

紧急情况中的社交媒体

08 十二月 2023

關鍵點

- 在开始收集内容之前，请务必阅读、理解并执行《道德传播指南》
- 记录您所看到的情况：拍摄照片和录制短片
- 寻求所有拍摄和录制对象的知情同意。确保他们明白，他们的形象可能会在社交媒体平台上广泛传播、在电视上进行播放、出现在互联网上的新闻报道中等
- 在可能的情况下，让他们谈谈他们自己的经历；不要替他们说话
- 在录制视频时，请竖置相机，这样录制的视频更适合在社交媒体平台上使用
- 确保在SharePoint、Dropbox或云等共享驱动器中备份内容

1. 概述

对于在紧急情况下开展工作的难民署工作人员来说，社交媒体是非常强大的工具，可以用来向合作伙伴、记者、捐助者、同事和受影响社区提供实时、经核实的相关信息和内容。本指南概述了紧急情况下社交媒体内容收集和宣传的政策、原则、最佳实践和一些建议。

社交媒体平台非常有助于在线与大量人员快速分享信息以及听取相关对话，防止或应对错误信息和虚假信息。它们在紧急情况中的作用非常强大，因为它们能让您及时向同事、合作伙伴、记者、捐助者、同事和受危机影响的人们提供经核实的相关信息和内容。最受欢迎的社交媒体平台有Facebook、X、YouTube、TikTok、LinkedIn、Threads和Instagram。每个平台各有不同：工作人员应了解它们的差异并使用最合适的平台，这可能因地区而异，也取决于内容类型和目标受众。

联合国难民署有多个机构型社交媒体账号。全球社交媒体科分布在不同时区，负责管理英文和法文的

全球账户。地区和国家一级的账户由当地管理，西班牙文账户由美洲局管理，阿拉伯文账户由中东和北非局管理。此外，难民署鼓励宣传人员和其他雇员按照难民署[《关于个人使用社交媒体的指南》](#)，通过个人社交媒体账户分享自己的专门知识、内容和信息。

在紧急行动中，直接参与该行动的雇员可以通过其个人社交媒体账号分享最新信息。机构账号（在大多数情况下拥有更多的关注者）可以重新分享这些信息。信任感是社交媒体的关键因素，在紧急行动期间，关注者想要的是直接来自实地的信息，而不是来自总部的信息。但是，切勿发布未经核实、未经同意获取的信息或内容，以免难民、寻求庇护者、无国籍者和所有受危机影响的人处于危险之中，或泄露个人信息，如电话号码、地址和身份证号码。

2. 主要指導

难民署[《关于个人使用社交媒体的指南》](#)和《关于使用社交媒体的行政指示》：

- 解释机构账号和个人账号之间的主要差异。
- 提供指南，以确定哪些内容适合发布，哪些内容不适合发布。
- 列出使用社交媒体的重要建议。

请记住，最重要的是，即使您在个人社交媒体账号上发布内容，该内容的使用者也可以直接将其归于联合国难民署名下。因此，只有距离行动现场最近的工作人员才能发布最新动态。还要记住，社交媒体是公共论坛：任何内容，如果换作是广播或电视采访，您不会予以透露，那就不要在社交媒体上发布。

推荐良好的做法

使用社交媒体的重要建议

- **利用常识。**点击发布或分享之前，请三思。请注意，当您分享事实或意见时，公众可能会认为您认可该内容。
- **诚实。**不要误导读者或导致误会。如果您没有亲眼目睹某事件，请不要暗示您是目击者。如果您这样做了，联合国难民署的信誉可能会受到威胁。
- **准确。**过时的数字或错误的信息会在社交媒体上迅速传播。在发布之前，请务必仔细检查您要发布的事实。
- **清楚。**如果您发布的内容可能会受到误解，请用更清晰的方式来表达您要发布的内容。
- **发挥判断力。**请将敏感问题留给对这些问题拥有发言权的特殊人员。如有疑问，请咨询您的主管。
- **尊重保密信息。**请不要分享不适合分享给外部受众的信息，例如可能损害外交或保护的信息。
- **确保安全并做好保护措施。**请记住，您发布的信息（尤其是地点或个人详细情况）可能会使您或他人面临危险。

- **展现尊重并征得同意。**当您谈论、拍摄或录制我们的保护和援助对象时，请尽力尊重他们的尊严。如有疑问，请参阅[《内部道德沟通指南》](#)。
- **避免偏颇。**联合国难民署的人员必须遵守[人道主义原则](#)，包括公正、中立和独立原则。避免发表可能影响联合国难民署与政府、合作伙伴或其他利益攸关方关系的政治声明。
- **坚守自己的专业。**在谈论联合国难民署的工作时，请专注于自己的经验和专业领域，或联合国难民署的官方数据/信息。
- **展现诚信。**您应对您在网上的声誉（可能会影响联合国难民署的形象）负责。请注意您的在线活动，在网络上应像任何其他公共环境中那样负责任地活动。一旦发布到网上，任何东西都不会丢失——即使您删除了，截图也会延续社交媒体帖子的寿命。如果您犹豫不决，可能必有原因。如果有疑问，就不要发布。
- **坦率。**请不要使用假名或匿名发布有关难民署、联合国、难民、寻求庇护者、无国籍者或人道主义部门的评论或内容。声明您的身份和从属关系有助于建立信任和防止误解。
- **真实。**如果您从个人角度发表言论，并且该言论符合您的初衷，那么您发布的内容会有吸引力和关注度。
- **大度。**请赞扬他人，避免消极言论。傲慢或自命不凡会影响您和联合国难民署的形象，还会招致批评。
- **倾听并参与对话。**请不要仅仅传播信息。要注意社区管理涉及的挑战和风险。请参阅[《难民署社区管理指南》](#)，为在线参与做好准备。
- **使用直接消息。**直接消息是以私人方式联系他人或机构的绝佳工具。在您的内容中标记难民署的全球或地区账户以便扩大影响，让更多受众了解您的内容。
- **不要火上浇油。**通常情况下，最好忽视仇恨、歧视或其他不恰当的评论。回应可能只会鼓励更多这样的言论。
- **寻求建议。**如果您不确定某些内容是否适合发布，请向您的同事寻求建议或向日内瓦的团队发送邮件（socialmedia@unhcr.org）。

考虑您的受众

虽然社交媒体可以影响很多人，但必须考虑您的受众。您是希望为其他同事或合作伙伴提供有关形势进展的实时更新信息吗？还是您希望与当地或国际记者联系，让他们知道您在实地、愿意提供信息并接受采访？亦或是，您希望向受紧急情况影响的人士提供重要的最新动态？

要选择最佳平台，必须先考虑清楚您的目标受众。例如，许多大型国际新闻机构的记者为了在紧急情况中进行采访，会使用X搜索突发新闻和实地人员。年轻受众，尤其是X世代和千禧一代，更喜欢在Instagram和TikTok上获取新闻。人道主义者和同伴难民署工作人员主要依靠LinkedIn来了解当地情况。当地记者或难民社区更有可能使用Facebook。向您的潜在受众群体询问他们使用哪些平台，请记住，电子邮件、WhatsApp和短信仍然是非常强大的通讯工具。

创建原创内容

在紧急情况中，很多人都在寻找照片或视频。新闻机构越来越多地使用来自社交媒体的用户生成内容

（也称UGC借此发布由现场人员创作的真实内容）UGC有多种形式，包括图片、视频、证人证言，甚至只是纯文本的帖子。记者（尤其）迫切需要身处实地的人员提供的内容。如果您在实地，必须记录您所看到的情况。在许多紧急情况中，新闻机构无法接触到实地，或缺乏资金派遣记者或摄像师。他们越来越依赖援助工作者生成的内容。

没有人指望新闻视频制作得完美无暇，或图片排版无可挑剔。事实上，非专业制作的原始、真实的内容在社交媒体上会吸引更多人参与。受众只想了解真实情况是什么样的。您用智能手机从移动的车窗中捕捉的照片可以为新闻机构提供宝贵的素材。有关长队、营地或登记中心的照片或视频可以显示紧急情况的规模。

视频。请尽可能让手机保持不动。请不要快速移动。利用现场的动静来增加吸引力。

音频。请站在离您的拍摄对象非常近的地方，这样，周围的声音就不会淹没他们的声音。请尝试在安静无风的地方拍摄。如果可以的话，请使用麦克风。

照片。请不要迎着太阳拍摄。您可以拍摄很多张，然后从中选出最好的照片。

要获取更多建议，请参阅[多媒体内容收集](#)条目。

在可能的情况下，让受紧急情况影响的人自己讲述自己的故事，同时要考虑到他们的安全，并征得其许可。始终遵循[《内部道德沟通指南》](#)

以下是创作照片和视频片段的简易工具：

在按下录制键之前：

- 告诉供稿人您打算在哪些社交媒体上发布信息。询问他们是否使用这些平台，如果被朋友和家人在这些平台上看到，他们会有什么感受。
- 询问供稿人希望您如何描述他们。例如，他们希望被描述为难民/回返者/无国籍者、学生还是职业称呼？
- 为了保护个人，我们不会披露构成“风险三角”的多条信息：姓氏、具体地点或原籍地以及可识别身份的图像。但如果有人特别希望分享所有这些并知晓其中的风险，例如有人正在就某一特定问题开展活动，则可以例外处理。
- 您的一些合作者可能是活跃的社交媒体用户，他们利用这些平台来宣传自己关心的事业。询问他们是否愿意让您在内容中标记他们，以便让他们自己的平台获得影响力。

视频：

1. 使用摄像头良好的先进智能手机，至少是iPhone 6或最新款的安卓手机。如果可以，连接一个兼容的麦克风。为了保证图像的稳定性，必要时可使用三脚架或万向支架。
2. 录制时，找一些活动的、可视的东西来拍摄。寻求人群的反应、感人的瞬间以及在背景噪音中也容易听清的互动。

3. 这里有一些[使用智能手机拍摄的指南](#)。切记竖置手机，或以可剪裁的方式进行广角拍摄，以便在多个社交媒体平台上使用。
4. 想一想“开场镜头”（用来设定地点、事件或其他背景）：这可能是您想要展示的场景的一个长的广角镜头。保持这个镜头至少10秒钟。

照片：

1. 让拍摄对象看着镜头，拍摄一张肖像照。为社交媒体拍摄横向和纵向照片，需要选择时，请优先选择纵向照片。让人物的头部和肩部填充画面，使其成为构图中最突出的部分。
2. 添加背景。拍一张能显示人物背景的照片，并提供关于人物的更多信息。
3. 拍一张动作照。给照片增添吸引力并赋予其自然气息的一个好方法是展示拍摄对象的动作或活动。
4. 选择一个简单的背景，确保没有什么东西会在无意中从您的拍摄对象的头上“长出来”——比如一棵树或另一个人。
5. 让拍摄对象面向阳光，但避免在正午的强光下拍摄。柔和的早晨和下午光线是最好的。
6. 将拍摄对象填满画面，并研究三分法则。
7. 确保记下足够的信息，以便配文。无论何时拍摄，一定要采访拍摄对象，并提出以下问题：姓名、年龄、逃难原因。尝试通过追问来引出一句有吸引力的话。
8. 按照[《摄影师指南》](#)，将照片提交给[Refugees Media](#)（难民媒体）。一定要下载带水印的社交媒体版本，再将照片发布在社交媒体上。

在拍摄被迫流离失所者和无国籍者的照片和视频时，应避免以下动机：

- 不要展示正在哭泣的人。
- 不要展示身心极度痛苦的人。
- 不要展示醉酒或吸毒的人。
- 不要展示（部分）未穿衣服的人，包括儿童。
- 不要展示那些以有辱人格的方式或其他人可能容易理解为有性暗示的方式摆姿势的人。
- 不要展示暴力或死亡的图片。
- 不要展示看起来完全无助的人（例如，展示眼睛上有苍蝇的儿童）。
- 不要从上方拍摄弱势人群的图像，也不要（通过裁剪/取景）将儿童或弱势人群的看护人从图像中删除。
- 注意权力失衡，尤其是那些强化“白人救世主”比喻的权力失衡，例如，避免出现白人员工站着与坐在地上的当地人交谈的画面。尽量展示人人平等。
- 我们收集的图像和故事应反映多样性，记录各种年龄、性别、种族，并尽可能包容残疾人。

请记住，保护问题至关重要。当您拍摄难民、寻求庇护者、无国籍者和其他受紧急情况影响的人的照片或视频时，您必须获得他们的知情同意。您必须向其说明，社交媒体账号可能会如何使用这些内容，以及新闻机构可能会发掘和使用这些内容。各社区将其故事托付给我们是我们的荣幸，我们有责任在

接手和分享这些故事时做到心怀尊重，如实呈现。我们必须确保被迫流离失所者和无国籍者是积极的合作伙伴，能够以最适合他们的方式讲述自己的故事。在开始收集内容之前，请务必阅读、理解并执行 [《道德沟通指南》](#)。

使用社交媒体进行分享

当您有视频、照片、文字更新或统计数据，或个人案例研究时，在您的社交媒体频道上分享，并请发送电子邮件至socialmedia@unhcr.org、在Instagram或X上发送直接消息至@refugees或在您发布的帖子中提及联合国难民署（您可以在帖子中添加@refugees或在Facebook帖子中标记联合国难民署的全球页面）。这样的话，全球社交媒体团队可以更轻松地在全局主要账号上分享您的内容，会增加媒体报道的力度、提高公众对局势的认识，并让联合国难民署当前开展的工作赢得公众的支持。

与直接受紧急情况影响的人员沟通

在您开始考虑使用社交媒体直接与难民、寻求庇护者或境内流离失所者交谈之前，请找出他们使用的平台。在许多地方，X和Instagram的使用率低于Facebook。不要就特定的紧急情况设立任何机构型社交媒体账户，并应事先咨询各自的区域局和全球社交媒体团队。利用现有国家、区域和全球账户的既定受众更为有益。

Facebook页面通常不是传达紧急更新和信息最佳的方式，因为Facebook页面仅向您的小部分（通常少于10%，一般少至3%）关注者显示您的更新。

X仍被用作从现场进行报道的平台，它能进行文本快速更新以及添加多媒体附件。许多记者在紧急情况下使用X查找现场的消息来源和观点。您可以创建[列表](#)来定制、组织和优先关注相关帖子、话题标签或分享紧急情况信息的人，这样您就可以密切监控相关更新，听取对话内容并联系主要记者、组织或合作伙伴。

如果Instagram在该地区是一个受欢迎的平台，可以使用Instagram与更广泛且通常更年轻的受众交流。Instagram Stories提供了分享照片和短视频的机会，您可以在其中添加文本、标题、链接等。您可以使用其中一个互动贴纸来征集问题，并通过经核实的信息提高认识，与感兴趣的受众实时互动。Instagram也是一个很好的平台，可以接触到拥有大量关注者的网红，或被网红发现，从而将您的信息传播给更多的人。

考虑使用短信或WhatsApp通信。在紧急情况中，访问互联网可能很困难，而且使用社交媒体平台可能不合时宜。如果您想向很多人发送消息，短信或WhatsApp可能会更有效。它也是传递敏感信息的私密方式。

总之，在选择使用哪个平台并开始在线分享信息之前，要先确定您的目标受众、您拥有或可以收集的内容类型以及您使用社交媒体的目的。

实际实施中的考虑因素

- 雇员应有信心使用智能手机创建内容并将其分享到社交网络上。在紧急情况下，您需要快速、自信地创建和发布内容。
- 对于哪些内容可以、哪些内容不可以在个人账号上发布，雇员也应了然于胸。如果您有疑虑或问题，请咨询当地的宣传干事或联系全球社交媒体团队。
- 雇员应该关注其他同事和合作伙伴发布的更新，以便每个人都能了解最新动态。您可以在自己的账号中重新分享其中若干内容，以帮助其影响更广泛的群体。

雇员应确保自己了解知情同意并有足够的时间获得知情同意。在收集任何内容之前，请查阅[《难民署道德传播指南》](#)中有关同意的部分，并熟悉征得知情同意的含义。该指南还包含拍摄团体照片或视频的建议。

检查清单：在紧急情况中使用社交媒体

- 确定目标受众，概述使用社交媒体的目的。
- 征求内容所涉及的受影响社区的知情同意。
- 用照片和视频记录现场所见，并在社交媒体上分享，只需极少或无需编辑和后期制作。
- 备份您的内容，并直接与总部、同事、合作伙伴、记者和受危机影响的人分享您的社交媒体帖子。

3. 政策和指南

应向包括所有在紧急情况下工作的宣传干事在内的主要工作人员发放智能手机，以便他们可以创建内容并快速在社交网络上分享这些内容。

[难民署关于个人使用社交媒体的指南](#)

[保护自己和他人：管理社交媒体隐私设置](#)

[难民署社区管理指南](#)

[申请开设或继续使用机构社交媒体账户](#)

[难民署智能手机视频拍摄指南](#)

[难民署管理网络喷子指南](#)

4. 鏈接

[难民署X官方账号](#) [难民署Facebook官方账号](#) [难民署Instagram官方账号](#) [难民署LinkedIn官方账号](#) [难民署TikTok官方账号](#) [难民署Threads官方账号](#)

5. 主要聯繫人

总部全球通信处社交媒体科：socialmedia@unhcr.org