

وسائل التواصل الاجتماعي في حالات الطوارئ

08 ديسمبر 2023

النقاط الرئيسية

- احرص على قراءة المبادئ التوجيهية لاتصالات أخلاقية وعلى فهمها وتنفيذها قبل أن تبدأ بجمع المحتوى
- وثّق ما تلاحظه: التقط الصور وسجّل الفيديوهات القصيرة
- التمس موافقة مستنيرة من جميع الأشخاص الظاهرين في الصور الفوتوغرافية التي التقطتها والفيديوهات التي سجّلتها تأكّد من أنهم يفهمون أنّ صورهم يمكن أن تنتشر بشكلٍ واسع على منصات وسائل التواصل الاجتماعي وأن تظهر على التلفزيون وفي المقالات الإخبارية على الإنترنت، وما إلى ذلك
- أفسح المجال أمام الأشخاص حيثما أمكن ذلك لكي يتحدثوا عن تجاربهم الخاصة ولا تتحدّث نيابةً عنهم. عند تسجيل فيديو،
- احمّل الكاميرا بشكلٍ عمودي للتصوير بأفضل شكل ممكن لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي
- تأكّد من حفظ نسخة احتياطية من المحتوى على مساحة تخزين مشتركة مثل SharePoint أو Dropbox أو على السحابة

1. لمحة عامة

تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي أداةً فعالة بيد موظفي المفوضية العاملين في حالات الطوارئ نظراً إلى إمكانية استخدامها لتزويد الشركاء والصحفيين والجهات المانحة والزملاء والمجتمعات المتضررة بمعلومات ومحتويات آنية وذات صلة قد تم التحقق من صحتها يحدّد هذا الدليل السياسات والمبادئ وأفضل الممارسات وبعض النصائح المتعلقة بجمع المحتوى لوسائل التواصل الاجتماعي والتوعية في حالات الطوارئ.

تُعدّ منصات وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة جداً لمشاركة المعلومات بسرعة مع أعداد كبيرة من الناس وللإستماع إلى محادثات ذات صلة على الإنترنت ولمنع انتشار المعلومات الخاطئة أو التضليل الإعلامي والتصديّ لهما، وهي فعالة جداً

في حالات الطوارئ لأنها تمكّنك من تزويد الزملاء والشركاء والصحفيين والمانحين والأشخاص المتضررين من الأزمة بمعلومات ومحتويات آنية وذات صلة قد تم التحقق من صحتها. وأشهر منصات وسائل التواصل الاجتماعي هي فيسبوك، وإكس، ويوتيوب، وتيك توك، ولينكد إن، وثريدز وإنستغرام. تختلف هذه المنصات ويجب أن يفهم الموظفون الفروقات فيما بينها واستخدام المنصة الأكثر ملاءمة، علماً أنّ اختيار المنصة يختلف بين منطقة وأخرى ويعتمد على نوع المحتوى والجمهور المستهدفة.

تمتلك المفوضية حسابات مؤسسية عديدة على وسائل التواصل الاجتماعي. وإنّ القسم العالمي لوسائل التواصل الاجتماعي التي تنتشر عبر المناطق الزمنية تدير الحسابات العالمية باللغتين الإنجليزية والفرنسية. أمّا الحسابات الإقليمية والقُطرية، فتتم إدارتها محلياً حيث يدير مكتب المفوضية في الأمريكتين الحسابات الإسبانية، بينما يدير مكتب المفوضية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الحسابات العربية. إضافةً إلى ذلك، تشجّع المفوضية القائمين بالتواصل وسائر الموظفين على استخدام حسابات التواصل الاجتماعي من أجل مشاركة خبراتهم ومحتواهم ومعلوماتهم، تبعاً [للمبادئ التوجيهية للمفوضية بشأن الاستخدام الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي](#).

في عمليات الطوارئ، يمكن أن يشارك الموظفون المنخرطون مباشرةً في العملية معلومات محدّثة من خلال حساباتهم الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي. ويمكن إعادة مشاركة هذه المعلومات من خلال الحسابات المؤسسية التي تحظى في معظم الحالات بأعداد أكبر من المتابعين. وتعتبر الثقة عنصراً أساسياً في وسائل التواصل الاجتماعي حيث يريد المتابعون خلال عمليات الطوارئ الحصول على معلومات آتية مباشرةً من مكان الحدث وليس من المقر الرئيسي. ومع ذلك، امتنع تماماً عن نشر أي معلومات أو محتويات لم يتم التحقق من صحتها أو تم الحصول عليها بدون موافقة مستنيرة أو التي قد تعرّض اللاجئين وملتمسي اللجوء والأشخاص عديمي الجنسية وجميع المتضررين من الأزمة للخطر أو التي تفصح عن معلومات شخصية عن هؤلاء الأشخاص مثل أرقام هواتفهم وعناوينهم وأرقام هوياتهم الوطنية.

2. التوجيه الرئيسي

[المبادئ التوجيهية بشأن الاستخدام الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي](#) والأمر الإداري بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

- تشرح الفروقات الأساسية بين الحسابات المؤسسية والحسابات الشخصية.
- تقدّم إرشادات بشأن الأمور المناسبة وغير المناسبة للنشر.
- تعدد أبرز النصائح لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

أهم نقطة يجب أن تضعها في اعتبارك هي أنّك حتى إذا نشرت المحتوى على حسابك الشخصي في وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن لأولئك الذين يستخدمون تلك المعلومات أن ينسبوا مباشرةً للمفوضية. لذلك، من المهم ألا يتم نشر التحديثات إلا من جانب أقرب الموظفين إلى العملية. تجدر الإشارة أيضاً إلى أنّ وسائل التواصل الاجتماعي هي عبارة عن منابر عامة، فلا تنشر أي محتوى لست مستعداً للتحدث عنه أثناء مقابلة على الإذاعة أو التلفزيون.

توصيات بشأن الممارسات الجيدة أبرز

النصائح لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

- **استخدم المنطق السليم:** فكّر قبل أن تضغط على زر النشر أو المشاركة. وعندما تشارك معلومات عن وقائع أو آراء معيّنة، تذكر أنّ البعض قد يفترض أنّك تؤيدها.
- **كن صادقاً:** لا تلجأ إلى التضليل ولا تفسح المجال أمام تفسيرات خاطئة. فإذا لم تكن شاهداً على الحدث، لا تُعطِ أي انطباع بأنك رأيته بأم عينيك. فهذا يجعل مصداقية المفوضية عُرضة للخطر.
- **كن د:** يمكن للأرقام القديمة أو المعلومات المغلوطة أن تنتشر بسرعة على وسائل التواصل الاجتماعي. تحقق دائماً مرتين من الوقائع قبل نشرها.
- **كن واضحاً:** إذا كان منشورك يحمل تفسيرات خاطئة، ابحث عن طريقة أوضح للتعبير عن رسالتك.
- **كن حسن التقدير.** اترك الشؤون الحساسة للموظفين المأذون لهم تحديداً بالتحدث عن هذه المواضيع. وعندما تساورك الشكوك، استشر المشرف المسؤول عنك.
- **حافظ على السرية:** امتنع عن مشاركة أي معلومات غير موجهة للجماهير الخارجية مثل تفاصيل قد تضرّ بالجهود الدبلوماسية أو بإجراءات الحماية.
- **اضمن السلامة والحماية:** ضَع في اعتبارك أنّ المعلومات التي تنشرها قد تعرّضك أنت والآخرين للخطر، خاصة تلك المتعلقة بالمواقع أو التفاصيل الشخصية.
- **أعرب عن الاحترام والتمس الموافقة:** عندما تتحدث عن الأشخاص الذين نُعنى بحمايتهم ومساعدتهم وعندما تلتقط صوراً لهم وتسجّل كلامهم، اسعَ إلى احترام كرامتهم. راجع [المبادئ التوجيهية الداخلية بشأن الاتصالات الأخلاقية](#) عندما تساورك الشكوك.
- **تجنّب الانحياز لأي طرف:** يجب على موظفي المفوضية أن يحترموا [المبادئ الإنسانية](#) بما في ذلك النزاهة والحيادية والاستقلالية. امتنع عن الإدلاء بأي تصريح سياسي قد يضرّ بعلاقات المفوضية مع الحكومات أو الشركاء أو سائر أصحاب المصلحة.
- **تمسّك بما تعرفه:** عندما تتحدّث عن عمل المفوضية، ركّز على تجاربك الخاصة وعلى مجالات خبرتك أو على البيانات/الرسائل الرسمية للمفوضية.
- **التحلّي بالنزاهة:** أنت مسؤول عن سمعتك على الإنترنت وهذه السمعة قد تؤثر على صورة المفوضية. كُن على بينة من بصمتك الرقمية وتصرف على الإنترنت بنفس القدر من المسؤولية كما تفعل في أي سياق عام. أي محتوى تنشره على الإنترنت لن يضيع. وحتى لو حذفت المحتوى، فقد يكون قد التقط منه لقطات الشاشة، وبالتالي فهو موجود ولم يحذف تماماً. إذا كنت متردداً، فهذا يشير على الأرجح إلى وجود سبب وجيه لعدم النشر. وإذا ساورتك الشكوك، فامتنع عن النشر.
- **كن شفافاً:** لا تكتب تحت اسم مستعار ولا تنشر تعليقات أو محتويات مجهولة عن المفوضية أو الأمم المتحدة أو اللاجئين أو ملتسمي اللجوء أو الأشخاص عديمي الجنسية أو القطاع الإنساني. وتذكّر أنّ إعلان هويتك وانتمائك يساعد في بناء الثقة ويمنع تكوين تصوّرات خاطئة.
- **كن أميناً:** عندما تتحدث من منظور شخصي وتعني ما تقوله، تكسب منشوراتك التأييد وتصبح أكثر ظهوراً.
- **كُن إيجابياً:** اذكر أسماء الآخرين عندما تنقل عنهم وتجنّب السلبية، ذلك أنّ السلوك الفوقي والمتعالي يضرّ بك وبالمفوضية ويفتح المجال للانتقادات.

- **استمع وتكلّم في المحادثات.** لا تُكن مجرد خطيب، بل كُن مدركاً للتحديات والمخاطر المرتبطة بالمشاركة المجتمعية. راجع المبادئ [التوجيهية للمفوضية بشأن الإدارة المجتمعية](#) لكي تستعدّ للمشاركة على الإنترنت.
- **استخدم الرسائل المباشرة:** تشكّل الرسائل المباشرة أداة رائعة للتواصل مع الأفراد أو المؤسسات بطريقة خاصة. أبلغ الحسابات العالمية والإقليمية عن محتواك لكي يتم نشره على نطاقٍ أوسع ويصل إلى جمهور أكبر. يُفضّل دائماً أن تتجاهل التعليقات القائمة على الكراهية أو التمييز أو التعليقات غير الملائمة، فإنّ الرد عليها يستجلب مزيداً منها.
- **اطلب المشورة:** إذا كنت غير متأكد مما إذا كان المحتوى ملائماً للنشر، اطلب المشورة من زملائك أو توجّه بسؤال إلى العنوان التالي: socialmedia@unhcr.org.

فكّر في جمهورك

في حين أن وسائل التواصل الاجتماعي بوسعها الوصول إلى جماهير واسعة، من المهم أن تفكّر في أولئك الذين تريد توجيه المحتوى إليهم. فهل تريد أن تزود زملاء أو شركاء آخرين بتحديثات آنية عن الوضع المتطور؟ أو هل تريد أن تتواصل مع صحفيين محليين أو دوليين لتخبرهم بأنك متواجد على الأرض ومستعد لتقديم المعلومات ومتوفر لإجراء مقابلة؟ أو تريد تقديم تحديثات حيّة للأشخاص المتأثرين بحالة طوارئ؟

من الضروري أن تفكّر بالجمهور الذي تستهدفه لكي تختار أفضل المنصات. على سبيل المثال، يعتمد العديد من الصحفيين العاملين في وكالات الأنباء الدولية إلى استخدام منصة إكس للبحث عن الأخبار العاجلة وعن أشخاص متواجدين على الأرض لكي يجروا مقابلات معهم أثناء حالات الطوارئ. وتفضّل الجماهير اليافعة ولا سيّما جيل إكس وجيل الألفية معرفة الأخبار من تطبيقَي إنستغرام وتيك توك. العاملون في المجال الإنساني وزملاؤهم يعتمدون موظفو المفوضية في معظم الأحيان على لينكد إن لمعرفة الظروف الفعلية الحاصلة على الأرض. أمّا الصحفيين المحليين أو مجتمعات اللاجئين، فيفضلون استخدام فيسبوك. اسأل الجماهير التي تريد التوجّه إليها عن المنصات التي تستخدمها وتذكّر أنّ البريد الإلكتروني وتطبيق واتساب والرسائل القصيرة ما زالت أدوات فعالة للاتصالات.

أنشئ محتوى أصلياً

يبحث الكثيرون أثناء حالات الطوارئ عن صور فوتوغرافية وفيديوهات. وباتت الوكالات الإخبارية تستخدم محتوى ينتجه المستخدمون (ما يُعرف اختصاراً بـ UGC باللغة الإنجليزية) الذي يتم الحصول عليه من وسائل التواصل الاجتماعي لنشر محتوى حقيقي صنعه الأشخاص المتواجدون على الأرض. وإنّ المحتوى الذي ينتجه المستخدمون يأتي بأشكال عديدة منها الصور أو الفيديوهات أو الشهادات أو حتى مجرد منشور نصي. ويبدو الصحفيون تحديداً في أمسّ الحاجة للحصول على محتوى من الأشخاص المتواجدين على الأرض. فإذا كنت متواجداً في الميدان، من المهم أن توثّق ما تراه. ففي الكثير من حالات الطوارئ، تكون وكالات الأنباء غير قادرة على الوصول أو تفتقر إلى التمويل الكافي لإرسال صحفيين أو مصوِّرين. ولذلك تعتمد أكثر فأكثر على المحتوى الذي ينتجه موظفو الإغاثة.

لا أحد يتوقع إعداد فيديو إخباري خالٍ من الشوائب أو التقاط صورة مثالية. بل في الواقع، يحظى المحتوى الصادق والحقيقي الذي يُنتج بطريقة غير مهنية بمشاركة أوسع على وسائل التواصل الاجتماعي؛ فالجماهير تريد أن ترى كيف يبدو الوضع بالفعل. لذلك، إنّ الصور التي يمكنك التقاطها بواسطة هاتفك الذكي من زجاج السيارة قد تكون لقطة مفيدة لوكالات الأنباء. كما أنّ الصور الفوتوغرافية أو الفيديوهات التي تُظهر الطوابير أو المخيمات أو مراكز التسجيل كفيلة بتبيان حجم

الفيديوهات: أبقي هاتفك بوضعية ثابتة قدر المستطاع، ولا تتحرّك بسرعة، بل اسمح للحركة الظاهرة في المشهد أن تقدّم محتوىً مثيراً للاهتمام. **التسجيلات الصوتية:** اقترب جداً من الأشخاص لكي تمنع الضجة المحيطة من التشويش على كلامهم. وحاول أن تسجّل في مكان هادئ بعيداً عن الرياح، واستخدم جهاز الميكروفون لو استطعت. **الصور الفوتوغرافية:** لا تلتقط الصور تحت الشمس، والتقط عدة صور لتختار أفضلها في وقت لاحق.

لمزيد من النصائح، انظر المدخل بشأن [إنتاج المحتوى لوسائل الإعلام](#).

حيثما أمكن، اسمح للأشخاص المتضررين من حالة الطوارئ أن يخبروا قصصهم الخاصة ولا تنسَ مسألة الحماية والموافقة. واعمد دائماً إلى اتباع المبادئ [التوجيهية الداخلية بشأن الاتصالات الأخلاقية](#) عندما تساورك الشكوك.

في ما يلي بعض الأدوات البسيطة لإنشاء محتوى من الصور والفيديوهات لوسائل التواصل الاجتماعي:

قبل أن تضغط على زر التسجيل:

- أخبر المشاركين بقنوات التواصل الاجتماعي التي تنوي نشر المحتوى عليها. واسألهم عما إذا كانوا يستخدمون هذه المنصات وكيف سيشعرون إذا ما رآها أصدقاؤهم وأفراد من أسرته.
- اسأل المشارك كيف يريد أن يتم وصفه. مثلاً، هل يريد أن يوصف كلاجئ / عائد / عديم الجنسية، أو كطالب أو حسب مهنته؟
- لن نصح إلا عن معلومة واحدة من المعلومات الخاصة بالفرد والتي يتألف منها "مثلث المخاطر" حرصاً على حمايته: الشهرة، وموقع أو مكان محدد يشير إلى الأصل، وصورة تعريفية. وبالنسبة لهذا الأمر، يتم استثناء الأشخاص الذين يريدون تحديداً مشاركة جميع هذه المعلومات ويدركون المخاطر الكامنة، مثلاً عندما يقود أحدهم حملة حول قضية معينة.
- قد يكون بعض الأشخاص الذين يتعاونون معك من المستخدمين الناشطين لوسائل التواصل الاجتماعي إذ يستخدمون منصات من أجل الدعوة لقضية تهمهم. اسألهم عما إذا كانوا يريدون ذكرهم في المحتوى بما يسمح لمنصاتهم الخاصة أن تكسب مزيداً من الوصول.

الفيديوهات:

1. استخدم هاتفاً ذكياً متقدماً مزوداً بكاميرا جيدة، أقله هاتف آيفون 6 أو هاتف حديث بنظام أندرويد. وصل ميكروفون متوافقاً مع الجهاز لو استطعت، ومنعاً لاهتزاز الصورة، يمكنك أن تثبت جهازك على حامل ثلاثي (ترايبود/جيمبل) عند الحاجة.
2. وحاول أن تعثر أثناء التسجيل على شيء ملفت وجدير بالتصوير مثلاً ردات فعل الجمهور وكذلك اللحظات المؤثرة والتفاعلات التي يمكن أن تُسمع بسهولة وسط الضجيج الحاصل في الخلفية.
3. إليك بعض [المبادئ التوجيهية للتصوير بواسطة هاتف ذكي](#). تذكر أن تمسك هاتفك بشكل عمودي أو أن تصوّر عن بُعد بطريقة تسمح بالقص والقطع لاحقاً من أجل الاستخدام على منصات عدة لوسائل التواصل الاجتماعي.

4. فكّر في لقطة ثابتة (لتحديد الموقع أو الحدث أو ما إلى ذلك) قد تكون لقطة طويلة وموسّعة تظهر المشهد الذي تريد عرضه. حافظ على هذه اللقطة لمدة 10 ثوانٍ على الأقل.

الصور:

1. التقط صورة للشخص وهو ينظر إلى الكاميرا. صوّر بطريقة عمودية وأفقية لوسائل التواصل الاجتماعي، ولكن أعط الأولوية للتصوير العمودي لو كان عليك أن تختار. املاً الإطار برأس الشخص وكتفيه لكي تشكّل الجزء الأكبر من الصورة.
2. أضف السياق إلى المشهد. التقط صورة تظهر الشخص في السياق المعني وقدم معلومات قليلة إضافية عنه.
3. خذ لقطة متحركة، وهناك طريقة رائعة تجعل الصورة مثيرة للاهتمام وتعطيها نفحة من العفوية وهي إظهار الشخص وهو يتحرك أو يقوم بنشاط ما.
4. اختر خلفية بسيطة وتأكد من أن لا شيء يظهر بشكل غير مقصود على رأس الشخص الذي تصوّره، مثلاً شجرة أو شخص آخر.
5. يجب أن يكون وجه الشخص مقابلاً للشمس ولكن تجنّب التصوير تحت ضوء الشمس في الظهيرة، فالأفضل هو التصوير في نور الصباح الهادئ أو بعد الظهر.
6. اجعل الشخص ملء الإطار وادرس قاعدة الأثلاث.
7. احرص على تدوين معلومات كافية لتوضيح الصورة. وعندما تلتقط صورة فوتوغرافية لأحدهم، اعمد دائماً إلى إجراء مقابلة مع الشخص واطرح عليه الأسئلة التالية: الاسم والعمر وسبب الفرار. حاول أن تستخرج مقولة مثيرة للاهتمام من خلال طرح أسئلة المتابعة.
8. قدّم صورك إلى [إعلام اللاجئين](#) باستخدام [المبادئ التوجيهية للمصوّرين](#). قم دائماً بتنزيل نسخة الصورة التي تحمل العلامة المائية لكي تنشرها على وسائل التواصل الاجتماعي.

تجنّب هذه الأمور عندما تقوم بالتقاط صور أو تسجيل فيديوهات لأشخاص نازحين قسراً أو عديمي الجنسية:

- لا تصوّر أشخاص وهم ييكون.
- لا تصوّر أشخاص يمرّون بضيق شديدة جسدية أو عاطفية.
- لا تصوّر أشخاص وهم تحت تأثير الكحول أو المخدرات.
- لا تصوّر أشخاص وهم عراة (جزئياً) ولا سيّما الأطفال.
- لا تصوّر الأشخاص وهم في وضعية مهينة أو بطريقة يمكن قد يفسّر الآخرون أنّها تنطوي على إيحاءات جنسية.
- لا تظهر صوراً ببيانية تعبّر العنف أو الموت.
- لا تصوّر أشخاص في وضع يبدو فيه عاجزين تماماً (مثل عرض أطفال يحوم الذباب على عيونهم).
- لا تلتقط صوراً لأشخاص مستضعفين وأنت تمسك الكاميرا من موقع علوي، ولا تحذف المسؤول عن رعاية الطفل أو الشخص المستضعف من الصورة (من خلال القص/التأطير).
- كن على بينة من اختلال موازين القوى ولا سيّما تلك التي تعزز فكرة "الرجل الأبيض المنقذ"، مثلاً صور لموظفين من ذوي البشرة البيضاء واقفين يتحدثون إلى سكان محليين جالسين على الأرض. حاول أن تظهر جميع الناس على أنّهم سواسية.
- ينبغي أن نضع صوراً وقصصاً تعكس التنوع وتعبر عن كل جيل وجندر وعرق ويجب أن تشمل الأشخاص ذوي

تذكر الآتي: قضايا الحماية مهمة جداً. ويجب أن تحصل على موافقة مستنيرة متى أردت التقاط صور فوتوغرافية أو تصوير فيديو هاتفي للاجئين أو ملتصقي لجوء أو عديمي جنسية أو آخرين متضررين من حالة طوارئ. يجب أن تشرح كيف يمكن استخدام المحتوى على حسابات التواصل الاجتماعي وأن وكالات الأنباء قد تأخذه وتستخدمه. وإنه لشرف لنا أن نضع المجتمعات قصصها بين أيدينا، ومن مسؤوليتنا أن نستمع إلى قصصهم ونشاركها باحترام. ويجب علينا أن نضمن أن يكون النازحون قسراً والأشخاص عديمو الجنسية بمثابة شركاء ناشطين وقادرين على إخبار قصصهم بأنسب طريقة بالنسبة لهم. احرص على قراءة [المبادئ التوجيهية لاتصالات أخلاقية](#) وعلى فهمها وتنفيذها قبل أن تبدأ بجمع المحتوى.

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتوزيع

عندما يكون لديك فيديو أو صور فوتوغرافية أو تحديثات نصية أو إحصاءات أو دراسات حالات عن أفراد، شاركها على قنوات التواصل الاجتماعي ورجاءً راسل عنوان البريد الإلكتروني التالي socialmedia@unhcr.org، أو أرسل رسالة مباشرة إلى refugees@ على تطبيق إنستغرام أو إكس، أو اذكر المفوضية في منشوراتك (يمكنك أن تضيف refugees@ على منشوراتك أو أن تذكر الصفحة العالمية للمفوضية على فيسبوك). وهذا يسهل على فريق التواصل الاجتماعي العالمي أن يشارك محتواك على الحسابات العالمية الرئيسية، علماً أن هذا الأمر يزيد التغطية الإعلامية ويُذكي الوعي بشأن الوضع ويأتي بالدعم للعمل الذي تجريه المفوضية.

التواصل مع الأشخاص المتأثرين مباشرة بحالة الطوارئ

قبل أن تبدأ بالتفكير في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتحديث مباشرة مع اللاجئين أو ملتصقي اللجوء أو النازحين داخلياً، ابحث عن المنصات التي يستخدمها هؤلاء الأشخاص. يبدو أن فيسبوك أكثر استخداماً من إكس وإنستغرام في كثير من الحالات. فلا تُنشئ أي حسابات مؤسسية على وسائل التواصل الاجتماعي لتغطية حالة طوارئ محددة، واستشر المكتب الإقليمي المعني وفريق التواصل الاجتماعي العالمي. ومن المفضل أن تستهدف الجماهير التي تتابع الحسابات الوطنية والإقليمية والعالمية الموجودة.

قد لا تكون صفحات فيسبوك أفضل طريقة على الدوام للتبليغ عن التحديثات والمعلومات في حالات الطوارئ لأن فيسبوك لا يظهر تحديثاتك إلى أمام جزء صغير من متابعيك (إذ تظهر إجمالاً أمام أقل من 10% وتصل عادةً لما لا يزيد عن 3%).

أمّا إكس فما زال يُستخدم كمنصة للإبلاغ من الميدان ويسمح بنشر تحديثات نصية سريعة وكذلك مرفقات متعددة الوسائط. يلجأ الكثير من الصحفيين إلى استخدام منصة إكس للعثور على موارد وأصوات موجودة على الأرض خلال حالات الطوارئ. يمكنك إنشاء [قوائم](#) تسمح بتخصيص المنشورات أو الهاشتاغات وتنظيمها وترتيبها حسب مستوى الأولوية، وأيضاً تعديل الأشخاص المخولين مشاركة معلومات عن حالة الطوارئ. وإن هذا يسمح لك برصد التحديثات عن قرب والاستماع إلى المحادثات والتواصل مع الصحفيين أو المنظمات أو الشركاء.

استخدم منصة إنستغرام إذا كانت تُعتبر منصة رائجة في المنطقة لكي تخاطب جمهوراً أوسع وأصغر سناً في العادة. إن القصص التي تُنشر على إنستغرام تتيح الفرصة لمشاركة صور وفيديوهات قصيرة يمكن أن تضيف إليها نصوص وتوصيفات وروابط وغير ذلك. يمكنك أن تدعو إلى طرح أسئلة باستخدام أحد الملصقات التفاعلية والتعاطي مع الجمهور المهم في الوقت الفعلي من خلال إذكاء الوعي باستخدام معلومات تم التحقق من صحتها. ويُشكل إنستغرام منصة جيدة للتواصل يسمح للمؤثرين الرقميين ذوي أعداد كبيرة من المتابعين باكتشافك، وهذا بالتالي ينقل معلوماتك إلى جمهور

أوسع.

فكر في التواصل عبر الرسائل القصيرة أو تطبيق واتساب. قد يصعب الاتصال بالإنترنت في حالات الطوارئ ما قد يجعل منصات التواصل الاجتماعي غير ملائمة. إذا كنت تريد مراسلة مجموعات كبيرة من الأشخاص، فإن الرسائل القصيرة أو تطبيق واتساب قد تكون أكثر فعالية. وهي أيضاً طريقة خاصة لإرسال الرسائل الحساسة.

بشكل عام، حدد الجمهور الذي تستهدفه أو نوع المحتوى الذي تمتلكه أو يمكنك جمعه والغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قبل أن تختار المنصة المناسبة وقبل أن تبدأ بمشاركة المعلومات على الإنترنت.

اعتبارات التنفيذ العملي

- يجب أن يعرف الموظفون جيداً كيفية استخدام الهواتف الذكية لإنشاء المحتوى ومشاركته من خلال الشبكات الاجتماعية. ويتعين عليك أن تنشئ المحتوى وتشاركه بسرعة وإيقان في حالات الطوارئ.
- ينبغي أيضاً أن يشعر الموظفون باليقين حول ما يجب وما لا يجب أن ينشروه على الحسابات الشخصية. فإذا كانت لديك أي مخاوف أو أسئلة، تحدث مع المسؤول المحلي عن الإعلام أو اتصل بفريق التواصل الاجتماعي العالمي.
- يجب أن يصغي الموظفون لآخر الأخبار أو المستجدات التي ينشرها سائر الزملاء والشركاء بما يجعل الجميع على اطلاع حول آخر التطورات. قد تريد إعادة مشاركة بعض هذا المحتوى على حساباتك الشخصية، ما يساعد في إيصالها إلى جمهور أوسع.

يجب أن يتأكد الموظفون من فهمهم لماهية الموافقة المستنيرة ويجب أن يكون لديهم متسع من الوقت لاستيعابها. قبل أن تجمع أي محتوى، استشر القسم الذي يتناول الموافقة في [المبادئ التوجيهية للمفوضية بشأن الاتصالات الأخلاقية](#) وتعرف على ما يُعنى بالتماس موافقة مستنيرة. تحتوي هذه المبادئ التوجيهية أيضاً على مشورة بشأن التصوير الفوتوغرافي أو تصوير الفيديوها في بيئات جماعية.

القائمة المرجعية: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في حالات الطوارئ

- حدّد الجمهور المستهدف والغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- التمس موافقة مستنيرة من المجتمعات المتضررة التي تظهر في محتواك.
- التقط الصور وسجل مقاطع فيديو تُظهر ما تراه على الأرض وشاركها على وسائل التواصل الاجتماعي، على أن تنشر المحتوى بدون إجراء أي تعديل عليه أو أن تلتزم بحد أدنى من التعديلات ومرحلة ما بعد الإنتاج.
- احتفظ بنسخة احتياطية من محتواك وشارك منشوراتك على وسائل التواصل الاجتماعي مباشرة مع

3. السياسات والمبادئ التوجيهية

يجب أن يحصل الموظفون الأساسيون بمن فيهم جميع المسؤولين عن الإعلام العاملين في حالات الطوارئ على هواتف ذكية لكي يتمكنوا من إنشاء محتوى ومشاركته بسرعة على الشبكات الاجتماعية.

[المبادئ التوجيهية للمفوضية بشأن الاستخدام الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي](#)

[حماية نفسك والآخرين: إدارة إعدادات الخصوصية في وسائل التواصل الاجتماعي](#)

[التوجيهية للمفوضية بشأن الإدارة المجتمعية](#)

[طلب فتح أو مواصلة استخدام حساب مؤسسي على وسائل التواصل الاجتماعي](#)

[المبادئ التوجيهية للمفوضية بشأن تصوير الفيديو بواسطة هاتف ذكي](#)

[المبادئ التوجيهية للمفوضية بشأن التعامل مع المتصيدين على الإنترنت](#)

4. الروابط

[صفحة المفوضية على X](#) [صفحة المفوضية على فيسبوك](#) [صفحة المفوضية على إنستغرام](#) [صفحة المفوضية على لينكد إن](#)
[صفحة المفوضية على تيك توك](#) [صفحة المفوضية على ثريدز](#)

5. جهات الاتصال الرئيسية

قسم التواصل الاجتماعي في دائرة الاتصالات العالمية في المقر الرئيسي: socialmedia@unhcr.org