



REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

ماژول 2:

آشنایی با پلتفرم های رسانه های اجتماعی

طرح درس



Co-funded by
the European Union

توسط اتحادیه اروپا تامین مالی می شود. با این حال، دیدگاه ها و نظرات بیان شده فقط متعلق به نویسنده (ها) است و لزوماً منعکس کننده نظرات اتحادیه اروپا یا آژانس اجرایی آموزش و فرهنگ اروپا (EACEA) نیست. نه اتحادیه اروپا و نه EACEA نمی توانند مسئول آنها باشند.

شماره پروژه PL01-KA220-ADU-000156610-1-2023

وب سایت پروژه [/https://www.remcreadwomen.eu](https://www.remcreadwomen.eu)

ماژول 2. آشنایی با پلتفرم های رسانه های اجتماعی

مقدمه:

ماژول "مقدمه ای بر پلتفرم های رسانه های اجتماعی" بر توانمندسازی شرکت کنندگان برای استفاده استراتژیک و ایمن از پلتفرم های اصلی رسانه های اجتماعی تمرکز دارد، چه برای بیان شخصی، شبکه سازی، حمایت یا تبلیغ محصولات و خدمات.

این در قالب تعاملی توسعه یافته است که می تواند در محیط های مختلف مانند یک کارگاه یا آموزش چند روزه، آنلاین یا آفلاین و همچنین ترکیبی استفاده شود. مواد به راحتی قابل تطبیق و استفاده به عنوان یک کل یا فقط به عنوان فعالیت های فردی هستند. ما سازگاری با نیازهای گروه را توصیه می کنیم.

هدف از این ماژول تجهیز فراگیران به دانش، مهارت ها و نگرش های مورد نیاز برای پیمایش پلتفرم های مختلف - فیس بوک، اینستاگرام، تیک تاک و یوتیوب - برای درک ویژگی های کلیدی، مخاطبان، فرصت ها و خطرات مرتبط با آن ها است. شرکت کنندگان همچنین یاد می گیرند که اقدامات ایمنی آنلاین را ارزیابی کنند و شخصیت کاربر را توسعه دهند تا محتوا را بهتر با گروه های هدف خاص خود تنظیم کنند.

ساختار ماژول بر اساس یک طرح درسی است که شامل موارد زیر است:

- **بخش های** که عادات و ترجیحات فعلی رسانه های اجتماعی شرکت کنندگان را بررسی می کنند.
- **اصطلاحات و کاوش ویژگی ها** برای آشنایی شرکت کنندگان با مفاهیم کلیدی و ابزارهای خاص پلتفرم.
- **شکار لاشخور رسانه های اجتماعی** که در آن گروه های کوچک ویژگی ها و تنظیمات را مستقیماً در هر پلتفرم کشف می کنند.
- **بحث های سناریوی ریسک** که استراتژی هایی را برای استفاده ایمن و اخلاقی از رسانه های اجتماعی ایجاد می کند.
- **تمرینات ایجاد شخصیت** برای کمک به شرکت کنندگان برای شناسایی مخاطبان هدف خود و طراحی محتوایی که طنین انداز باشد.
- **فعالیت های خلاصه و تأمل** برای تحکیم یادگیری و پرداختن به سوالات.

مربیان می توانند از ماژول به عنوان یک بسته کامل استفاده کنند یا فعالیت هایی را برای مطابقت با نیازهای شرکت کنندگان، سطوح زبان و مهارت های دیجیتال انتخاب کنند. هر بخش شامل نتایج یادگیری، دستورالعمل های واضح، لیست مواد، دستورالعمل های زمان بندی، و همچنین نکاتی برای تسهیل کنندگان برای حمایت از تسهیل آسان است.

در نهایت، این ماژول به مربیان این امکان را می دهد تا زنان مهاجر و پناهنده را در استفاده از پلتفرم های رسانه های اجتماعی به عنوان ابزاری ایمن، خلاقانه و هدفمند برای ارتباط، ابراز وجود و رشد شخصی یا حرفه ای راهنمایی کنند.

در زیر ماتریس نتایج یادگیری وجود دارد که دانش، مهارت ها و نگرش هایی را که ماژول بر اساس آن استوار است، تجزیه و تحلیل می کند.

نگرش	مهارت	دانش
اذعان به اهمیت تفکر انتقادی. راحتی و سهولت در استفاده از پلتفرم های رسانه های اجتماعی برای ارتقاء و تعامل کسب و کار.	توانایی شناسایی تهدیدات احتمالی مانند سرقت هویت یا آزار و اذیت سایبری. امکان تمایز بین محتوای امن و جعلی رسانه های اجتماعی.	درک اصطلاحات رایج، انواع مختلف پلتفرم های آنلاین و ویژگی ها/خدمات آنها.



2.1 آشنایی با رسانه های اجتماعی و 4 پلتفرم مختلف	درک خطرات یا خطرات بالقوه آنلاین مرتبط با استفاده از رسانه های اجتماعی.	اعتماد به نفس در استفاده از پلتفرم های رسانه های اجتماعی به عنوان ابزاری ارزشمند برای برندسازی شخصی	خلاقیت و سازگاری در ایجاد محتوای متناسب با ترجیحات مخاطب. داشتن اعتماد به آگاهی از تهدیدات اولیه ای که ممکن است با آنها روبرو شوید و توانایی مقابله موثر با آنها.
Youtube	درک کاربرد اولیه پلتفرم یوتیوب از جمله دانش ویژگی های آن. درک امکانات این پلتفرم برای استفاده از آن برای تبلیغات شخصی و برندسازی. درک خطرات یا خطرات اصلی مرتبط با استفاده از پلتفرم.	امکان استفاده از ویژگی های مختلف پلتفرم یوتیوب مانند ایجاد حساب کاربری، تماشای ویدیو، آپلود ویدیو، لایک کردن ویدیو، ایجاد لیست پخش و اشتراک گذاری لینک های ویدیویی. توانایی شناسایی تهدیدات احتمالی و اجرای اقداماتی برای به حداقل رساندن قرار گرفتن در معرض چنین محتوایی.	اذعان به اینکه آشنایی با پیمایش یک پلتفرم معمولاً با گذشت زمان بهبود می یابد. داشتن اعتماد به نفس در استفاده از پلتفرم برای تبلیغ و برندسازی.
فیس بوک	درک امکانات این پلتفرم برای استفاده از آن برای تبلیغات شخصی و برندسازی. درک جمعیت شناسی معمولی کاربران برای انتخاب مخاطبان هدف. درک خطرات یا خطرات اصلی مرتبط با استفاده از پلتفرم.	امکان استفاده از ویژگی های مختلف پلتفرم مانند ایجاد حساب کاربری، ایجاد، کامنت گذاری، آپلود استوری ها، تصاویر و فیلم ها توانایی شناسایی تهدیدات احتمالی و اجرای اقداماتی برای به حداقل رساندن قرار گرفتن در معرض چنین محتوایی.	اذعان به اینکه آشنایی با پیمایش یک پلتفرم معمولاً با گذشت زمان بهبود می یابد. داشتن اعتماد به نفس در استفاده از پلتفرم برای تبلیغ و برندسازی.
تیک تاک	درک کاربرد اولیه پلتفرم TikTok از جمله دانش ویژگی های آن. درک امکانات این پلتفرم برای استفاده از آن برای تبلیغات شخصی و برندسازی. درک جمعیت شناسی معمولی کاربران برای انتخاب مخاطبان هدف. درک خطرات یا خطرات اصلی مرتبط با استفاده از پلتفرم.	امکان استفاده از ویژگی های مختلف پلتفرم مانند TikTok مانند ضبط/آپلود/ویرایش ویدیو، پخش زنده، اشتراک گذاری، دنبال کردن، موقعیت جغرافیایی). توانایی شناسایی تهدیدات احتمالی و اجرای اقداماتی برای به حداقل رساندن قرار گرفتن در معرض چنین محتوایی.	اذعان به اینکه آشنایی با پیمایش یک پلتفرم معمولاً با گذشت زمان بهبود می یابد. داشتن اعتماد به نفس در استفاده از پلتفرم برای تبلیغ و برندسازی.



نمایش مشخصات عمومی	درک کاربرد اولیه پلتفرم اینستاگرام از جمله آگاهی از ویژگی های آن. درک امکانات این پلتفرم برای استفاده از آن برای ارتقاء کسب و کار و برندسازی. درک جمعیت شناسی معمولی کاربران برای انتخاب مخاطبان هدف. درک خطرات یا خطرات اصلی مرتبط با استفاده از پلتفرم.	امکان استفاده از ویژگی های مختلف پلتفرم اینستاگرام مانند ایجاد حساب کاربری، فالو کردن افراد، اشتراک گذاری ویدیوها/تصاویر در قالب/استوری/هایلایت، چت با سایر اعضا. توانایی شناسایی تهدیدات احتمالی و اجرای اقداماتی برای به حداقل رساندن قرار گرفتن در معرض چنین محتوایی.	اذعان به اینکه آشنایی با پیمایش یک پلتفرم معمولاً با گذشت زمان بهبود می یابد. داشتن اعتماد به نفس در استفاده از پلتفرم برای تبلیغ و برندسازی.
2.2 ایجاد شخصیت برای گروه هدف	درک گروه هدف درک نحوه دسترسی به گروه هدف از طریق پلتفرم های مختلف	توانایی شناسایی ویژگی های اصلی گروه هدف توانایی شناسایی نوع مناسب محتوا متناسب با گروه هدف	داشتن اعتماد به نفس برای ساختن یک شخصیت برای گروه هدف خود خلاقیت و سازگاری در ایجاد محتوای متناسب با ترجیحات مخاطب.

نتایج یادگیری:

پس از اتمام این درس، فراگیران قادر خواهند بود:

- اصطلاحات رایج، انواع مختلف پلتفرم های آنلاین و ویژگی ها/خدمات آنها را درک کنید.
- پلتفرم مناسب را برای گروه هدف خود انتخاب کنید
- خطرات ایمنی را در پلتفرم های رسانه های اجتماعی شناسایی کنید
- در مورد ایجاد یک پرسونا برای گروه هدف خود بیاموزید.

مدت زمان: تقریباً 4 ساعت

فعالیت	هدف	مشاوره برای مربی	مواد	زمان	مطالعه بیشتر/ پیوند به منابع
بخش شکن: مجری در صورتی که قبلاً کارگاه های دیگر را ارائه نکرده باشد، خود را به گروه معرفی می کند. در این مرحله ، گروه باید از قبل یکدیگر را بشناسند ، اما مجری می تواند فعالیت کوچکی را برای انرژی بخشیدن به گروه پیشنهاد دهد. اتاق به قسمت های بله/خیر/شاید(یا گزینه های دیگر) تقسیم می شود و شرکت کنندگان باید خود را مطابق با پاسخ خود قرار دهند. پس از پرسیدن هر سوال/بیانیه، مجری از شرکت کنندگانی که در وسط (شاید موقعیت) نشسته اند	- همتایان خود را بهتر بشناسید و وارد موضوع کارگاه شوید	بسته به اینکه گروه آشنا است یا نه، دور اسامی ایده خوبی است، بنابراین شرکت کنندگان احساس راحتی بیشتری می کنند و یکدیگر را می شناسند. اظهارات را می توان با توجه به تمرکز کارگاه یا سطح دانش شرکت کنندگان تغییر داد. همچنین اظهارات فعالیت BINGO را می توان با گروه تنظیم کرد تا شخصی تر شود.	یک اتاق تمرین بزرگ که در آن شرکت کنندگان فضایی برای تقسیم به گروه های کوچکتر دارند	20 دقیقه	

می خواهد توضیح دهند که چرا تصمیم می گیرند آنجا بنشینند. اظهارات احتمالی، اما می توان آنها را با توجه به بحث های روز قبل تغییر داد: • من بیشتر از فیس بوک / IG / TIK-TOK استفاده می کنم • من بیش از 2 ساعت در روز را در شبکه های اجتماعی می گذرانم. • من از رسانه های اجتماعی برای به روز ماندن در مورد اخبار و رویدادهای جاری استفاده می کنم. • من از طریق رسانه های اجتماعی دوستان یا ارتباطات جدیدی پیدا کرده ام. • رسانه های اجتماعی در مقطعی بر بهره وری من تأثیر منفی گذاشته اند. • احساس می کنم گاهی اوقات به استراحت از رسانه های اجتماعی نیاز دارم.					
یا یکنوع بازی شبیه لوتو رسانه های اجتماعی مجری به همه با BINGO جزوه می دهد که در آن بیانیه های مختلفی وجود دارد. شرکت کنندگان باید به اطراف بروند و از دیگران بپرسند که آیا با این بیانیه همذات پنداری می کنند یا خیر و نام خود را بنویسند. نام ها نباید تکرار شوند. هنگامی که یک نفر یک خط یا کل صفحه را پر می کند (در اینجا بستگی به مدت زمان اختصاص داده شده برای فعالیت دارد) فعالیت به پایان می رسد و از شرکت کنندگان دعوت می شود تا به صندلی های خود بازگردند.	- همتایان خود را بهتر بشناسید و وارد موضوع کارگاه شوید - در مورد یکدیگر و اینکه هر کدام به طور منظم از چه پلتفرم های رسانه های اجتماعی استفاده می کنند، بیاموزید		یک اتاق تمرین بزرگ که در آن شرکت کنندگان فضایی برای تقسیم به گروه های کوچکتر دارند جزوه ها با رسانه های اجتماعی BINGO	20-30 دقیقه	

فعالیت 2.1 مقدمه ای بر پلتفرم های رسانه های اجتماعی - بخش تئوری - اصطلاحات با مقدمه ای کوتاه بر اهمیت رسانه های اجتماعی در دنیای امروز، به ویژه در زمینه زنان مهاجر و پناهنده که ممکن است از این پلتفرم ها برای ارتباط با جوامع خود، دسترسی به منابع و بیان خود استفاده کنند، شروع کنید. توضیح دهید که این جلسه بر چهار پلتفرم اصلی تمرکز خواهد کرد: اینستاگرام، فیس بوک، تیک تاک و یوتیوب. بر اساس PPT، تسهیل کننده اصطلاحات خاصی را برای دنیای رسانه های اجتماعی معرفی می کند و از شرکت کنندگان می پرسد که آیا برخی از اصطلاحاتی را می دانند که چندان رایج نیستند. سپس از شرکت کنندگان بپرسید که آیا اصطلاحات دیگری را که هنگام پیمایش در پلتفرم های رسانه های اجتماعی با آن مواجه شده اند اضافه می کنند یا خیر. بخش دوم، تسهیل کننده ویژگی های هر پلتفرم از جمله ویژگی های کلیدی، جمعیت شناسی کاربر، موارد مورد استفاده و غیره را توضیح می دهد. <u>PPT را برای محتوای دقیق برای استفاده در این جلسه بررسی کنید</u>	- اصطلاحات و ویژگی های اصلی هر پلتفرم را بیاموزید. - شکاف های دانش هویت - عمیق تر به موضوع پلتفرم های رسانه های اجتماعی بپردازید	تمام اصطلاحات و اطلاعات در ارائه PPT است و بر اساس گروه نیز قابل تنظیم است.	ویدئو پروژکتور، لپ تاپ و <u>ارائه</u>	40 دقیقه	https://www.ubiquitousinfluence.com/post/tikt#ok-slang
فعالیت 2.2 شکار لاشخور رسانه های اجتماعی گروه را در گروه های کوچکتر جدا کنید و به هر گروه یک پلت فرم رسانه اجتماعی اختصاص دهید - برای این کارگاه، در حالت ایده آل 4 گروه خواهد بود، بنابراین ما می توانیم فقط در مورد YOUTUBE و FB، IG، TIK-TOK بحث کنیم.	• ویژگی ها و تنظیمات جدید را به تنهایی در پلتفرم های مختلف رسانه های اجتماعی کشف کنید • دانش و مهارت ها را با استفاده مستقیم از پلتفرم ها افزایش می دهد • تقویت کار تیمی و همکاری	در این زمان مربی باید کم و بیش دانش گروه را در پلتفرم های خاص شناسایی کرده باشد، بنابراین سعی کنید شرکت کنندگان آگاه تر را با کسانی که کمتر می دانند ترکیب کنید تا بهترین تجربه یادگیری را داشته باشید.	وظایف چاپی، فضای کافی در اتاق یا خارج از اتاق برای شرکت کنندگان تا بتوانند در آرامش کار کنند. <u>جزوه شکار لاشخور رسانه های اجتماعی</u>	40 دقیقه	

هر گروه یک پاکت نامه با وظایف مربوط به آن پلتفرم خاص دریافت می کند که باید در پایان فعالیت انجام دهد و ارائه دهد بعد از 30 دقیقه ببینید گروه در چه مرحله ای است و در صورت نیاز 10 دقیقه بیشتر به آنها بدهید. سپس از هر گروه بخواهید آنچه را که روی آن کار کرده اند ارائه دهد، به این ترتیب ویژگی های منحصر به فرد هر پلتفرم رسانه اجتماعی را ارائه می دهند					
فعالیت 2.3 خطرات و اقدامات ایمنی در پلتفرم های رسانه های اجتماعی گروه را به گروه های کوچکتر تقسیم کنید و سناریوهای مختلفی را به آنها بدهید و از آنها بخواهید در گروه ها در مورد نحوه عمل در چنین موردی بحث کنند. در گروه بزرگ تمام سناریوها و اقدامات احتمالی که باید برای جلوگیری از کلاهبرداری، سرقت و غیره انجام شود، بحث کنید. روی فلیپ چارت تمام خطرات پیش روی آن یادداشت برداری کنید و جدولی با ریسک های مکرر ایجاد کنید. در پایان از گروه بپرسید که آیا می خواهند چیز دیگری اضافه کنند یا خیر. اطلاعات بیشتر در مورد تنظیمات حریم خصوصی را می توانید در مازول 3 بیابید	• به شرکت کنندگان کمک کنید تا خطرات احتمالی را در پلتفرم های رسانه های اجتماعی شناسایی و درک کنند • شرکت کنندگان را به استراتژی هایی برای افزایش ایمنی و امنیت آنلاین مجهز کنید • درک کنید که چگونه از خود و جوامع خود محافظت کنید • افزایش آگاهی از خطراتی که افراد با سواد دیجیتالی و رسانه ای پایین می توانند به طور تصادفی با آن مواجه شوند	توصیه می شود در ابتدا دانش گروه را مهار کنید، قبل از اینکه به آنها آموزش دهید که بهترین شیوه ها در چنین مواردی هستند.	سناریوهای چاپ شده، فلیپ چارت یا تخته سفید، نشانگرها، پروژکتور و صفحه نمایش برای ارائه	40-50 دقیقه	https://www.youtube.com/watch?v=vPIWDFtP0T0
فعالیت 2.4 ایجاد یک پرسونا برای گروه هدف خود	• درک گروه هدف آنها • درک نحوه دسترسی به گروه های هدف خود در رسانه های اجتماعی	هنگامی که فعالیت با زنان مهاجر/پناهنده استفاده می شود، آنها باید بر روی افرادی که فکر می کنند محصولات آنها را دوست دارند،	قالب چاپ شده برای ایجاد شخصیت، پروژکتور و صفحه نمایش برای ارائه.	45-60 دقیقه	https://www.qualtrics.com/experience-management/research/user-personas

1. گروه هدف خود را درک کنید در مورد شخصیت چیست و اهمیت درک نیازها، ترجیحات و مهارت های دیجیتالی زنان مهاجر و پناهنده بحث کنید. 2. از شرکت کنندگان بخواهید در گروه های کوچک، شخصیتی برای گروه های هدف خود ایجاد کنند - در این مورد بر اساس افرادی که با آنها کار می کنند. هر گروه یک الگو برای ایجاد شخصیت و 3 ایده محتوا برای شخصیت خود دریافت می کند. از گروه ها بخواهید شخصیت خود را یکی یکی ارائه دهند و از بقیه گروه بپرسید که چه فکر می کنند و بازخورد ارائه دهند. در پایان بر اساس سوالات بازتابی که در ارائه وجود دارد بحث کنید.	● یادگیری نحوه ایجاد یک پرسونا برای گروه های هدف خود	شاید افرادی که می شناسند، دوستان و غیره تمرکز کنند برای گروه های زبان مختلط و مهارت های زبانی پایین در زبان محلی یا انگلیسی، جزوه هایی را به زبانی که به خوبی صحبت می کنند ارائه دهید. به شرکت کنندگان یادآوری کنید که باید قضاوت نکنند و از ادعا کردن خودداری کنند			
فعالیت 2.5. خلاصه و سوالات پایان کارگاه و پاسخ به سوالات اضافی که ظاهر می شود.	● برجسته کردن اصول کلیدی و رسیدگی به نگرانی ها.			5-10 دقیقه	
برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد تولید محتوا، ماثول 4 را بررسی کنید.					

رسانه های اجتماعی BINGO

شخصی را پیدا کنید که...

عکسی از غذا را در اینستاگرام منتشر کرده است.	از فیس بوک برای همگام شدن با دوستان یا خانواده قدیمی استفاده می کند.	یک چالش پرطرفدار را TikTok امتحان کرده است.	ویدیویی را در یوتیوب به اشتراک گذاشته است.
زمان زیادی را صرف انتخاب عکس پروفایل عالی کرده است.	هیجان ویروسی شدن یک (یا نیمه ویروسی!) را تجربه کرده است.	با تماشای آموزش های یوتیوب مهارت جدیدی آموخته است.	می داند چگونه یک عالی را برای حداکثر تعامل برنامه ریزی کند.
مسئول رسانه های اجتماعی یک سازمان غیردولتی/کسب و کار است	یک وبلاگ سفر در یوتیوب ارسال کرد	همیشه عکس های سفرهای خود را در IG یا FB خود به اشتراک می گذارند	دوستانش را در پستی تگ کرده است که باعث خنده آنها شده است.
از طریق رسانه های اجتماعی با کسی آشنا شوید	می داند چگونه ها را از طریق متا برنامه ریزی کند.	سعی کردم یک رقص TikTok را بازسازی کنم (با موفقیت یا نه!).	یک الگوی رفتاری خنده دار به اشتراک گذاشتم که لایک های زیادی دریافت کرد.

شکار لاشخور رسانه های اجتماعی

گروه 1: فیس بوک

1. یک گروه خصوصی ایجاد کنید و دستورالعمل ها را تنظیم کنید:

یک گروه فیس بوک خصوصی ساختگی برای یک پروژه یا هدف اجتماعی راه اندازی کنید. قوانین گروه، نقش های اعضای گروه (مثلا ناظر، مدیر) و دستورالعمل های ارسال و نظر دادن را ایجاد کنید و در مورد آنها توافق کنید. یک خوش آمدگویی ایجاد کنید و در مورد نحوه تعدیل موثر گروه بحث کنید.

0. یک رویداد فیس بوک برنامه ریزی کنید:

تصور کنید میزبان رویدادی برای یک جامعه هستید (به عنوان مثال، یک کارگاه مهارت های دیجیتال). به عنوان یک گروه، یک رویداد فیس بوک ایجاد کنید، تمام جزئیات مربوطه (عنوان، توضیحات، مکان و غیره) را پر کنید

0. سناریوی تعدیل محتوا:

شما یک گروه فیس بوک را مدیریت می کنید و یکی از اعضا چیزی را می کند که دستورالعمل های انجمن را نقض می کند. سناریویی را ایفا کنید که در آن یکی از اعضا ناظر است که وضعیت را مدیریت می کند و بقیه اعضای گروه هستند که پاسخ می دهند. در مورد نحوه رسیدگی حرفه ای و منصفانه به موضوع بحث کنید.

0. یک لیست دوستان سفارشی ایجاد کنید:

یک لیست دوستان جدید با حداقل سه "دوست" (پروفایل واقعی یا تصادفی) ایجاد کنید و قابلیت مشاهده یک را فقط در این لیست تنظیم کنید.

0. ایجاد یک سازگار با حریم خصوصی

به عنوان یک گروه، در مورد موضوعی که می خواهید به صورت عمومی در فیس بوک به اشتراک بگذارید بحث کنید - موضوعی آموزشی یا مثبت که به کار اجتماعی شما مربوط می شود. با استفاده از نمایه شخصی یکی از اعضای گروه، یک فیس بوک ایجاد کنید و بر جذاب کردن آن و دوستدار حریم خصوصی تمرکز کنید.

- تنظیمات حریم خصوصی را کاوش و تنظیم کنید (به عنوان مثال، عمومی، دوستان، دوستان به جز...، دوستان خاص).
- گزینه های برچسب گذاری را آزمایش کنید: یک مکان اضافه کنید، یک دوست را تگ کنید (اگر راحت است)، یا یک احساس/فعالیت به اضافه کنید.
- در مورد مزایا و معایب تنظیمات مختلف حریم خصوصی و اینکه چرا ممکن است یکی را بر دیگری انتخاب کنید، بحث کنید.

گروه 2: اینستاگرام

1. ویژگی های تعاملی اینستاگرام را کاوش و استفاده کنید:

- به عنوان یک گروه، ویژگی های تعاملی مختلف موجود در استوری های اینستاگرام را کاوش کنید. هر عضو باید حداقل با استفاده از یکی از موارد زیر یک داستان ایجاد کند:
- نظرسنجی
- جعبه سوال
- برچسب مسابقه
- نوار لغزنده ایموجی
- تایمر شمارش معکوس

داستان های خود را در گروه به اشتراک بگذارید (در صورت تمایل از لیست "دوستان نزدیک" استفاده کنید) و در مورد نحوه عملکرد هر ویژگی، نوع پاسخ هایی که دریافت می کنید و در چه موقعیت هایی ممکن است از آنها استفاده کنید، بحث کنید.

0. تحقیق و استراتژی هشتگ:

به عنوان یک گروه، فهرستی از 10 هشتگ مرتبط برای کارهای روزمره خود را در سازمان های غیردولتی خود تحقیق و تهیه کنید. بحث کنید که کدام هشتگ ها بیش از حد گسترده هستند، کدام یک بیش از حد خاص هستند و چگونه می توان آنها را برای دسترسی بهتر متعادل کرد.

0. تجزیه و تحلیل صفحه کاوش اینستاگرام:

- به عنوان یک گروه به صفحه کاوش بروید. هر عضو هشتگ خاصی را جستجو می کند که مربوط به یک علاقه مشترک است (به عنوان مثال، #refugeecommunity یا #digitalinclusion). محتوایی را که ظاهر می شود مشاهده کنید و انواع حساب ها و های محبوب را یادداشت کنید.
- در گروه بحث کنید که چه نوع محتوایی معمولاً در فید کاوش نشان داده می شود و چرا ممکن است های خاصی نسبت به های دیگر برجسته شوند. در مورد انواع ها (عکس، حلقه ها، استوری ها) که محبوب هستند چه چیزی را مشاهده می کنید؟

0. آشنایی با تنظیمات حریم خصوصی اینستاگرام:

- با هم به عنوان یک گروه به تنظیمات حریم خصوصی بروید. هر عضو باید گزینه های حریم خصوصی را در بخش «حریم خصوصی حساب»، «تنظیمات داستان» و «حساب های مسدود شده» بررسی کند.
- در مورد ویژگی های مختلف حریم خصوصی و کارهایی که انجام می دهند صحبت کنید. سعی کنید تنظیمات حریم خصوصی را برای استوری ها (مانند پنهان کردن داستان ها از دنبال کنندگان خاص) تنظیم کنید و حساب های محدود شده و مسدود شده را آزمایش کنید. در مورد اینکه چگونه این تنظیمات می توانند به حفظ ایمنی آنلاین کمک کنند، تأمل کنید.

0. با فیلترها و جلوه های اینستاگرام بازی کنید:

- به صورت جفتی یا گروهی، فیلترهای دوربین و جلوه های واقعیت افزوده موجود در استوری های اینستاگرام را کاوش کنید. هر یک از اعضا یک فیلتر یا افکت را برای آزمایش انتخاب می کند، یک

عکس یا ویدیو می گیرد و آن را با گروه به اشتراک می گذارد (می توانید از ویژگی "دوستان نزدیک" برای اشتراک گذاری استفاده کنید).

- بحث کنید که چگونه فیلترها و افکت ها احساس یک یا استوری را تغییر می دهند. کدام جلوه ها سرگرم کننده، حرفه ای یا چشم نواز به نظر می رسیدند؟ چگونه استفاده از فیلترها تعامل با فالوورها را تغییر می دهد؟

گروه 3: تیک توک

1. صفحه (TikTok For You (FYP را کاوش کنید:

- مدتی را صرف پیمایش در صفحه "برای شما" به عنوان یک گروه کنید. هر یک از اعضای تیم باید انواع محتوایی را که ظاهر می شود یادداشت کند (به عنوان مثال، چالش های رقص، ویدیوهای آموزشی، کمدی و غیره).
- بحث کنید که چه محتوایی ظاهر می شود و چرا ممکن است در FYP نمایش داده شود. آنچه را که هر یک از اعضای تیم دیده اند مقایسه کنید - آیا ویدیوهای مشابه یا کاملاً متفاوتی دیدید؟ بحث کنید که چگونه الگوریتم TikTok محتوا را شخصی سازی می کند.

0. با جلوه ها و فیلترهای TikTok آزمایش کنید:

- به صورت جفت یا به صورت گروهی، جلوه ها و فیلترهای مختلف موجود در ویرایشگر ویدیوی TikTok را کاوش کنید. هر فرد باید یک ویدیوی کوتاه و سرگرم کننده با استفاده از افکت یا فیلتری ایجاد کند که قبلاً هرگز امتحان نکرده است و آن را به عنوان پیش نویس (بدون ارسال) ذخیره کند.
- پیش نویس های خود را در گروه به اشتراک بگذارید و در مورد نحوه عملکرد جلوه ها و فیلترهای مختلف بحث کنید. استفاده از کدام اثرات آسان تر بود؟ فکر می کنید هر افکت برای چه نوع محتوایی خوب است؟

0. صداهای پرطرفدار را کشف و ذخیره کنید:

به عنوان یک تیم، هنگام ایجاد ویدیو یا جستجوی صداهای محبوب در صفحه Discover، با ضربه زدن روی نماد «صداها» صداهای پرطرفدار را کاوش کنید. هر یک از اعضای تیم باید صدایی را که به آن علاقه دارد پیدا کرده و ذخیره کند.

0. بررسی عمیق تنظیمات حریم خصوصی و ایمنی TikTok:

- به عنوان یک گروه به منوی «حریم خصوصی و تنظیمات» بروید. تنظیمات حریم خصوصی مختلف را کاوش کنید، مانند اینکه چه کسی می تواند نظر بدهد، دوت، بخیه یا به شما پیام دهد.
- در مورد مزایا و معایب تنظیمات مختلف حریم خصوصی بحث کنید. چه اقداماتی برای محافظت از کاربران در دسترس است و چگونه می توان آنها را برای ایمن تر کردن TikTok برای مخاطبان خاص تنظیم کرد؟

0. چالش: بدون ارسال در یک روند TikTok شرکت کنید:

یک ترند یا چالش محبوب TikTok را با هم انتخاب کنید (به عنوان مثال، رقص یا همگام سازی لب) و آن را با استفاده از سبک گروه خود دوباره بسازید. ویدیو را ضبط کنید، ویژگی های ویرایش ویدیو مانند برش، تنظیم سرعت یا افزودن متن را آزمایش کنید، اما فقط آن را به عنوان پیش نویس بدون ارسال ذخیره کنید.

گروه 4: یوتیوب

1. گزینه های جستجو و فیلتر YouTube را کاوش کنید:

به عنوان یک گروه، موضوع مورد علاقه خود را انتخاب کنید (برای مثال، محتوای آموزشی، ویدیوهای نحوه انجام، یا داستان های فرهنگی). از نوار جستجوی YouTube برای یافتن ویدیوهای مربوط به موضوع و کاوش در گزینه های فیلتر (به عنوان مثال، فیلتر بر اساس تاریخ آپلود، تعداد بازدیدها یا نوع ویدیو) استفاده کنید.

0. زیرنویس ها و زیرنویس های YouTube را آزمایش کنید:

ویدیویی را به صورت گروهی انتخاب کنید و آن را با زیرنویس ناشنویان روشن تماشا کنید. هم زیرنویس های تولید شده خودکار و هم زیرنویس هایی را که به صورت دستی توسط سازنده محتوا اضافه شده اند (در صورت وجود) آزمایش کنید. در صورت امکان، زبان زیرنویس ها را تغییر دهید تا ببینید ترجمه های YouTube چقدر خوب کار می کنند.

0. لیست های پخش YouTube را کشف کنید:

- با یافتن موضوع مورد علاقه (مانند آموزش مهارت های دیجیتال یا داستان های فرهنگی) لیست های پخش YouTube را با هم کاوش کنید. هر عضو باید یک لیست پخش را پیدا کند و به اشتراک بگذارد که به نظر آنها به خوبی سازماندهی شده یا مفید باشد.
- بحث کنید که چرا برخی از لیست های پخش جذاب تر از سایرین هستند. بررسی کنید که چگونه می توان از لیست های پخش برای سازماندهی محتوا، ذخیره ویدیو ها برای بعدا یا دنبال کردن یک مسیر یادگیری ساختار یافته استفاده کرد.

0. ویژگی های نظرات YouTube را کاوش و آزمایش کنید:

به عنوان یک گروه، یک ویدیوی پرطرفدار را انتخاب کنید و بخش نظرات را کاوش کنید. به دنبال نظرات پین شده، نظرات برتر، و پاسخ ها باشید. در مورد نحوه سازماندهی بخش نظرات و انواع نظرات بیشتر دیده می شود بحث کنید.

0. با تنظیمات حریم خصوصی و کنترل های محتوا YouTube آشنا شوید:

- با هم، تنظیمات حریم خصوصی یک حساب شخصی YouTube را بررسی کنید. به گزینه هایی مانند خصوصی نگه داشتن لیست های پخش، محدود کردن دید ویدیو، مدیریت سابقه تماشا و کنترل های والدین (مانند حالت محدود) نگاه کنید.
- در مورد کارهایی که هر ویژگی حریم خصوصی انجام می دهد و اینکه چگونه می تواند برای حفظ کنترل حساب شما مفید باشد، بحث کنید. روشن و خاموش کردن ویژگی ها را آزمایش کنید و در مورد اینکه چرا تنظیمات خاصی ممکن است برای مخاطبان مختلف مناسب باشد بحث کنید.

خطرات در سناریوهای رسانه های اجتماعی:

1. اینستاگرام:

سناریو 1:

لوئیزا، یک مددکار اجتماعی که در مدرسه ای برای زنان پناهنده بزرگسال کار می کند، اغلب عکس ها و ویدیوهای از کار روزانه خود را به اشتراک می گذارد، از جمله محتوا با جامعه خود. یک روز، او ویدیویی از یک جلسه کارگاه را منتشر می کند، بدون اینکه متوجه شود که در پس زمینه اطلاعات شخصی حساس یکی از زنان شرکت کننده در کارگاه قابل مشاهده است. این ویدیو بسیار محبوب می شود و لایک، نظرات و اشتراک گذاری های زیادی به دست می آورد. تا زمانی که لوئیزا متوجه شود، این ویدیو به صدها نفر رسید.

نکات بحث:

1. خطرات حریم خصوصی در این شرایط چیست؟
2. چگونه لوئیزا می تواند از این نقض حریم خصوصی جلوگیری کند؟
3. او چه اقداماتی را باید فوراً برای کاهش آسیب احتمالی انجام دهد؟
4. چگونه می تواند تنظیمات حریم خصوصی را بهتر مدیریت کند تا از چنین حوادثی در آینده جلوگیری کند؟

سناریو 2:

آیسا، یک زن پناهنده سوری که در بلژیک زندگی می کند، شروع به استفاده از اینستاگرام برای به اشتراک گذاشتن سفر ادغام خود در بلژیک می کند. او عکس را در جشن اولین شغل خود در کشور جدید منتشر می کند. با این حال، او علاوه بر پیام های مثبت، نظرات نفرت انگیز و تبعیض آمیز زیادی از حساب های ناشناس و همچنین پیام های خصوصی از افراد ناشناس دریافت می کند. این باعث می شود او احساس ناامنی کند و بر عزت نفس او تأثیر می گذارد.

نکات بحث:

1. آیسا با چه نوع رفتار ناامنی اشتباه گرفته است؟
2. او برای جلوگیری از چنین پیام هایی در آینده چه کاری می تواند انجام دهد؟
3. او از چه ویژگی هایی می تواند برای محافظت از خود و مدیریت وضعیت استفاده کند؟

2. فیس بوک:

سناریو 1:

آنابل، یک مربی بزرگسالان، یک گروه فیس بوک را برای زنان مهاجر ساکن اتریش مدیریت می کند که در آن منابع را به اشتراک می گذارند و از یکدیگر حمایت می کنند. یک روز، یکی از اعضا مقاله ای را به اشتراک می گذارد که ادعا می کند به مهاجران خدمات بهداشتی رایگان در یکی از کلینیک های محلی ارائه می شود.

اطلاعات به سرعت در گرو پخش می شود، اما آنابل متوجه می شود که مقاله مربوط به سال 2015 است و کلینیک دیگر این خدمات را ارائه نمی دهد. این وضعیت منجر به سردرگمی و ناامیدی در میان اعضای گروه می شود.

نکات بحث:

1. چه نوع رفتار پرخطری در این سناریو نشان داده می شود؟
2. آنابل قبل از اینکه اجازه دهد مقاله در گروه به اشتراک گذاشته شود، چگونه می توانست واکنش نشان دهد؟
3. فیس بوک چه ابزارهایی را برای کمک به مدیریت و تعدیل محتوای گروه ارائه می دهد؟
4. آنابل چگونه باید با این موضوع با گروه رسیدگی کند تا از اطلاعات نادرست در آینده جلوگیری کند؟

سناریو 2:

نور، یک مددکار اجتماعی، پیامی در فیس بوک Messenger از حساب یکی از همکاران دریافت می کند که در مورد یک مشکل مالی فوری درخواست کمک می کند. این پیام حاوی پیوندی به یک سایت پرداخت است. نور با اعتماد به همکارش، روی لینک کلیک می کند و جزئیات پرداخت خود را وارد می کند، اما بعداً متوجه می شود که حساب همکار هک شده است و او پول را گم کرده و حسابش به خطر افتاده است.

نکات بحث:

1. چه نوع وضعیت ریسکی در سناریو ارائه می شود؟
2. نور چه نشانه هایی را باید متوجه می شد که این پیام یک حقه است؟
3. بلافاصله پس از اینکه متوجه شد فریب خورده است، چه اقداماتی باید انجام دهد؟
4. از چه ویژگی های فیس بوک باید برای گزارش حساب هک شده و محافظت از حساب و داده های او در برابر کلاهبرداری های آینده استفاده شود؟

3. تیک توک

سناریو 1:

هایا، یک زن جوان پناهنده به TikTok می پیوندد و درگیر یک چالش ویروسی می شود که شامل انجام یک حرکت فیزیکی خطرناک است. او خود را در حال تلاش برای این چالش ضبط می کند، اما در حالی که سعی می کند این حرکت را انجام دهد، خود را مجروح می کند، اما ویدیو را به صورت آنلاین منتشر می کند. این ویدیو خیلی سریع محبوب می شود و نظرات منفی را نیز به خود جلب می کند و این سوال را مطرح می کند که چرا او در چنین چالش خطرناکی شرکت کرده است.

نکات بحث:

1. خطرات شرکت در چالش ها در TikTok چیست؟

2. حیا چگونه می توانست خطرات را قبل از تلاش برای چالش ارزیابی کند؟
3. او چه اقداماتی می تواند برای حذف ویدیو و مدیریت توجه منفی انجام دهد؟
4. او چگونه می تواند از تنظیمات حریم خصوصی TikTok برای کنترل اینکه چه کسی های آینده او را ببیند استفاده کند؟

سناریو 2:

میرا، دختر 15 ساله ای که در یک اردوگاه پناهندگان در ایتالیا زندگی می کند، شروع به استفاده از TikTok برای گذراندن زمان و ارتباط با دیگران می کند. او شروع به دریافت ویدیوهایی با محتوای خشونت آمیز یا صریح جنسی می کند که باعث ناراحتی او می شود. او مطمئن نیست که چگونه از چنین محتوایی اجتناب کند و همچنان در معرض آن قرار می گیرد.

نکات بحث:

1. میرا هنگام قرار گرفتن در معرض محتوای نامناسب در TikTok با چه خطراتی مواجه می شود؟
2. یاسمین چگونه می تواند از ویژگی های ایمنی TikTok برای فیلتر کردن چنین محتوایی استفاده کند؟
3. چگونه سرپرستان یا مربیان او می توانند از او در استفاده ایمن از TikTok حمایت کنند؟

Youtube 4.

سناریو 1:

کیتی، یک مدافع پناهندگان، ویدیویی را در یوتیوب آپلود می کند که در مورد کار خود با زنان پناهنده بحث می کند. این ویدیو بازخوردهای مثبت زیادی دریافت می کند، اما تعدادی از نظرات نفرت انگیز و تحقیرآمیز ترول ها را نیز به خود جلب می کند. کتی احساس می کند که از منفی گرایی غرق شده است و مطمئن نیست که چگونه با این وضعیت کنار بیاید و از ادامه کار حمایتی خود دلسرد می شود.

نکات بحث:

1. کتی چگونه می تواند نظرات روی ویدیوهایش را مدیریت و تعدیل کند؟
2. چگونه می تواند نظرات توهین آمیز را گزارش کند و کاربرانی را که او را آزار می دهند مسدود کند؟
3. YouTube چه ویژگی هایی برای فیلتر کردن یا نگه داشتن نظرات برای بررسی ارائه می دهد؟
4. تأثیرات عاطفی برخورد با نظرات منفی چیست و از کجا می تواند به دنبال حمایت باشد؟

سناریو 2:

آنتونی، یک مددکار اجتماعی، ویدیوهای آموزشی برای کودکان پناهنده ایجاد می کند و آنها را در یوتیوب آپلود می کند. در یکی از ویدیوهای او، او از آهنگ محبوبی استفاده می کند که از یک وب سایت آنلاین دانلود کرده است. چند هفته بعد، آنتونی یک اعتصاب کپی رایت از یوتیوب دریافت می کند که بر توانایی او در آپلود محتوای جدید تأثیر می گذارد و به طور بالقوه منجر به حذف ویدیوی او می شود.

نکات بحث:

1. خطرات مرتبط با استفاده از مطالب دارای حق نسخه برداری در YouTube چیست؟
2. چگونه آنتونی می تواند بررسی کند که موسیقی مورد استفاده او رایگان است یا نیاز به مجوز دارد؟
3. پس از دریافت اعتصاب کپی رایت چه اقداماتی باید انجام دهد؟
4. چگونه می توان از مشکلات کپی رایت در آینده جلوگیری کرد و یوتیوب چه ویژگی هایی را برای سازندگان فراهم می کند؟

شخصیت کاربری خود را ایجاد کنید

نام - به آنها یک نام بدهید	
حقایق اساسی - سن، کشور مبدأ، خانوار فعلی شهر (کودکان/سالمندان)، زبان های صحبت شده، سطح سواد.	
نمایه دیجیتال و دستگاه ها - دستگاه(های) مورد استفاده (تلفن هوشمند، تلفن ویژه، تبلت)، وضعیت داده (محدود/نامحدود)، دسترسی به اینترنت (Wi-Fi خانگی / Wi-Fi عمومی / داده تلفن همراه / هیچ).	
مهارت های دیجیتال -	

تازه کار / پایه / متوسط - آیا آنها می توانند برنامه ها را دانلود کنند، عکس بگیرند، پیام های صوتی ارسال کنند، ویدیو تماشا کنند؟	
روال روزانه و زمان آنلاین - چه زمانی می توانند به اینترنت دسترسی داشته باشند؟ (صبح / بعد از ظهر / عصر) چه مدت؟	
اهداف و انگیزه ها (3 برتر) - چرا آنها از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند؟ (در تماس بمانید، زبان یاد بگیرید، کار پیدا کنید، سرگرمی، پشتیبانی)	
چالش ها (top3) - به عنوان مثال، مانع زبانی، ترس از به اشتراک گذاری اطلاعات شخصی، مراقبت از کودکان، سواد کم، بی اعتمادی به محتوا، بودجه داده کم.	
منابع و شبکه های قابل اعتماد - به چه کسی اعتماد دارند؟	
تنظیمات محتوا - فرمت هایی که ترجیح می دهند (ویدیوهای کوتاه، پیام های صوتی، تصاویر، متن، جلسات زنده)، نیازهای زبان (زیر نویس زبان مادری)، لحن (رسمی/غیررسمی).	
نگرانی های مربوط به حریم خصوصی و ایمنی	
نیازهای دسترسی - متن بزرگ، اول صوتی، تصاویر ساده، ترجمه، زیرنویس.	
2 تا 3 پلتفرم برتر که احتمالاً از آنها استفاده می کنند (حدس اولیه)	

نکات دیگری که می توان در مورد آنها بحث کرد:

- نگرش ها: نگرش آنها نسبت به مذهب، سیاست، طبقات اجتماعی، محیط زیست و غیره چیست؟
- علایق: علایق و سرگرمی های آنها چیست؟
- محیط کاربر: آیا آنها کاربر رایانه هستند یا کاربر تلفن همراه؟

