they would like to see. We **still need volunteers** to help us out so if you're interested, please email [n.moawad@gmail.com](mailto:n.moawad@gmail.com) right away! We will be live tweeting, blogging, and posting photos and videos so follow [@nasawiya](#) and our [Facebook page](#) to keep up. The locations we will be at are:

- » Hamra
- » Furn el Chebbak
- » Chiah
- » Sassine Square
- » Dawra (Naba)

**facebook**

Nasawiya's Profile

Nasawiya

Happy International Women's Day everyone! Check out nine beautiful feminist articles in today's Al-Akhbar issue prepared by the Sawt Al-Niswa team

www.al-akhbar.com

لدى نشر رفق التمثيل الفلسطيني فيها التي مسوق بطة (أ ف ب) | 6:34PM المبرود

March 8 at 5:25am · Share

7 people like this.



- هل التزامنا بالخطة ؟
- هل تلقى الجمهور الرسالة؟
- هل اتخذ الجمهور إجراء ما؟
- ما هي المنصات، والرسائل، ومن هم الحلفاء الذين كانوا الأكثر/الأقل نجاحاً في تفعيل الجمهور؟
- هل هناك ردود فعل من قبل الجمهور؟
- أي فوائد جانبية؟





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

# دور وسائل الإعلام الاجتماعية والتقليدية في التوعية



## مقارنة وسائل الإعلام التقليدية بوسائل التواصل الاجتماعي

وسائل الإعلام التقليدية	وسائل التواصل الاجتماعي
حضور سلبي للمتلقي في الاتصال	حضور نشط للمتلقي في الاتصال
استراتيجيات اتصال من الأعلى للأسفل	استراتيجيات اتصال من الأسفل للأعلى
اتجاه واحد من فرد لمجموعة	في اتجاهين من فرد لفرد
اتصال مسجل ومبرمج	اتصال مباشر وحي
اتصال متحكم فيه	اتصال غير متحكم فيه
قرارات مبنية على المنفعة الاقتصادية	قرارات مبنية على منفعة المجموعة أو الفرد
مبنية على المشاهير	مبنية على الأشخاص العاديين
منصات اتصال مدفوعة التكلفة	منصات اتصال مجانية
محتوى مفبرك وملمع	محتوى أصيل وطبيعي
الاتصال نيابة عن المصدر	الاتصال عنّا نحن
تتوجه لجمهور معزول	تتوجه لجمهور مترابطة يمكنهم إنشاء محتوى
توجيه لجمهور غير محدد	توجيه لجمهور محدد
مرتكزة بشكل أساسي على الرسالة	مرتكزة على المحادثة
مبنية على التحكم من المصدر	مبنية على التحكم المشترك والشفافية
عدد محدود من قنوات الاتصال	عدد غير محدود من قنوات الاتصال
تختفي بعد البث أو النشر	محفوظة ويمكن الرجوع إليها بسهولة
مبنية على خدمة أغراض المصدر	مبنية على خدمة المتلقي
ارتفاع التكلفة مع زيادة المستهدفين	وصول غير محدود للجمهور المستهدف
التكلفة تشمل القناة والإبداع	محتوى منتج من قبل الجمهور
مصادقية وأصالة متأرجحة	مصادقية وأصالة ثابتة
نظام مغلق	نظام مفتوح
مبهم	شفاف
لغة رسمية	لغة عامة سهلة

# استخدام القصص الرقمية في زيادة التوعية

- استخدام الفيديو في رواية قصص شخصية مؤثرة (الجمهور الذي يتابعكم يعلم أنكم لستم منتجاً من منتجي هوليوود، لذا فأنتم لا تحتاجون الى فيديو بجودة فنية كبيرة أو احترافية كما تظنون، عليكم أن تتواصلوا مع المتابعين بصناعة فيلمياً بسيطاً وجذاباً؛ لتخبروهم فيه عن موضوع أو قصة قصيرة ومكثفة تركزون فيها على هدفكم، ويمكنكم التركيز على قضية بسيطة لشخص واحد أو شخصين، وعلينا أن تفسحوا المجال لمشاركة المشاهدين للحصول على دعمهم)
- انشروا وشاركوا القصص أو المحتوى على مدونتكم
- حولوا تفاعلات وأنشطة المتبرعين إلى محتويات واضحة وأرقام دقيقة (تحويل التبرعات لمحتويات واضحة وأرقام دقيقة ذات تأثير إنساني ملموس وحقيقي مع ضرورة نشرها شيء مهم جداً ويجعل المتبرعين أكثر ثقة في جهودك)
- استخدموا الإيميل في التسويق ولجعل المتبرعين أكثر استعداداً للعطاء





القصص تصور للقارئ بدل القراءة فقط فهي تساعد في بناء الثقة بينك وبين الجمهور.  
القصص لا تنسى وتؤثر بالقراء بطريقة شخصية.  
تساعد القصص على إيصال الرسالة وتجنب مشاركة معلومات غير ضرورية.  
القصص تساعد على تجميع أجزاء مستقلة من المعلومات معا في رسالة متماسكة

فكروا في استخدام القصص في التقارير السنوية، وفي موقعكم على الويب،  
وفي الرسائل الإخبارية، وحملات جمع التبرعات،  
والبريد المباشر. اجعلوا القصص قصيرة وذات صلة بجمهوركم، واجعلوها  
عن شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص.  
و لا تنسوا أن تقدموا الرسالة الأساسية التي تربط بين مهمتكم والأهداف



## تذكروا! رواية القصص

- القصص او التقارير التي تعتمد على بيانات جافة دون حياة للمحتوى تفقدكم جمهوركم
- بدلا من ذلك ... اكتبوا أو اروا قصة عظيمة! أفضل القصص لها بداية، منتصف ونهاية.
- لكل قصة إنشاء أبطال وأشرار، واحيانا "خلق صراع
- لا تنسوا استخدام العاطفة.

- قصتها (البلدية) - هي قصة تدور حول مهمة البلدية، أو أهدافها، أو إستراتيجيتها، أو إنجازاتها.
- قصتنا (المجتمع) - هي قصة المجموعة المستهدفة التي تعمل البدلية معها ولأجلها - المرأة، أو الشباب، أو الأطفال، أو المجتمع المدني، أو الصحفيين، أو الذين يعانون من مشاكل صحية.
- القصة المتداولة حالياً (غير العالم) - هي قصة قضيتكم. وهي تساعد على ربط الجهود التي تبذلها البلدية مع جهود مماثلة في جميع أنحاء العالم.

- اختاروا قصة الفيديو ونوعه
- اجعلوا القصص قصيرة وبسيطة
- كونوا صادقين
- أضيفوا صوت - موسيقى أو سرد
- تأكدوا من المسائل القانونية
- احترموا الخصوصية والأمن
- اذكروا اسم المقتبس عنه.

# إعداد الخطة الاستراتيجية للإعلام الاجتماعي تطبيق عملي

الاستراتيجية	الخطة
?	?
لماذا	كيف
	متى
	أين
	من
	ماذا

2

# تحليل البيانات على وسائل التواصل الإجتماعي





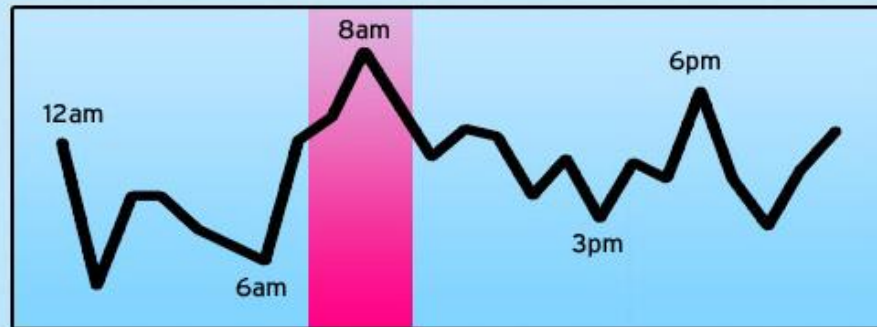
# تحديد أفضل أوقات النشر على مختلف الحسابات

Q: What day should I post on?



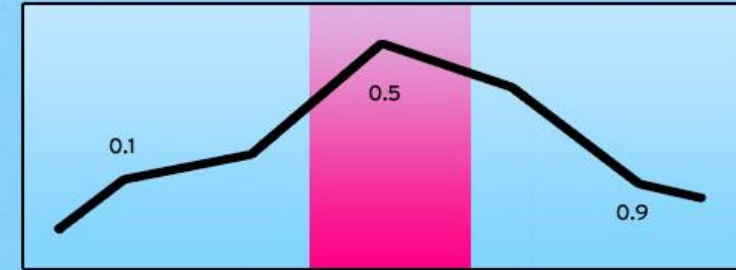
A: Articles published on the weekend are shared most.

Q: What time should I post?



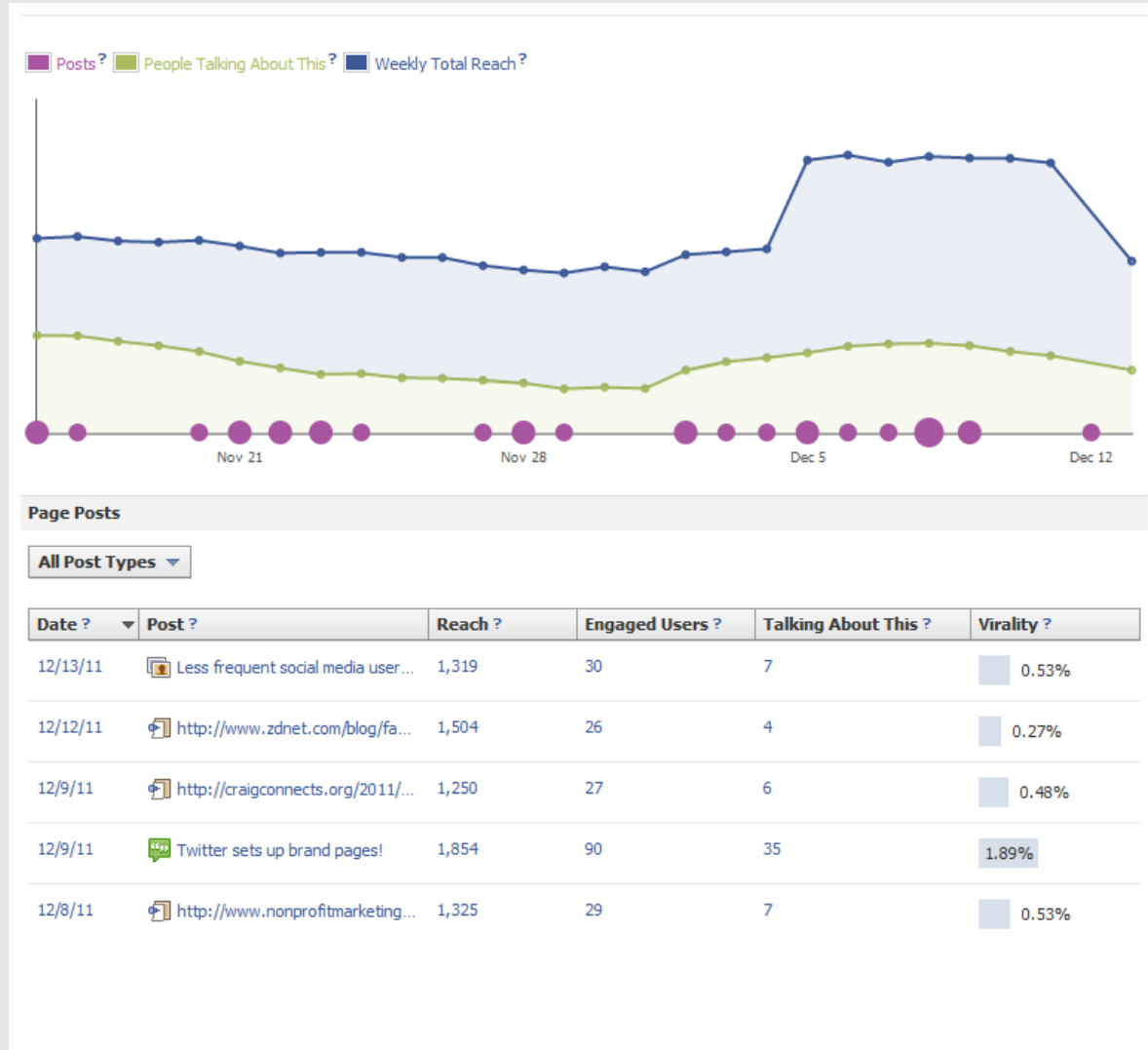
A: Articles posted at 8am are shared most.

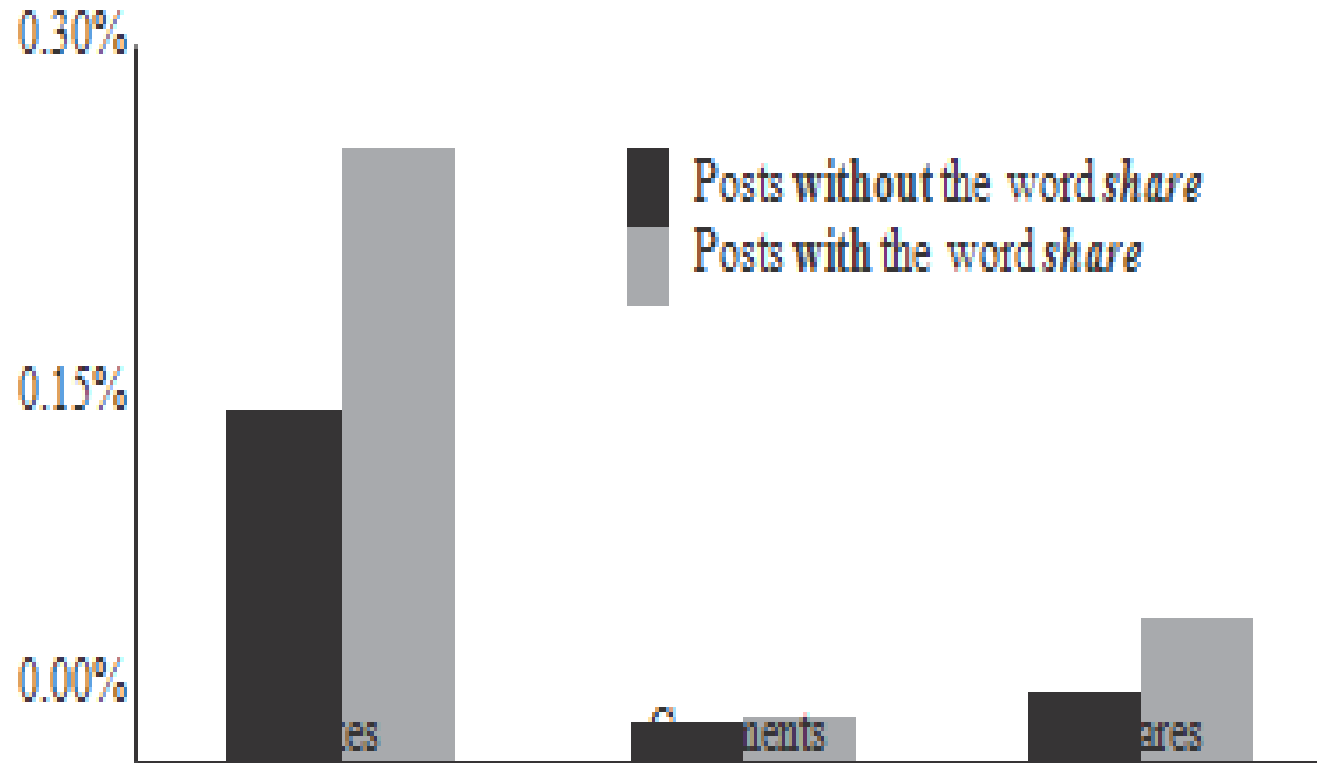
Q: How often should I post to my page?



A: Posting every other day is best.

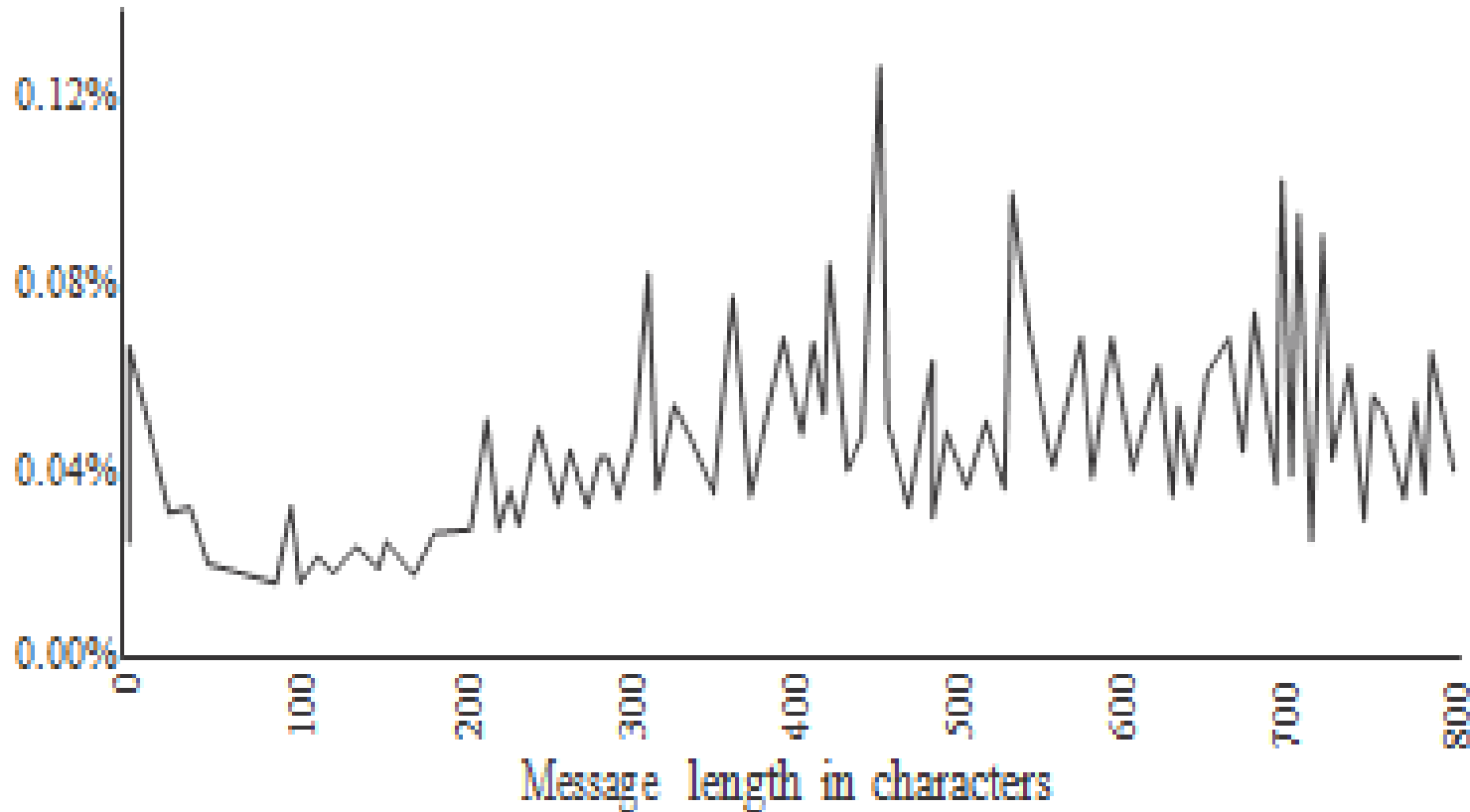
# تحديد نوع المحتوى الأكثر تفاعلا





**Figure 5.11** Posts Including *Share* Get More Shares, Comments, and Likes

# تحديد نوع المحتوى الأكثر تفاعلا



**Figure 5.9 Share Percentage Based on Post Length**





• مع فلتر استقطابي



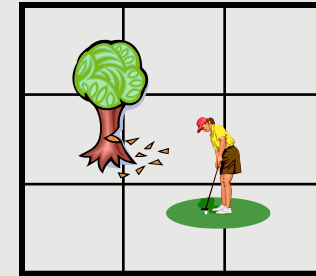
• بدون فلتر استقطابي



## استخدام قاعدة الثلثيات

### تُوفر قاعدة الثلثيات طريقة سهلة لوضع إطار للصورة بنجاح

- نَظِّم المشهد بواسطة تقسيم الصورة إلى أثلاث. فكر في ثلث عالي، وثلث متوسط العلو، وثلث في الأسفل؛ وثلث إلى اليسار، وثلث في الوسط، وثلث إلى اليمين.
- ضع الغرض الذي تريد تصويره في المكان الذي يلتقي فيه اثنان من هذه الخطوط الوهمية أو على أي خط فاصل.





- If your photographs are not good enough, you're not close enough.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





The rule of Thirds

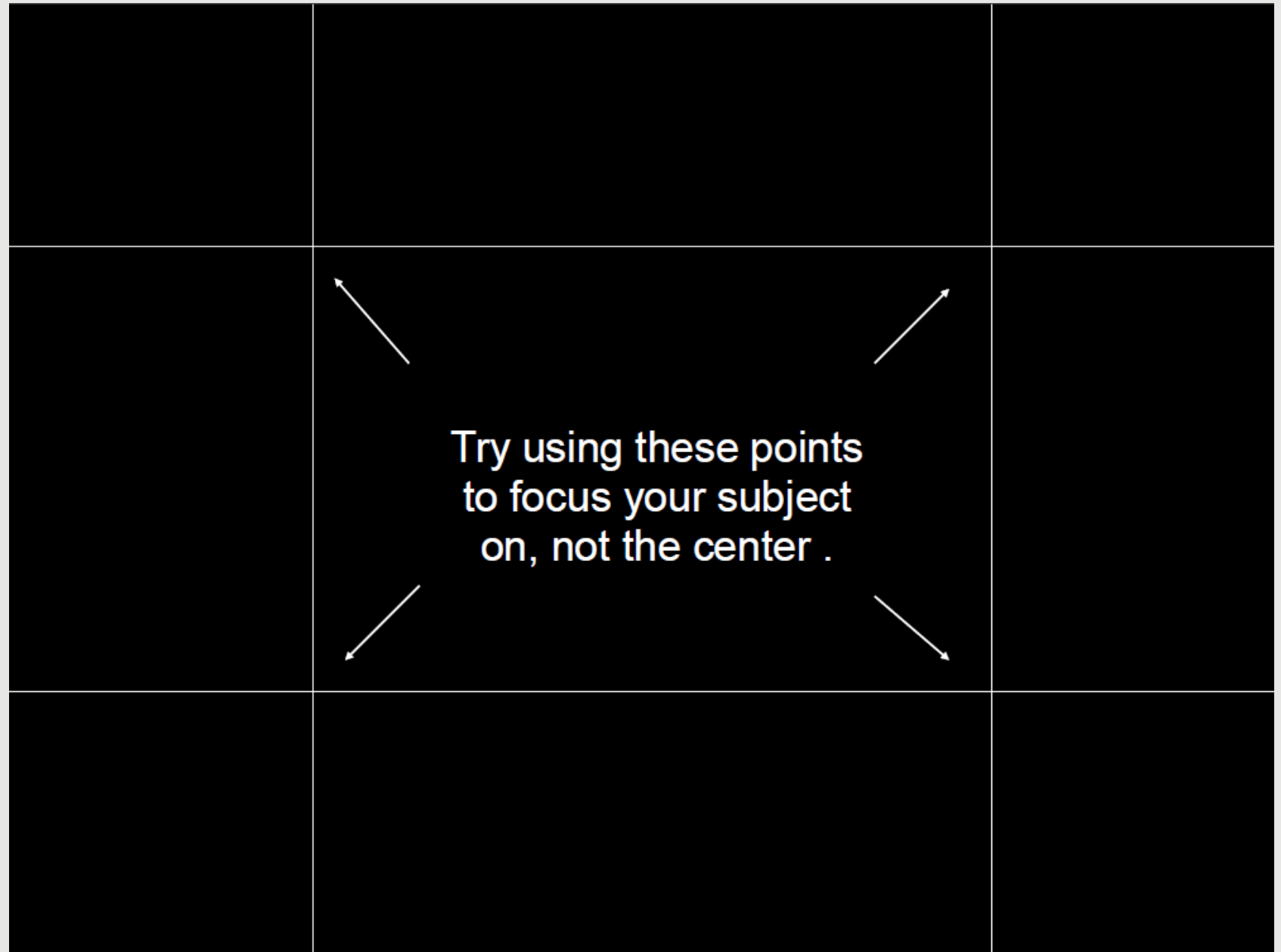




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE









**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

← Use the lines as guides. →



And remember



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Sometimes you can break the rules.





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





Something to add more effect.



Tilt the camera...





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Go vertical.



- Architecture and people can look good in vertical images.
- You can also use this technique when there are visible lines leading away from you, or tall objects in the image.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE







- When photographing people focus on their eyes, faces and their expressions. These are the areas where most of the attention is drawn to.

# 10 نصائح لالتقاط صور جيدة بالكاميرا الرقمية



1. التقط الصورة على مستوى العين
2. استخدم خلفية عادية
3. استخدم فلاش عند التصوير في الخارج
4. تحرك ببطء
5. تحرك من الوسط
6. ثبت نقطة التلاقي
7. تعرف على نطاق الفلاش
8. انتبه إلى الضوء
9. التقط بعض الصور العمودية
10. اعمل كمخرج للصور



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي كباقي المواقع الإلكترونية على الإنترنت بها الكثير من المخاطر أهمها: التصيد الاحتيالي ، الهندسة الاجتماعية ، الهجمات على تطبيقات الويب ، وبالتالي فإن توفير الحماية اللازمة من تلك المخاطر يصبح أمراً ضرورياً.

من هذا المنطلق يجب اتخاذ الإجراءات والتدابير الأمنية الواردة في سياسة أمن المعلومات التي تتبعها البلدية والتأكيد على:

- استخدام كلمات مرور آمنة وقوية للحسابات الرسمية للبلدية
- منع الدخول إلى الوظائف والتطبيقات غير الضرورية كالألعاب وغيرها من التطبيقات المنتشرة في بعض أدوات التواصل الاجتماعي ، وذلك تجنباً للمخاطر ذات الصلة بالحماية كالملفات غير المرغوبة والتصيد الاحتيالي على الحسابات.
- توعية الموظفين بشأن الأخطار المتعلقة بأدوات التواصل الاجتماعي، وبخاصة الأخطار المرتبطة بالهندسة الاجتماعية ، وأساليب التخفيف من المخاطر.

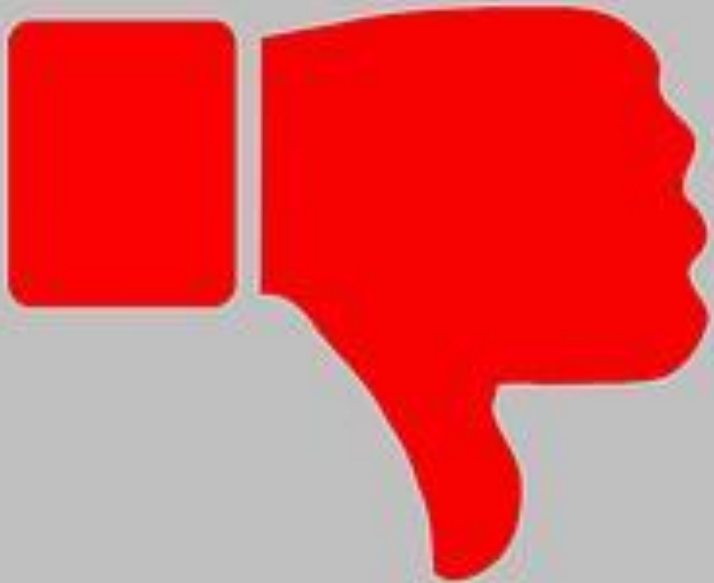


- ✓ أي إشارة أو تعليق يحتوي على استهانة بالمعتقدات الدينية أو الطائفية أو الإساءة إليها.
- التعليقات التي تنطوي على تشهير أو قذف أو تمييز.
- التعليقات والمشاركات التي تدعم أو تحرض على القيام بأنشطة غير قانونية
- ✓ التعليقات والمشاركات التي تخالف أي حقوق قانونية أو حقوق الملكية الفكرية.

تعتبر حسابات التواصل الاجتماعي هي المرآة الأخرى لأي مؤسسة وبالتالي فإن الإلتزام بسياسة التفاعل التي يتم وضعها هي ضمان لمنهجية العمل في هذا الجانب ، مع الإشارة إلى أن هذه السياسة قابلة للتغيير متى ما استجد جديد في عالم التواصل الإجتماعي وبما يتناسب مع توجهات وسياسة البلدية

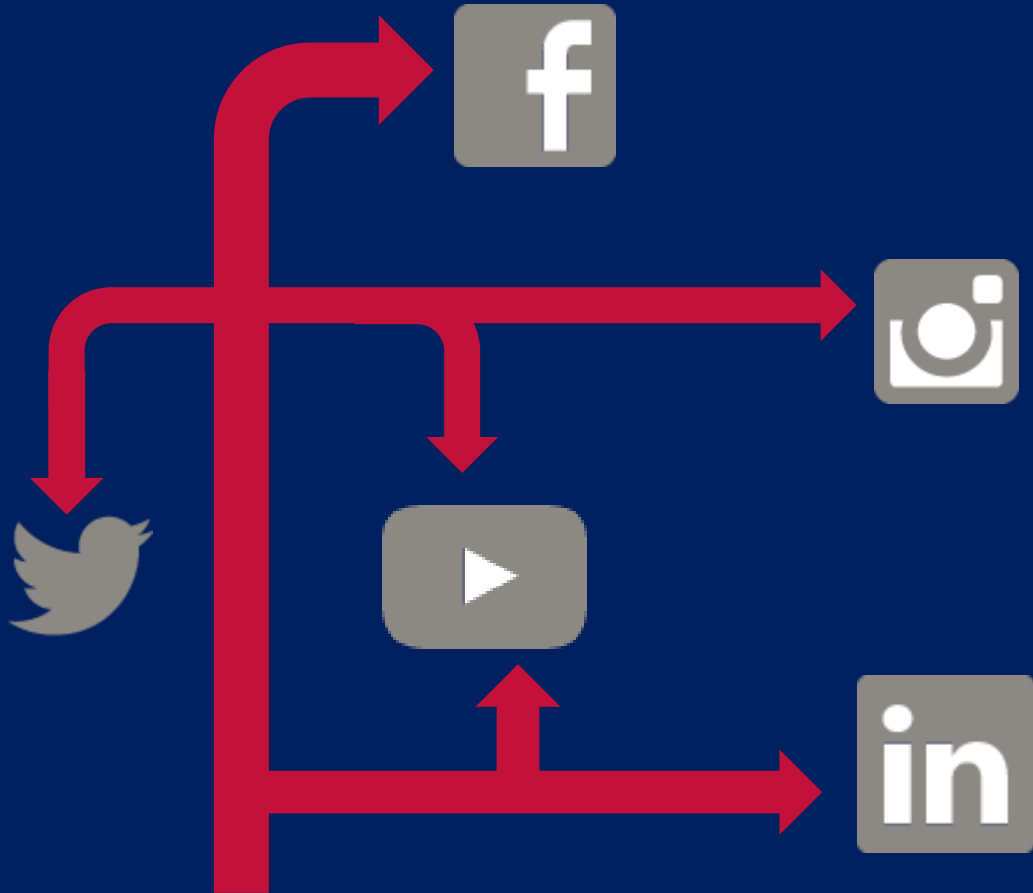
سمعة بلديتك في خطر؟

جمهورك في خطر



ما الحل؟

تابعونا لنبقى على تواصل  
@CSPLebanon



شكراً جزيلاً

[info@csplebanon.org](mailto:info@csplebanon.org)