

لا تتبرع  
إلا بأمان

المركز الوطني لتنمية  
القطاع غير الربحي  
National Center for  
Non-Profit Sector



الإطار الاتصالي للمنظمات  
غير الربحية لحملة

لا تتبرع إلا بأمان

# المقدمة

في شهر رمضان المبارك، حيث يتضاعف العطاء وتتسع دوائر التبرع، تتعاظم المسؤولية المشتركة في حماية هذا العطاء وهونه من أي ممارسات قد تُضعف أثره أو تُسيء إلى ثقة المتبرعين.

ومن هذا المنطلق، تأتي حملة **«لا تتبرع إلا بأمان»** بوصفها مظلة وطنية جامعة، تهدف إلى توحيد الخطاب الاتصالي في موسم العطاء، وتعزيز مفهوم التبرع الآمن باعتباره ممارسة واعية، ومنظومة متكاملة، ومسؤولية تشاركية بين الجهات المنظمة، والمنظمات غير الربحية، والمتبرعين.

يقدم المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي هذا الإطار الاتصالي للمنظمات غير الربحية؛ ليكون مرجعًا مشتركًا لرسائلها خلال شهر رمضان، بما يضمن انسجام الخطاب، وتعزيز الموثوقية، وتكامل الجهود في حماية المتبرع، وتعظيم الأثر، وترسيخ الثقة في منظومة التبرعات.

## الرسائل الإستراتيجية

01

الدلالة الإستراتيجية

الرسائل الفرعية



التبرع الآمن التزام مشترك  
لا رسالة توعوية فقط

التبرع الآمن ليس توجيهًا للمتبرع فحسب، بل سلوك مؤسسي تمثله المنظمات في ممارستها اليومية.

• كل منظمة غير ربحية شريك في حماية ثقة المتبرع.

• سلامة التبرع تبدأ من التزام الجهة قبل قرار المتبرع.

• توحيد الخطاب حول التبرع الآمن يعزز مصداقية القطاع ككل.

02

الدلالة الإستراتيجية

الرسائل الفرعية

القنوات المعتمدة عنوان  
الثقة ومظلة الأمان



الحديث عن القنوات ليس تحذيرًا، بل تأكيد على الشرعية والمهنية.

• القنوات المعتمدة تمثل الضمان النظامي لوصول التبرع لمستحقه.

• التزام المنظمات بالقنوات المرخصة يعكس نضجها المؤسسي.

• الحملات النظامية هي الطريق الآمن لتعظيم الأثر وحماية السمعة.

## الرسائل الإستراتيجية

03

الدلالة الإستراتيجية

الرسائل الفرعية

الشفافية والوضوح لفئة 

الشفافية ليست استجابة للرقابة، بل أسلوب تواصل مع المجتمع.

- إيضاح أوجه الصرف جزء من احترام المتبرع.
- مشاركة تقارير الأثر تحوّل المتبرع إلى شريك طويل الأمد.
- الوضوح في الرسائل يعزز تجربة التبرع ويرفع مستوى الرضا.
- كل معلومة واضحة تقلل الشك وتعزز الثقة في القطاع بأكمله.

04

الدلالة الإستراتيجية

الرسائل الفرعية

في رمضان نُمثل القطاع كما يجب 

رمضان ليس موسم جمع فقط، بل موسم تمثيل للقيم.

- مواسم العطاء تتطلب أعلى مستويات الالتزام والوعي.
- الخطاب المسؤول يحمي التبرعات من الاستغلال أو التشويه.
- «لا تتبرع إلا بأمان» رسالة جامعة لعطاء يصل ويحدث أثره.
- التزام المنظمات بالحملة يعكس وحدة القطاع أمام المجتمع.

01

# الهوية الإرشادية

01 شعار لون واحد

لا تَتَّبِعْ  
إِلَّا بِأَمَانٍ

01 شعار ثنائية اللون

لا تَتَّبِعْ  
إِلَّا بِأَمَانٍ

للوصول إلى ملف الشعار اضغط هنا



# لا تتب مع الامان

## الاستخدامات الصحيحة

01 شعار قياسي



02 معكوس



03 لون واحد - أسود



04 لون واحد - أبيض



## الاستخدامات الخاطئة



03 عدم وضع ظل خلف الشعار



02 عدم تغيير وضعية وأبعاد الشعار



01 عدم تغيير ملامح أو ألوان الشعار



06 عدم عمل اوتلاين للشعار



05 عدم تغيير لون الشعار



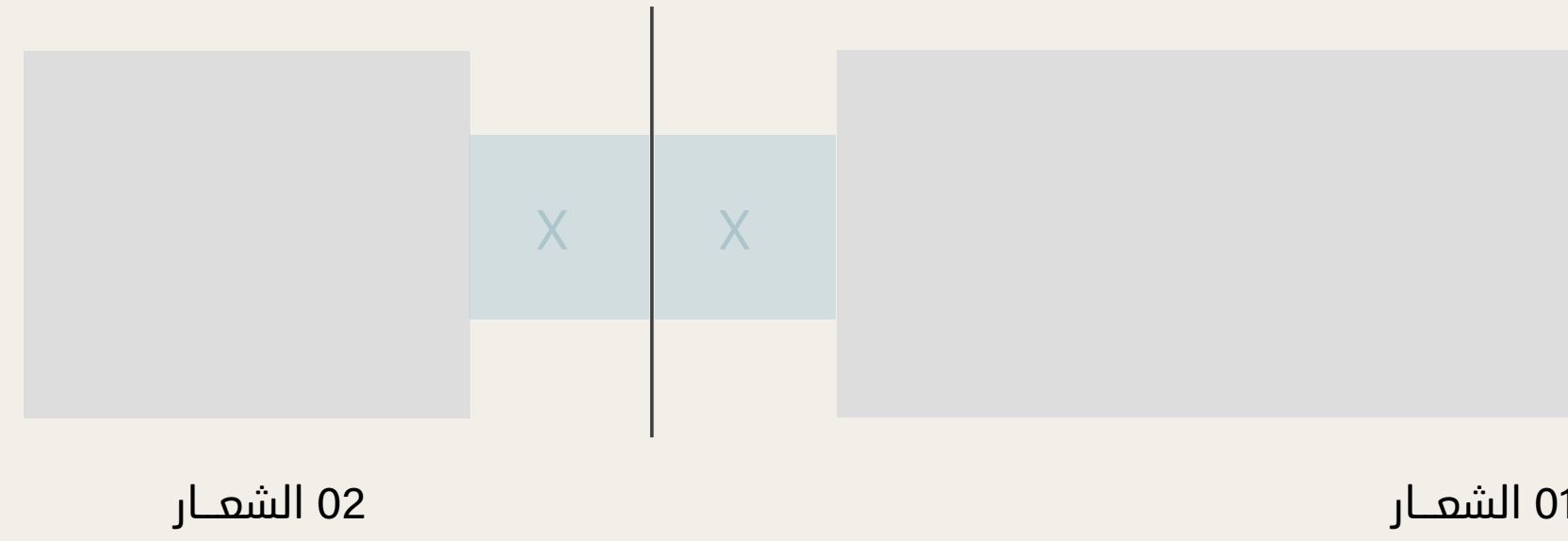
04 عدم تدوير الشعار أو تغيير زاويته



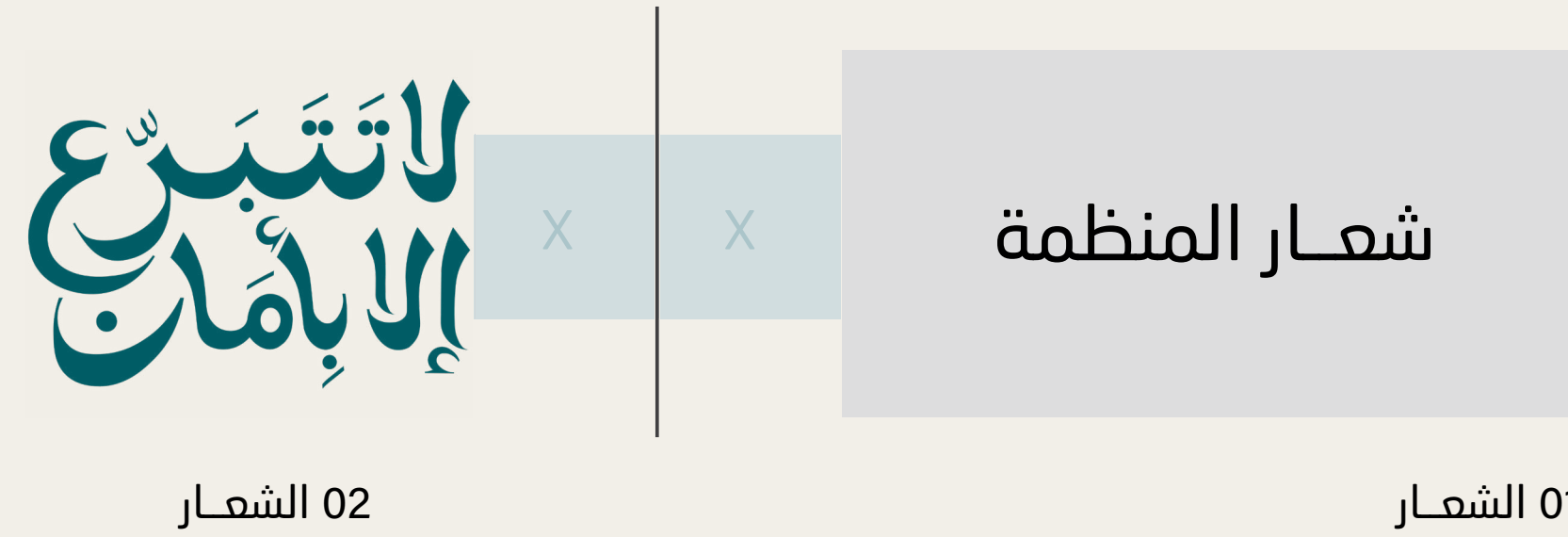
المسافة  
الآمنة

## مقاسات الشار

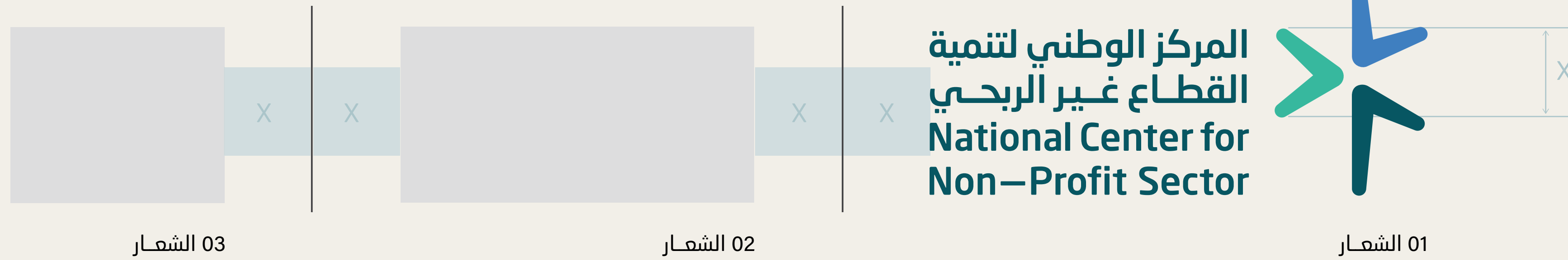
## شعار الحملة مع شعار المركز والمنظمة

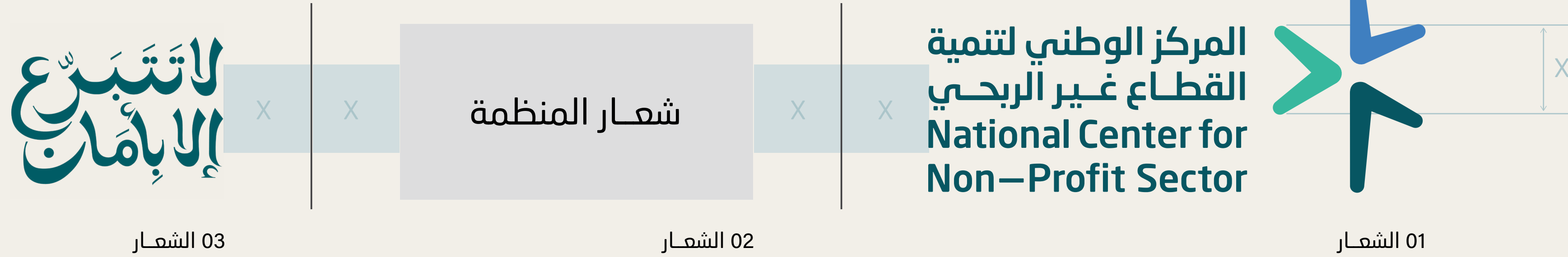


## شعار الحملة مع شعار المنظمة



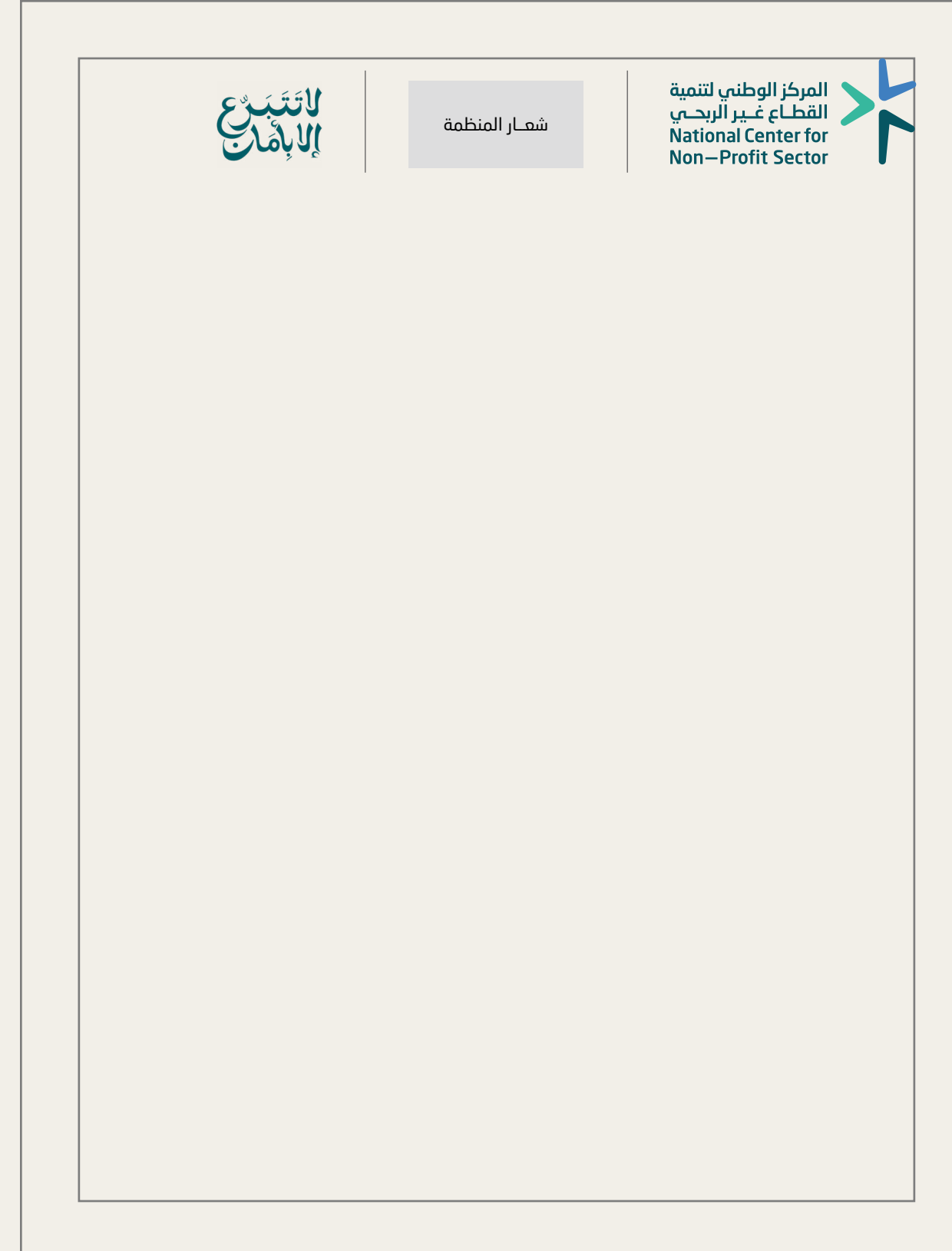
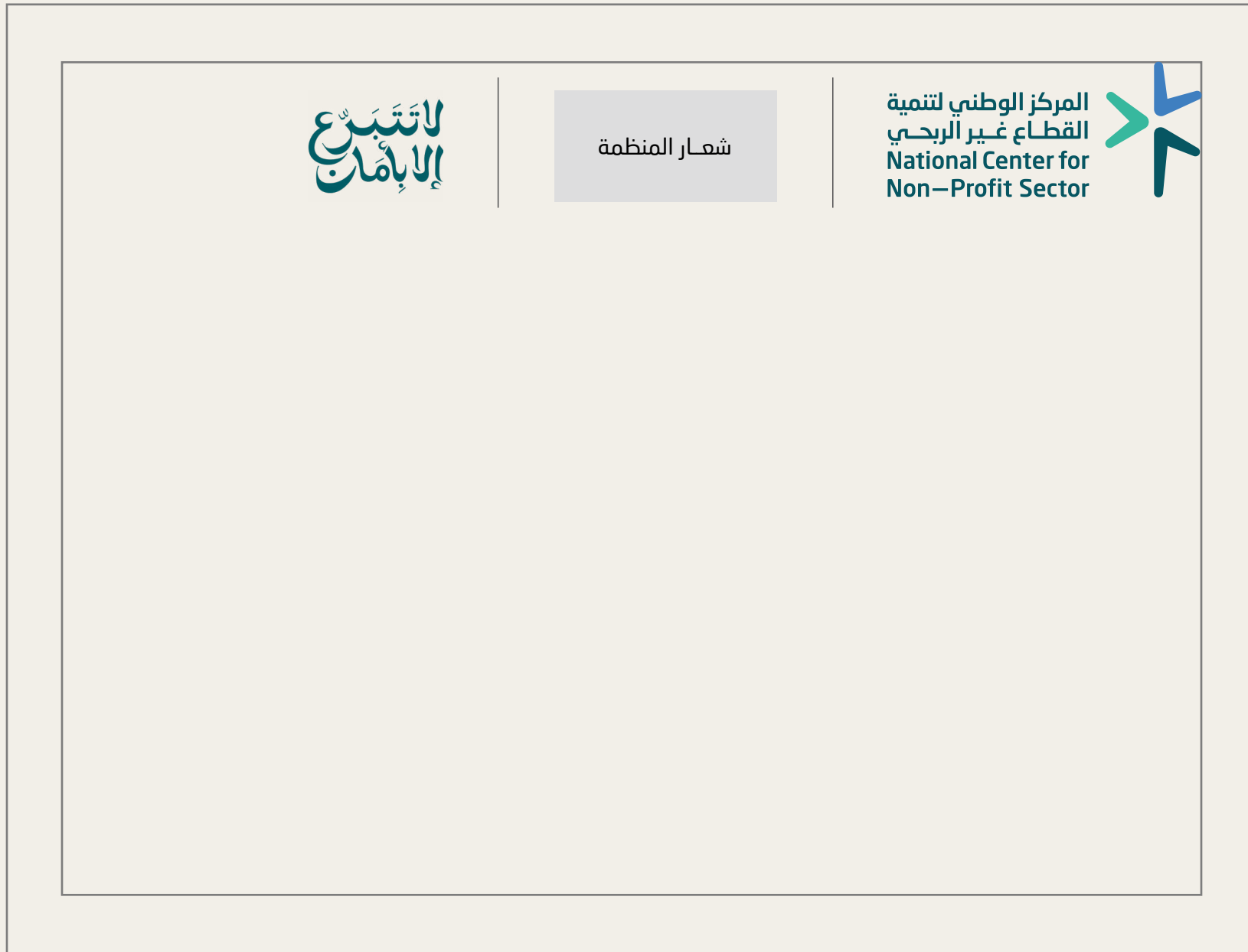
## شعار الحملة مع شعار المركز والمنظمة

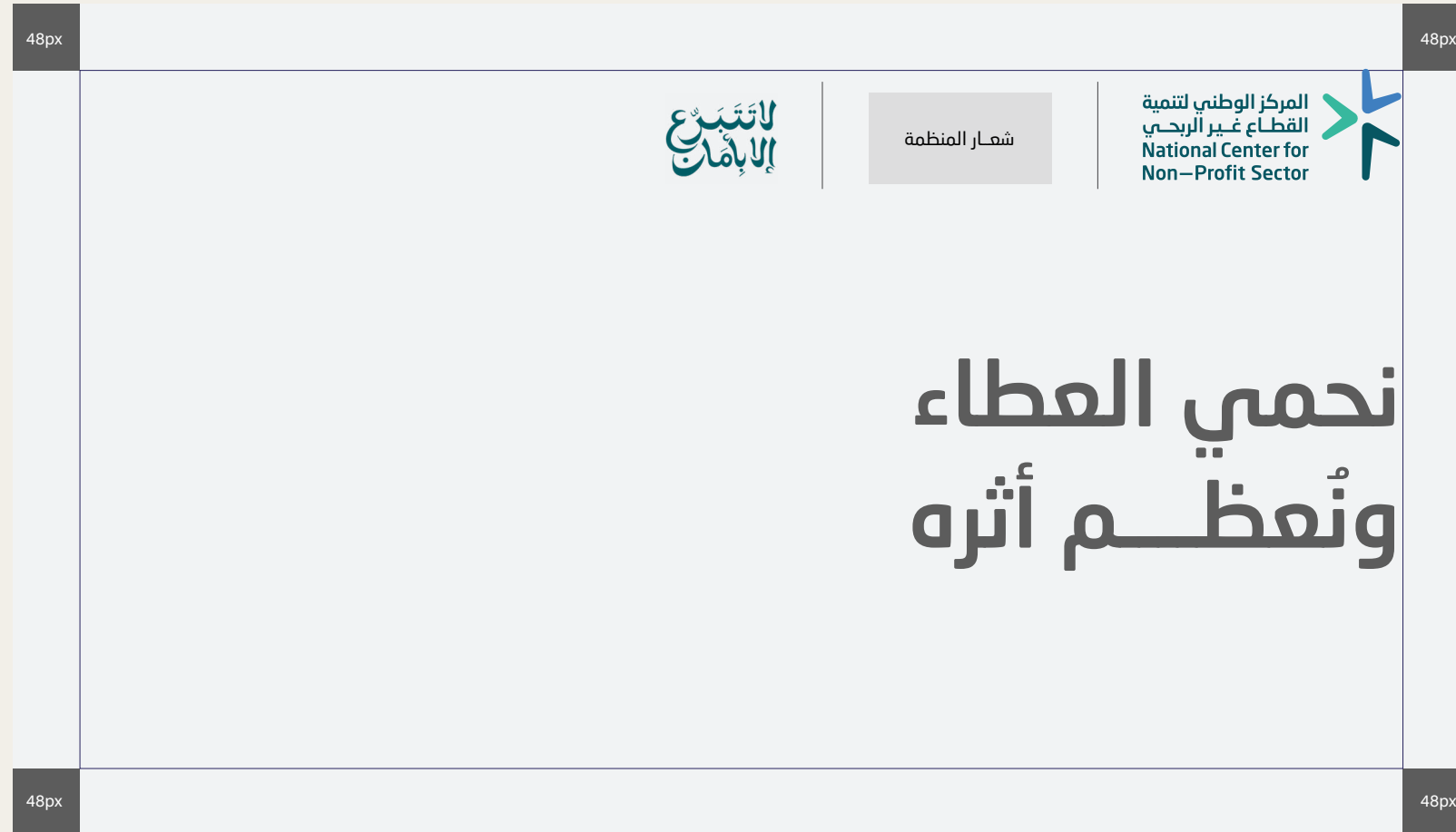




## شعار الحملة مع شعار المركز والمنظمة

## أماكن وضع الشعار





## تصاميم شبكات التواصل الاجتماعي

# ختاماً

تأتي هذه الرسائل متكاملةً مع الحملة الإعلامية التي يطلقها المركز خلال شهر رمضان المبارك تحت شعار **«لا تتبرع إلا بأمان»**، بوصفها إطاراً وطنياً جامعاً يهدف إلى رفع وعي المجتمع، وتوحيد الخطاب الاتصالي، وتعزيز الالتزام بالقنوات المعتمدة.

ويُعَوّل على المنظمات غير الربحية بوصفها شريكاً رئيساً في تمثيل هذه الرسالة، ونقلها إلى المجتمع، وترسيخ ممارسات التبرع الآمن، بما يسهم في حماية المتبرعين، وتعظيم الأثر، وتعزيز الثقة في منظومة القطاع غير الربحي.

المركز الوطني لتنمية  
القطاع غير الربحي  
National Center for  
Non-Profit Sector



# بكم تكتمل الثقة بالتبرعات

شكراً لكم  
thank you