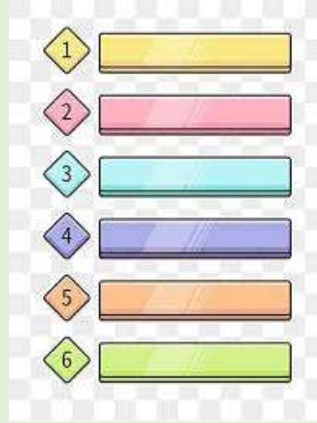


## منظمة الطيبة للإغاثة والتنمية

دليل التدريب على التواصل المجتمعي الفعال لدعم حقوق المرأة وحمايتها

Al-Teeba Organization for Relief and Development

### Training Manual on Effective Community Engagement and Communication for the Promotion and Protection of Women Rights



#### قائمة المحتويات المقدمة

- السردية الافتتاحية
- أهداف الدليل
- الفئة المستهدفة
- مدة التدريب
- منهجية التدريب
- القيم التي يستند إليها الدليل

#### Table of Contents Introduction

- Opening Narrative
- Guide Objectives
- Target Audience
- Training Duration
- Training Methodology
- Guiding Principles and Core Values



#### الفصل الأول: فهم المجتمع قبل التواصل معه

- السردية الافتتاحية
- الهدف العام
- المفاهيم الأساسية
- المحتوى التدريبي
  - مفهوم تحليل المجتمع والجمهور
  - أهمية فهم الجمهور قبل الرسالة
  - أصحاب المصلحة والتأثير المجتمعي
- الأنشطة
  - خريطة أصحاب المصلحة
  - بناء الشخصية المجتمعية
- دراسة الحالة
- التمارين التطبيقية
- اختبار الوحدة
- الرسائل الرئيسية

## Chapter One: Understanding the Community Before Engaging with It

- Opening Narrative
- Overall Learning Objective
- Key Concepts

### Training Content

- Introduction to Community and Audience Analysis
- The Importance of Understanding the Audience Before Developing Messages
- Stakeholder Analysis and Community Influence

### Learning Activities

- Stakeholder Mapping Exercise
- Community Persona Development Exercise

### Case Study

### Practical Exercises

### Module Assessment Quiz

### Key Takeaways and Core Messages



## الفصل الثاني: تصميم الرسائل المؤثرة وإدارة الحوار المجتمعي

- السردية الافتتاحية
- الهدف العام
- المفاهيم الأساسية
- المحتوى التدريبي
  - مفهوم الرسائل المؤثرة
  - نموذج Know – Feel – Do
  - خصائص الرسالة الفعالة
  - الأخطاء الشائعة في تصميم الرسائل
  - مفهوم المقاومة المجتمعية
  - أسباب الرفض والمقاومة
  - أداة LARA للحوار الفعال
  - التعامل مع المعلومات المضللة وخطاب الكراهية
- الأنشطة
  - تطوير رسالة من رسالة ضعيفة إلى رسالة مؤثرة
  - اختبار فعالية الرسائل
  - دقيقة واحدة للإقناع
  - لعب الأدوار (Role Play)
  - تحليل محتوى إعلامي ومجتمعي
- دراسة الحالة
- التمارين التطبيقية
- اختبار الوحدة
- الرسائل الرئيسية

## Chapter Two: Designing Impactful Messages and Facilitating Community Dialogue

- Opening Narrative
- Overall Learning Objective
- Key Concepts

### Training Content

- Understanding Impactful Communication Messages
- The Know–Feel–Do Model
- Characteristics of Effective Messages
- Common Mistakes in Message Design
- Understanding Community Resistance
- Causes of Resistance and Rejection
- The LARA Model for Effective Dialogue (Listen – Affirm – Respond – Add Information)
- Addressing Misinformation and Hate Speech

#### **Learning Activities**

- Transforming a Weak Message into an Impactful Message
- Message Effectiveness Testing Exercise
- One-Minute Persuasion Challenge
- Role-Play Exercise
- Media and Community Content Analysis

#### **Case Study**

#### **Practical Exercises**

#### **Module Assessment Quiz**

#### **Key Takeaways and Core Messages**



#### **الفصل الثالث: التواصل الرقمي وحملات التأثير المجتمعي**

- السردية الافتتاحية
- الهدف العام
- المفاهيم الأساسية
- المحتوى التدريبي
  - أهمية الإعلام الرقمي
  - عناصر الحملة الرقمية الناجحة
  - تصميم المحتوى الرقمي
  - إدارة التفاعل المجتمعي
  - الأخطاء الشائعة في الحملات الرقمية
- الأنشطة
  - تحليل حملة توعوية ناجحة
  - إنتاج محتوى رقمي
  - غرفة الأخبار
- دراسة الحالة
- التمارين التطبيقية
- اختبار الوحدة
- الرسائل الرئيسية

#### **Chapter Three: Digital Communication and Community Impact Campaigns**

- Opening Narrative
- Overall Learning Objective
- Key Concepts

#### **Training Content**

- The Importance of Digital Media in Community Engagement
- Key Components of Successful Digital Campaigns
- Digital Content Design and Development
- Managing Community Engagement and Online Interaction

- Common Pitfalls in Digital Campaigns

### Learning Activities

- Analysis of a Successful Awareness-Raising Campaign
- Digital Content Creation Exercise
- Newsroom Simulation Exercise

### Case Study

### Practical Exercises

### Module Assessment Quiz

### Key Takeaways and Core Messages

## الفصل الرابع: تصميم حملات التوعية والسرديات المجتمعية

- السردية الافتتاحية
- الهدف العام
- المفاهيم الأساسية
- المحتوى التدريبي

- خطوات تصميم حملة التوعية المجتمعية
- تحديد المشكلة وتحليل الجمهور
- تصميم الرسائل واختيار الوسائل
- مؤشرات قياس النتائج
- مفهوم السرديات المجتمعية
- تحليل السرديات السائدة
- بناء السرديات البديلة
- القيم في التواصل المجتمعي

### • الأنشطة

- تصميم حملة توعية متكاملة
- تحليل السرديات المجتمعية
- بناء سردية بديلة
- دراسة الحالة
- التمارين التطبيقية
- اختبار الوحدة
- الرسائل الرئيسية



## Chapter Four: Designing Awareness Campaigns and Shaping Community Narratives

- Opening Narrative
- Overall Learning Objective
- Key Concepts

### Training Content

- Steps for Designing a Community Awareness Campaign
- Problem Identification and Audience Analysis
- Message Development and Channel Selection
- Monitoring, Evaluation, and Performance Indicators
- Understanding Community Narratives
- Analysis of Dominant Narratives
- Developing Alternative Narratives
- Values-Based Community Communication

### Learning Activities

- Designing a Comprehensive Awareness Campaign

- Community Narrative Analysis Exercise
- Developing an Alternative Narrative

### Case Study

### Practical Exercises

### Module Assessment Quiz

### Key Takeaways and Core Messages

#### السردية - الافتتاحية

التغيير الاجتماعي لا يبدأ بالمعلومات وحدها، بل يبدأ عندما نستطيع بناء حوار حقيقي مع المجتمع وفهم احتياجاته وقيمه ومخاوفه. فكل مجتمع يمتلك منظومة من الأفكار والعادات والتجارب التي تؤثر في مواقفه تجاه قضايا المرأة وحقوقها.

أظهرت الدراسة الميدانية المنفذة في بغداد والأنبار وجود فرص إيجابية لتعزيز حقوق المرأة ومشاركتها المجتمعية، إلا أنها كشفت أيضاً عن تحديات تتعلق بالوعي القانوني، والصور النمطية، وتأثير المعلومات المضللة، وخطاب الكراهية المنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ومن هنا جاءت الحاجة إلى هذا الدليل الذي يهدف إلى تطوير مهارات التواصل المجتمعي الفعال وبناء قدرات العاملين في مجال التوعية المجتمعية.

#### Opening Narrative

Social change does not begin with information alone; it begins when we are able to foster meaningful dialogue with communities and gain a deeper understanding of their needs, values, perceptions, and concerns. Every community is shaped by a unique set of beliefs, social norms, and lived experiences that influence attitudes toward women's rights, gender equality, and women's participation in public life. The field study conducted in Baghdad and Al-Anbar identified promising opportunities to strengthen women's rights and enhance their meaningful participation in community development. At the same time, it highlighted a number of challenges, including limited legal awareness, persistent gender stereotypes, the spread of misinformation, and the increasing influence of hate speech across social media platforms.

In response to these findings, this training manual was developed to strengthen effective community engagement and communication skills and to build the capacities of community outreach practitioners, awareness-raising facilitators, and civil society actors working to promote and protect women's rights.





### أهداف الدليل

- تطوير مهارات التواصل المجتمعي .
- تصميم رسائل مؤثرة .
- بناء حملات توعية فعالة .
- التعامل مع المقاومة المجتمعية .
- استخدام الإعلام الرقمي بصورة استراتيجية .

### Guide Objectives:

- Enhance community engagement and communication skills.
- Design impactful and audience-centered messages.
- Develop effective awareness-raising campaigns.
- Address and manage community resistance through constructive dialogue.
- Utilize digital media strategically to support outreach and advocacy efforts.



### الفئة المستهدفة

- القادة المجتمعيون .
- الناشطون والناشطات .
- المتطوعون .
- منظمات المجتمع المدني .
- المؤثرون المحليون .
- العاملون في مجال التوعية المجتمعية .

مدة التدريب : 3 – 5 أيام تدريبية

منهجية التدريب : تفاعلية – تطبيقية – قائمة على الأنشطة – دراسات حالة – محاكاة واقعية.

### Target Audience

- Community leaders
- Activists (male and female)
- Volunteers
- Civil society organizations
- Local influencers
- Community outreach practitioners

**Training Duration:** 3–5 training days

**Training Methodology:** Interactive, practical, activity-based, case-study driven, and simulation-oriented.



**القيم التي يستند إليها الدليل :** ينطلق هذا الدليل من مجموعة من القيم الأساسية التي تشكل الإطار المرجعي للتواصل المجتمعي الفعّال، وتسهم في بناء حوار إيجابي يعزز التفاهم والتعاون والتغيير المستدام داخل المجتمع. وتتمثل هذه القيم في الآتي:



1. الكرامة الإنسانية: يؤمن الدليل بأن لكل إنسان كرامة أصيلة وحقاً في الاحترام والتقدير، بغض النظر عن جنسه أو عمره أو خلفيته الاجتماعية أو الثقافية. وتشكل الكرامة الإنسانية أساس جميع الحقوق والحريات.
2. العدالة والمساواة: يقوم الدليل على مبدأ العدالة في الوصول إلى الفرص والحقوق والمشاركة المجتمعية، ويؤكد أهمية تعزيز المساواة في التعامل واحترام الحقوق التي يكفلها القانون لجميع أفراد المجتمع.
3. الاحترام المتبادل: يعتمد التواصل الفعّال على احترام وجهات النظر المختلفة، والاستماع للآخرين دون إقصاء أو ازدراء، وبناء الحوار على أساس التفاهم والتقدير المتبادل.
4. التمكين: يركز الدليل على تمكين الأفراد والمجتمعات من تطوير قدراتهم ومهاراتهم واتخاذ أدوار فاعلة في صناعة التغيير الإيجابي والمشاركة في التنمية المجتمعية.
5. الشراكة المجتمعية: يؤمن الدليل بأن التغيير المستدام لا يتحقق من خلال طرف واحد، بل من خلال التعاون بين النساء والرجال والمؤسسات المجتمعية والجهات الفاعلة المختلفة لتحقيق الأهداف المشتركة.
6. الحوار والتفاهم: يشجع الدليل على اعتماد الحوار كوسيلة أساسية لمعالجة الاختلافات والتحديات المجتمعية، والابتعاد عن أساليب الصدام والاستقطاب والتخوين.
7. المسؤولية المجتمعية: يعزز الدليل مفهوم المسؤولية المشتركة تجاه القضايا المجتمعية، ويؤكد أن بناء مجتمع أكثر استقراراً وعدالة يتطلب مساهمة جميع أفراد مؤسساته.
8. النزاهة والمصداقية: يعتمد التواصل المجتمعي الفعّال على تقديم معلومات دقيقة وموثوقة، والابتعاد عن التضليل أو المبالغة أو نشر المعلومات غير المؤكدة.
9. اللاعنف: يرفض الدليل جميع أشكال العنف والإساءة وخطاب الكراهية، ويدعم أساليب التواصل السلمي التي تعزز التفاهم والاحترام المتبادل بين أفراد المجتمع.
10. التعلم والتطوير المستمر: ينظر الدليل إلى التواصل المجتمعي باعتباره عملية مستمرة تتطلب التعلم المستمر وتطوير المهارات والاستفادة من التجارب والخبرات المتراكمة لتحقيق أثر أكبر وأكثر استدامة.



### Guiding Values of the Manual

This manual is grounded in a set of core values that form the normative framework for effective community engagement. These values contribute to building positive dialogue that fosters mutual understanding, cooperation, and sustainable social change within communities. They include:

1. **Human Dignity:** The manual is based on the belief that every individual possesses inherent dignity and the right to respect and recognition, regardless of gender, age, social background, or cultural identity. Human dignity forms the foundation of all rights and freedoms.
2. **Justice and Equality:** The manual promotes equitable access to opportunities, rights, and community participation, and emphasizes equality in treatment and the protection of rights guaranteed by law for all members of society.
3. **Mutual Respect:** Effective communication is grounded in respecting diverse perspectives, actively listening without exclusion or dismissal, and fostering dialogue based on understanding and appreciation.
4. **Empowerment:** The manual focuses on empowering individuals and communities to develop their capacities and skills, enabling them to take active roles in driving positive change and participating in community development.
5. **Community Partnership:** Sustainable change cannot be achieved by a single actor alone; it requires collaboration among women, men, civil society institutions, and relevant stakeholders to achieve shared objectives.
6. **Dialogue and Understanding:** The manual promotes dialogue as a primary tool for addressing social differences and challenges, and discourages approaches based on conflict, polarization, or stigmatization.
7. **Social Responsibility:** It reinforces the concept of shared responsibility toward community issues, emphasizing that building a more stable and just society requires the contribution of all individuals and institutions.
8. **Integrity and Credibility:** Effective communication relies on accurate and reliable information, and rejects misinformation, exaggeration, and the dissemination of unverified content.
9. **Non-Violence:** The manual rejects all forms of violence, abuse, and hate speech, and supports peaceful communication approaches that strengthen mutual understanding and respect among community members.
10. **Continuous Learning and Development:** Community communication is viewed as an ongoing process that requires continuous learning, skill development, and the use of accumulated experience to achieve greater and more sustainable impact.



**رسالة قيمية :** يستند هذا الدليل إلى قناعة أساسية مفادها أن التغيير المجتمعي الإيجابي يتحقق من خلال التواصل القائم على الاحترام والعدالة والشراكة، وأن تعزيز حقوق المرأة وحمايتها يمثل جزءاً من جهود بناء مجتمع أكثر تماسكاً واستقراراً وإنصافاً للجميع.

### Value Statement

This manual is grounded in the fundamental belief that positive social change is achieved through communication based on respect, justice, and partnership. It also affirms that the promotion and protection of women's rights is an integral part of broader efforts to build a more cohesive, stable, and equitable society for all.



## الفصل الأول فهم المجتمع قبل التواصل معه

### السردية الافتتاحية

في إحدى المبادرات المجتمعية - على سبيل المثال - تم إطلاق حملة توعوية حول تعليم الفتيات، واعتمدت الحملة على معلومات وإحصائيات دقيقة ورسائل قوية، إلا أن نتائجها كانت محدودة. وعندما تم تقييم الحملة لاحقاً، تبين أن المشكلة لم تكن في الرسائل نفسها، بل في عدم فهم طبيعة الجمهور المستهدف والقيم التي تؤثر في مواقفه وقراراته. هذه التجربة تؤكد أن نجاح أي حملة أو نشاط توعوي لا يبدأ بالرسالة، بل يبدأ بفهم المجتمع. فالمجتمعات ليست متشابهة، ولكل مجتمع خصائصه الثقافية والاجتماعية ومصادر تأثيره المختلفة. لذلك فإن أول خطوة في التواصل المجتمعي الفعال هي معرفة من نخاطب، وكيف يفكر، وما الذي يؤثر في مواقفه وسلوكه.

الهدف العام : تمكين المشاركين من تحليل المجتمع والجمهور المستهدف قبل تصميم الرسائل أو الحملات التوعوية.



### المفاهيم الأساسية

- تحليل المجتمع
- تحليل الجمهور المستهدف.
- أصحاب المصلحة.
- التأثير الاجتماعي
- الشخصية المجتمعية
- السياق الاجتماعي والثقافي.

### المحتوى التدريبي

أولاً: مفهوم تحليل المجتمع والجمهور

يقصد بتحليل المجتمع دراسة الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تؤثر في سلوك الأفراد والجماعات. أما تحليل الجمهور فهو عملية فهم الفئة المستهدفة من حيث اهتماماتها واحتياجاتها ومخاوفها ومصادر معلوماتها.



يساعد هذا التحليل في:

- اختيار الرسائل المناسبة.
- تحديد القنوات الأكثر تأثيراً.
- توقع ردود الفعل المحتملة.
- زيادة فرص نجاح الأنشطة والحملات.

ثانياً: أهمية فهم الجمهور قبل الرسالة

من الأخطاء الشائعة في العمل المجتمعي تصميم الرسائل قبل فهم الجمهور المستهدف. فالرسالة التي تؤثر في الشباب قد لا تؤثر في كبار السن، وما ينجح في منطقة معينة قد لا ينجح في منطقة أخرى.

ولذلك يجب الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- من هو الجمهور المستهدف؟
- ما الذي يؤثر في قراراته؟
- ما مصادر معلوماته؟
- ما أبرز مخاوفه واحتياجاته؟
- ما المواقف السائدة لديه تجاه القضية المطروحة؟

ثالثاً: أصحاب المصلحة والتأثير المجتمعي

أصحاب المصلحة هم الأفراد أو الجهات التي تؤثر أو تتأثر بالقضية موضوع التوعية، ومن أمثلتهم:

- القيادات المجتمعية.
- رجال الدين.
- شيوخ العشائر.
- الشباب.
- النساء.
- المدارس والجامعات.
- الإعلام المحلي.
- منظمات المجتمع المدني.

يساعد تحديد أصحاب المصلحة على فهم مراكز النفوذ والتأثير داخل المجتمع.

## الأنشطة

النشاط الأول: خريطة أصحاب المصلحة

الهدف: 🚩

تحديد الجهات المؤثرة في المجتمع وتحليل مستوى تأثيرها على القضية المستهدفة.

آلية التنفيذ: 🚩

يقسم المشاركون إلى مجموعات صغيرة، وتقوم كل مجموعة برسم خريطة توضح العلاقات والتأثيرات المتبادلة بين الجهات الفاعلة في المجتمع.

أسئلة النقاش:

- من يمتلك التأثير الأكبر؟
- من يمكن أن يكون داعماً؟
- من قد يبدي مقاومة؟
- كيف يمكن بناء شراكات مع الجهات المؤثرة؟

النشاط الثاني: بناء الشخصية المجتمعية

الهدف:

فهم خصائص الجمهور المستهدف بصورة أكثر دقة.

آلية التنفيذ:

تقوم كل مجموعة بتطوير نموذج لشخصية تمثل إحدى الفئات المستهدفة.



عناصر التحليل:

- العمر.
- المستوى التعليمي.
- المهنة.
- مصادر المعلومات.
- الاهتمامات.
- المخاوف.
- القيم المؤثرة.

**دراسة الحالة** حملة توعوية حققت نجاحاً كبيراً في إحدى المدن لكنها لم تحقق النتائج نفسها في مدينة أخرى.

أسئلة التحليل:

- ما العوامل التي أدت إلى اختلاف النتائج؟
- ما دور الثقافة المحلية؟
- كيف أثرت المرجعيات الاجتماعية المختلفة؟
- ما الدروس المستفادة عند تصميم حملات مستقبلية؟

**التمارين التطبيقية**

التمرين الأول : اختر قضية مجتمعية، ثم صنف الجمهور إلى:

- جمهور داعم.
- جمهور محايد.
- جمهور معارض.

التمرين الثاني : صمم نموذجاً لشخصية مجتمعية لامرأة شابة تعمل في القطاع الخاص، مع تحديد:

- تطلعاتها.
- التحديات التي تواجهها.
- مصادر معلوماتها.
- الرسائل التي يمكن أن تؤثر فيها.

**اختبار الوحدة**

1. ما المقصود بتحليل الجمهور؟
2. لماذا يعد فهم الجمهور خطوة أساسية قبل تصميم الرسائل؟
3. من هم أصحاب المصلحة؟
4. ما المقصود بالشخصية المجتمعية؟
5. كيف يساهم تحليل المجتمع في نجاح الحملات التوعوية؟

## الرسائل الرئيسية

- ✓ فهم المجتمع يسبق تصميم الرسالة.
- ✓ لا توجد رسالة واحدة تناسب جميع الفئات.
- ✓ تحليل الجمهور يزيد من فرص التأثير والاستجابة
- ✓ معرفة أصحاب المصلحة تساعد على بناء شراكات أكثر فاعلية
- ✓ نجاح التواصل يعتمد على فهم السياق الاجتماعي والثقافي للمجتمع.

### Chapter One: Understanding the Community Before Engaging with It

#### Opening Narrative

In one community-based initiative, an awareness-raising campaign was launched on girls' education. The campaign relied on accurate data, statistics, and strong messaging; however, its impact remained limited. During the subsequent evaluation, it became clear that the issue was not the quality of the messages themselves, but rather the insufficient understanding of the target audience and the values shaping their attitudes and decision-making.

This experience demonstrates that the success of any campaign or outreach initiative does not begin with the message—it begins with understanding the community. Communities are not homogeneous; each has distinct cultural and social characteristics, as well as different sources of influence. Therefore, the first step in effective community engagement is to understand who we are addressing, how they think, and what shapes their attitudes and behaviours.

#### Overall Objective

To enable participants to analyze the community and target audience prior to designing communication messages or awareness-raising campaigns.

#### Key Concepts

- Community Analysis
- Target Audience Analysis
- Stakeholder Mapping
- Social Influence
- Community Persona
- Socio-cultural Context



#### Training Content

##### 1. Understanding Community and Audience Analysis

Community analysis refers to the study of the social, cultural, and economic characteristics that influence the behaviour of individuals and groups. Audience analysis, on the other hand, focuses on understanding the target group in terms of their interests, needs, concerns, and information sources.

This analysis helps in:

- Selecting appropriate messages
- Identifying the most effective communication channels
- Anticipating potential reactions
- Increasing the likelihood of successful interventions and campaigns

## 2. The Importance of Understanding the Audience Before Messaging

A common mistake in community work is designing messages before fully understanding the target audience. A message that resonates with youth may not resonate with older populations, and what works in one context may fail in another. Therefore, the following questions should be addressed:

- Who is the target audience?
- What influences their decisions?
- What are their primary information sources?
- What are their main concerns and needs?
- What are the prevailing attitudes toward the issue?

## 3. Stakeholders and Community Influence

Stakeholders are individuals or entities that affect or are affected by the issue being addressed. Examples include:

- Community leaders
- Religious leaders
- Tribal leaders
- Youth groups
- Women
- Schools and universities
- Local media
- Civil society organizations



Identifying stakeholders helps in understanding power dynamics and influence structures within the community.

### Learning Activities

#### Activity 1: Stakeholder Mapping

##### Objective:

To identify key actors within the community and analyze their level of influence on the issue.

##### Implementation:

Participants are divided into small groups. Each group develops a map illustrating relationships and influence dynamics among key community actors.

##### Discussion Questions:

- Who holds the greatest influence?
- Who can act as a supporter?
- Who may resist?
- How can partnerships be built with influential actors?



## Activity 2: Developing a Community Persona

### Objective:

To gain a deeper understanding of the target audience.

### Implementation:

Each group develops a persona representing one of the target audience segments.

### Analysis Components:

- Age
- Educational level
- Occupation
- Information sources
- Interests
- Concerns
- Influential values



### Case Study

A successful awareness campaign was implemented in one city but did not achieve the same results in another.

### Analysis Questions:

- What factors contributed to the difference in outcomes?
- What was the role of local culture?
- How did differing social norms and reference groups influence results?
- What lessons can be learned for future campaign design?

### Practical Exercises

#### Exercise 1:

Select a community issue and categorize the audience into:

- Supportive audience
- Neutral audience
- Opposing audience

#### Exercise 2:

Develop a community persona for a young woman working in the private sector, including:

- Aspirations
- Challenges
- Information sources
- Messages that may influence her

### Module Assessment Quiz

1. What is meant by audience analysis?
2. Why is understanding the audience essential before designing messages?
3. Who are stakeholders?
4. What is a community persona?
5. How does community analysis contribute to the success of awareness campaigns?

## Key Takeaways

- Understanding the community precedes message design.
- There is no single message that fits all audiences.
- Audience analysis increases the likelihood of impact and response.
- Identifying stakeholders supports more effective partnership-building.
- Effective communication depends on understanding the socio-cultural context of the community.

## الفصل الثاني تصميم الرسائل المؤثرة وإدارة الحوار المجتمعي

### السردية الافتتاحية

في إحدى حملات التوعية المجتمعية، كان المنظمون يمتلكون معلومات دقيقة وأهدافاً واضحة، لكنهم واجهوا اعتراضات وانتقادات من بعض أفراد المجتمع. ومع مرور الوقت اكتشف فريق الحملة أن المشكلة لم تكن في صحة المعلومات، بل في طريقة تقديمها وإدارة الحوار حولها. فالناس لا يتفاعلون مع الحقائق وحدها، بل مع الطريقة التي تُقدّم بها، ومدى ارتباطها بقيمتهم ومشاعرهم وتجاربهم اليومية. إن التواصل الفعال لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يشمل القدرة على بناء رسائل مؤثرة وإدارة الحوارات المجتمعية بطريقة تحترم الاختلاف وتفتح المجال للتفاهم والتغيير الإيجابي.

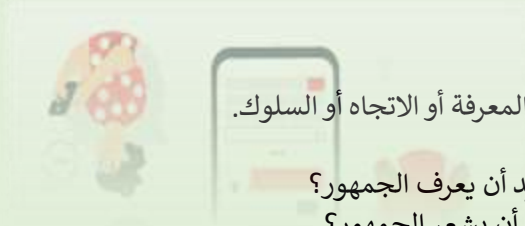
**الهدف العام :** تمكين المشاركين من تصميم رسائل توعوية مؤثرة وإدارة الحوار المجتمعي مع الفئات المختلفة بطريقة إيجابية وفعالة.



### المفاهيم الأساسية

- الرسائل التوعوية.
- الإقناع المجتمعي.
- نموذج Know – Feel – Do.
- المقاومة المجتمعية.
- الحوار الفعال.
- خطاب الكراهية.
- المعلومات المضللة.
- منهجية LARA.

### المحتوى التدريبي



أولاً: تصميم الرسائل المؤثرة  
الرسالة ليست مجرد معلومة، بل فكرة مصممة لإحداث تأثير في المعرفة أو الاتجاه أو السلوك.  
تعتمد الرسالة المؤثرة على ثلاثة عناصر رئيسية:

- Know ماذا نريد أن يعرف الجمهور؟
- Feel ماذا نريد أن يشعر الجمهور؟
- Do ماذا نريد أن يفعل الجمهور؟

### خصائص الرسالة الفعالة:

- الوضوح
- البساطة.
- الارتباط بحياة الناس.
- المصداقية.
- وجود دعوة واضحة للفعل.



## الأخطاء الشائعة في تصميم الرسائل :

- استخدام لغة معقدة.
- التركيز على المعلومات فقط.
- تجاهل احتياجات الجمهور.
- غياب الأمثلة الواقعية.
- عدم وجود دعوة للفعل.

## ثانياً: إدارة الحوار المجتمعي

التغيير المجتمعي لا يحدث دائماً بسهولة، إذ قد تواجه الرسائل التوعوية أشكالاً مختلفة من المقاومة المجتمعية مثل:

- الرفض المباشر.
- التشكيك بالأفكار أو الجهات المنفذة.
- ربط القضية بعبادات أو تقاليد معينة.
- نشر معلومات غير دقيقة.
- خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

## ثالثاً: منهجية LARA في الحوار

### Listen

الاستماع الفعال لفهم الرأي الآخر.

### Affirm

إظهار الاحترام والتقدير للمخاوف والآراء المطروحة.

### Respond

الرد بطريقة هادئة ومهنية.

### Add Information

تقديم معلومات إضافية تساعد على توضيح الصورة.

## الأنشطة

النشاط الأول: تطوير رسالة ضعيفة إلى رسالة قوية

الهدف: 🚩

تعزيز قدرة المشاركين على تحويل المعلومات إلى رسائل مؤثرة.

النشاط الثاني: دقيقة واحدة للإقناع

الهدف: 🚩

تنمية مهارات الإقناع والتواصل الشفهي.

النشاط الثالث: لعب الأدوار

الهدف: 🚩

التدريب على إدارة الحوارات المجتمعية والتعامل مع الاعتراضات.

## دراسة الحالة

خلال حملة توعوية حول مشاركة المرأة في الحياة العامة، واجه فريق الحملة اعتراضات مجتمعية واسعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

### أسئلة التحليل:

- ما أسباب الاعتراض؟
- كيف كان يمكن التعامل معه؟
- ما الرسائل البديلة الممكن استخدامها؟
- كيف يمكن توظيف منهجية LARA في هذا الموقف؟



### التمارين التطبيقية

#### التمرين الأول

إعادة صياغة رسالة توعوية بحيث تتضمن عناصر:  
Know – Feel – Do.

#### التمرين الثاني

إعداد ردود هادئة ومهنية على ثلاثة اعتراضات مجتمعية مختلفة.

### اختبار الفصل

1. ما الفرق بين المعلومة والرسالة؟
2. ما عناصر نموذج Know – Feel – Do؟
3. ما المقصود بالمقاومة المجتمعية؟
4. ما خطوات منهجية LARA؟
5. كيف يمكن التعامل مع المعلومات المضللة؟

### الرسائل الرئيسية

- ✓ الرسالة المؤثرة تجمع بين المعرفة والعاطفة والسلوك.
- ✓ الحوار أكثر فاعلية من المواجهة.
- ✓ الاستماع الجيد أساس بناء الثقة.
- ✓ إدارة الاعتراضات جزء طبيعي من العمل المجتمعي
- ✓ احترام الجمهور يزيد فرص التأثير والتغيير.

## Chapter Two: Designing Impactful Messages and Facilitating Community Dialogue

### Opening Narrative

In one community awareness campaign, the organizers had accurate information and clear objectives; however, they faced objections and criticism from some community members. Over time, the team realized that the issue was not the accuracy of the information itself, but rather the way it was presented and how dialogue around it was managed.

People do not respond to facts alone; they respond to how those facts are communicated and the extent to which they relate to their values, emotions, and lived experiences.

Effective communication goes beyond transmitting information. It involves the ability to design impactful messages and facilitate community dialogue in a way that respects differences and opens space for understanding and positive change.

### Overall Objective

To enable participants to design effective awareness-raising messages and facilitate community dialogue with diverse groups in a positive and effective manner.

### Key Concepts

- Awareness Messages
- Community Persuasion
- Know–Feel–Do Model
- Community Resistance
- Effective Dialogue
- Hate Speech
- Misinformation
- LARA Approach



### Training Content

#### 1. Designing Impactful Messages

A message is not merely information; it is an idea designed to influence knowledge, attitudes, or behaviour.

An impactful message is based on three core elements:

- Know: What do we want the audience to know?
- Feel: What do we want the audience to feel?
- Do: What do we want the audience to do?

Characteristics of an effective message:

- Clarity
- Simplicity
- Relevance to people's lives
- Credibility
- A clear call to action

Common mistakes in message design:

- Using overly complex language
- Focusing only on information

- Ignoring audience needs
- Lack of real-life examples
- Absence of a clear call to action

## 2. Community Dialogue Management

Social change does not always happen smoothly, as awareness messages may encounter various forms of community resistance, such as:

- Direct rejection
- Questioning ideas or implementing actors
- Linking the issue to customs or traditions
- Spreading inaccurate information
- Hate speech on social media platforms

## 3. The LARA Approach to Dialogue

- Listen: Active listening to understand the other perspective.
- Affirm: Showing respect and acknowledging concerns and viewpoints.
- Respond: Responding in a calm and professional manner.
- Add Information: Providing additional information to clarify understanding.

## Learning Activities

### Activity 1: Transforming a Weak Message into a Strong Message

#### Objective:

To strengthen participants' ability to transform information into impactful messages.

### Activity 2: One-Minute Persuasion Challenge

#### Objective:

To develop persuasion and verbal communication skills.

### Activity 3: Role-Play Exercise

#### Objective:

To practice managing community dialogue and responding to objections.

## Case Study

During an awareness campaign on women's participation in public life, the campaign team faced widespread objections on social media platforms.

#### Analysis Questions:

- What were the reasons behind the objections?
- How could they have been addressed?
- What alternative messages could have been used?
- How can the LARA approach be applied in this situation?

## Practical Exercises

### Exercise 1:

Reframe an awareness message to include the Know–Feel–Do components.

### Exercise 2:

Develop calm and professional responses to three different community objections.

## Module Assessment

1. What is the difference between information and a message?
2. What are the components of the Know-Feel-Do model?
3. What is meant by community resistance?
4. What are the steps of the LARA approach?
5. How can misinformation be addressed?



## Key Takeaways

- An effective message integrates knowledge, emotion, and behaviour.
- Dialogue is more effective than confrontation.
- Active listening is essential for building trust.
- Managing objections is a natural part of community work.
- Respecting the audience increases the likelihood of influence and change.

## الفصل الثالث التواصل الرقمي وحملات التأثير المجتمعي

### السردية الافتتاحية

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي اليوم جزءاً أساسياً من حياة الأفراد والمجتمعات، وأحد أهم المصادر التي تشكل الآراء والمواقف والسلوكيات. وفي كثير من الأحيان قد تنتشر معلومة أو قصة خلال ساعات قليلة لتصل إلى آلاف الأشخاص، مما يجعل التواصل الرقمي فرصة كبيرة للتوعية والتأثير، وفي الوقت نفسه مسؤولية تتطلب التخطيط والدقة.

**الهدف العام :** تمكين المشاركين من استخدام أدوات التواصل الرقمي لتصميم ونشر محتوى توعوي مؤثر يدعم قضايا المرأة ويعزز التفاعل المجتمعي الإيجابي.

### المفاهيم الأساسية :



- الإعلام الرقمي.
- لمحتوى الرقمي.
- التفاعل الرقمي.
- الحملات الرقمية.
- الجمهور الرقمي.
- إدارة المحتوى.

### المحتوى التدريبي

أولاً: أهمية الإعلام الرقمي : يساهم الإعلام الرقمي في:

نشر المعلومات بسرعة.

• الوصول إلى جمهور واسع.



- تعزيز المشاركة المجتمعية.
- دعم حملات المناصرة والتوعية.

ثانياً: عناصر الحملة الرقمية الناجحة

- الجمهور المستهدف.
- الرسالة الأساسية.
- المحتوى المناسب.
- المنصة المناسبة.
- التوقيت.
- التفاعل والمتابعة.

ثالثاً: أنواع المحتوى الرقمي

- المنشورات النصية.
- الصور والإنفوGRAف.
- القصص القصيرة.
- الفيديوهات القصيرة.
- الرسائل التوعوية.

رابعاً: أخطاء شائعة في الحملات الرقمية

- النشر دون هدف واضح.
- تجاهل الجمهور المستهدف.
- عدم متابعة التفاعل.
- التركيز على المعلومات دون قصص إنسانية.
- ضعف الهوية البصرية.



الأنشطة

النشاط الأول: تحليل حملة توعوية ناجحة

الهدف:

التعرف على عوامل النجاح في الحملات الرقمية.

النشاط الثاني: إنتاج محتوى رقمي

إعداد:

- منشور فيسبوك.
- قصة قصيرة.
- رسالة واتساب.
- فكرة فيديو توعوي.

النشاط الثالث: غرفة الأخبار

الهدف :

التدريب على الاستجابة السريعة للأحداث والمعلومات المضللة.

## دراسة الحالة

تحليل حملة رقمية نجحت في زيادة التفاعل المجتمعي مع قضية تتعلق بحقوق المرأة.

### التمارين التطبيقية

- إعداد خطة محتوى أسبوعية.
- تصميم منشور توعوي.
- كتابة رسالة تصحيح معلومة مضللة.

### اختبار الفصل



1. ما أهمية الإعلام الرقمي؟
2. ما عناصر الحملة الرقمية الناجحة؟
3. ما أنواع المحتوى الرقمي؟
4. كيف يمكن زيادة التفاعل؟
5. ما أبرز أخطاء الحملات الرقمية؟

### الرسائل الرئيسية

- الإعلام الرقمي أداة للتأثير والتوعية.
- المحتوى الجيد يبدأ بفهم الجمهور.
- التفاعل جزء من نجاح الحملة.
- المصداقية أساس الثقة الرقمية.
- التخطيط يسبق النشر.

## Chapter Three: Digital Communication and Community Impact Campaigns

### Opening Narrative

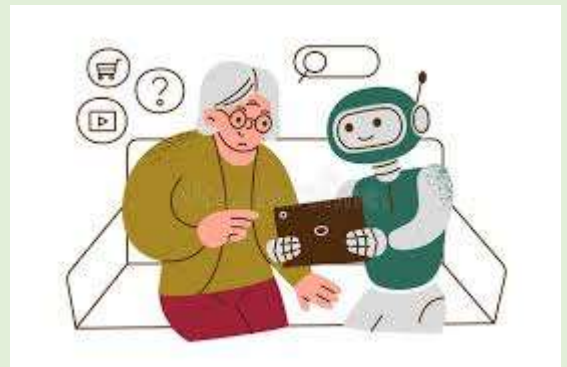
Social media has become an essential part of individuals' and communities' lives, and one of the most influential sources shaping opinions, attitudes, and behaviours. In many cases, a piece of information or a story can spread within hours to reach thousands of people. This makes digital communication a powerful opportunity for awareness-raising and influence, while also placing a responsibility that requires careful planning and accuracy.

### Overall Objective

To enable participants to use digital communication tools to design and disseminate impactful awareness content that supports women's rights issues and promotes positive community engagement.

### Key Concepts

- Digital Media
- Digital Content
- Digital Engagement
- Digital Campaigns
- Digital Audience
- Content Management



## **Training Content**

### **1. The Importance of Digital Media**

Digital media contributes to:

- Rapid dissemination of information
- Reaching a wide audience
- Enhancing community participation
- Supporting advocacy and awareness-raising campaigns

### **2. Elements of a Successful Digital Campaign**

- Target audience
- Core message
- Appropriate content
- Suitable platform
- Timing
- Engagement and follow-up



### **3. Types of Digital Content**

- Text posts
- Images and infographics
- Short stories
- Short videos
- Awareness messages

### **4. Common Mistakes in Digital Campaigns**

- Publishing without a clear objective
- Ignoring the target audience
- Lack of engagement monitoring
- Focusing on information rather than human stories
- Weak visual identity

## **Learning Activities**

### **Activity 1: Analysis of a Successful Awareness Campaign**

#### **Objective:**

To identify success factors in digital campaigns.

### **Activity 2: Digital Content Production**

Participants are required to produce:

- A Facebook post
- A short story
- A WhatsApp message
- An idea for an awareness video

### **Activity 3: Newsroom Simulation**

#### **Objective:**

To practice rapid response to emerging events and misinformation.

### Case Study

Analysis of a digital campaign that successfully increased community engagement on a women's rights-related issue.

### Practical Exercises

- Develop a weekly content plan
- Design an awareness-raising post
- Write a message correcting misinformation

### Module Assessment

1. What is the importance of digital media?
2. What are the elements of a successful digital campaign?
3. What are the types of digital content?
4. How can engagement be increased?
5. What are the main mistakes in digital campaigns?

### Key Takeaways

- Digital media is a tool for influence and awareness-raising.
- Effective content starts with understanding the audience.
- Engagement is a key factor in campaign success.
- Credibility is the foundation of digital trust.
- Planning comes before publishing.



## الفصل الرابع تصميم حملات التوعية والسرديات المجتمعية

### السردية الافتتاحية

وراء كل موقف أو رأي أو سلوك مجتمعي توجد قصة أكبر تشكل طريقة فهم الناس للعالم من حولهم. وتعرف هذه القصص بالسرديات المجتمعية. وعندما تنجح الحملات في فهم هذه السرديات والتعامل معها بذكاء، تصبح أكثر قدرة على تحقيق التغيير الإيجابي.

### الهدف العام

تمكين المشاركين من تصميم حملات توعية مجتمعية متكاملة تستند إلى فهم السرديات والقيم المجتمعية.

### المفاهيم الأساسية



- الحملات المجتمعية.
- التخطيط الاستراتيجي.
- السرديات المجتمعية.
- السرديات البديلة.
- مؤشرات القياس.
- التقييم والمتابعة.
- المحتوى التدريبي
- أولاً: تصميم حملات التوعية
- خطوات تصميم الحملة:

1. تحديد المشكلة.
2. تحديد الجمهور المستهدف.

3. تطوير الرسائل الأساسية.

4. اختيار الوسائل المناسبة.

5. إعداد خطة التنفيذ.

6. قياس النتائج.

ثانياً: مؤشرات النجاح

- عدد المشاركين.
- التفاعل المجتمعي.
- مدى الوصول.
- تغير المعرفة والمواقف.
- تنفيذ الأنشطة المخطط لها.

ثالثاً: السرديات المجتمعية

السردية هي القصة أو الفكرة العامة التي يستخدمها الناس لفهم القضايا المختلفة.

أمثلة: سلبية

- المرأة مكانها البيت.
- تعليم الفتيات غير ضروري.
- مشاركة المرأة تهدد دور الرجل.

رابعاً: بناء السرديات البديلة

بدلاً من الصدام مع السرديات السائدة، يمكن تقديم سرديات أكثر إيجابية مثل:

- تعليم الفتيات يساهم في بناء أسر أكثر استقراراً.
- مشاركة المرأة تدعم التنمية المجتمعية.
- تمكين المرأة يعزز استقرار الأسرة والمجتمع.

الأنشطة

النشاط الأول: تحليل سردية مجتمعية.

النشاط الثاني: بناء سردية بديلة.

النشاط الثالث: تصميم حملة توعية متكاملة.

دراسة الحالة

تحليل حملة مجتمعية نجحت في تغيير بعض التصورات الاجتماعية من خلال بناء سردية إيجابية بديلة.

التمارين التطبيقية

- إعداد خطة حملة توعية.
- تصميم شعار للحملة.
- تحديد مؤشرات النجاح.
- بناء رسائل رئيسية للحملة.



## اختبار الفصل

1. ما المقصود بالسردية؟
2. لماذا تؤثر السرديات في نجاح الحملات؟
3. ما خطوات تصميم الحملة؟
4. ما أهمية مؤشرات القياس؟
5. كيف يمكن بناء سردية بديلة؟

## الرسائل الرئيسية

- التخطيط أساس نجاح الحملات.
- السرديات تؤثر في قبول الرسائل أو رفضها.
- التغيير يبدأ بفهم المجتمع وقيمه.
- الحملات الناجحة تقدم بديلاً مقنعاً لا صداماً مباشراً.
- قياس النتائج جزء أساسي من عملية التعلم والتطوير.

## أدوات التدريب والتقييم



- الاختبار القبلي
- الاختبار البعدي
- استمارة ملاحظة الأداء
- استمارة تقييم المشاركين
- معايير تقييم المهارات
  - مهارة الإقناع
  - مهارة الحوار
  - تصميم الرسائل
  - العمل الجماعي
- خطة المتابعة بعد التدريب

## Chapter Four: Designing Awareness Campaigns and Community Narratives

### Opening Narrative

Behind every attitude, opinion, or social behaviour lies a broader story that shapes how people understand the world around them. These stories are known as *community narratives*. When campaigns succeed in understanding and engaging with these narratives effectively, they become far more capable of driving positive social change.

### Overall Objective

To enable participants to design integrated community awareness campaigns based on an understanding of community narratives and values.

### Key Concepts

- Community Campaigns
- Strategic Planning
- Community Narratives
- Alternative Narratives
- Indicators
- Monitoring and Evaluation



## Training Content

### 1. Designing Awareness Campaigns

Steps of campaign design:

1. Identify the problem
2. Define the target audience
3. Develop key messages
4. Select appropriate channels
5. Prepare an implementation plan
6. Measure results



### 2. Success Indicators

- Number of participants reached
- Level of community engagement
- Reach and visibility
- Changes in knowledge and attitudes
- Implementation of planned activities

### 3. Community Narratives

A narrative is the overarching story or idea people use to understand different issues.

**Examples of negative narratives:**

- “A woman’s place is at home.”
- “Educating girls is not necessary.”
- “Women’s participation threatens men’s roles.”

### 4. Building Alternative Narratives

Instead of confronting dominant narratives directly, more positive and constructive narratives can be introduced, such as:

- Educating girls contributes to stronger and more stable families
- Women’s participation supports community development
- Women’s empowerment enhances the stability of families and society

## Learning Activities

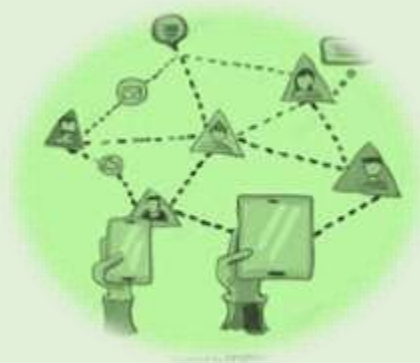
- Community narrative analysis exercise
- Alternative narrative development exercise
- Design of a comprehensive awareness campaign

## Case Study

Analysis of a community campaign that successfully shifted certain social perceptions by introducing a positive alternative narrative.

## Practical Exercises

- Develop an awareness campaign plan
- Design a campaign logo
- Define success indicators
- Develop key campaign messages



## Module Assessment

1. What is meant by a narrative?
2. Why do narratives influence the success of campaigns?
3. What are the steps of campaign design?
4. Why are monitoring indicators important?
5. How can an alternative narrative be developed?

## Key Takeaways

- Planning is the foundation of successful campaigns.
- Narratives influence whether messages are accepted or rejected.
- Change begins with understanding community values and context.
- Effective campaigns offer alternatives rather than direct confrontation.
- Measuring results is essential for learning and improvement.

## Training and Evaluation Tools

- Pre-test
- Post-test
- Performance observation form
- Participant evaluation form

### Skills Assessment Criteria:

- Persuasion skills
- Dialogue and communication skills
- Message design
- Teamwork
- Post-training follow-up plan

