



REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

مقدمه‌ای بر رسانه‌های اجتماعی کارگاه

[ماژول ۰۲ خدمات ضمن آموزش سواد دیجیتال]



Co-funded by
the European Union





فهرست

01

فعالیت ۲.۱ - مقدمه

02

فعالیت ۲.۲ - جستجوی کاربران
شبکه‌های اجتماعی

03

فعالیت ۲.۳ - خطرات و اقدامات ایمنی در
پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی

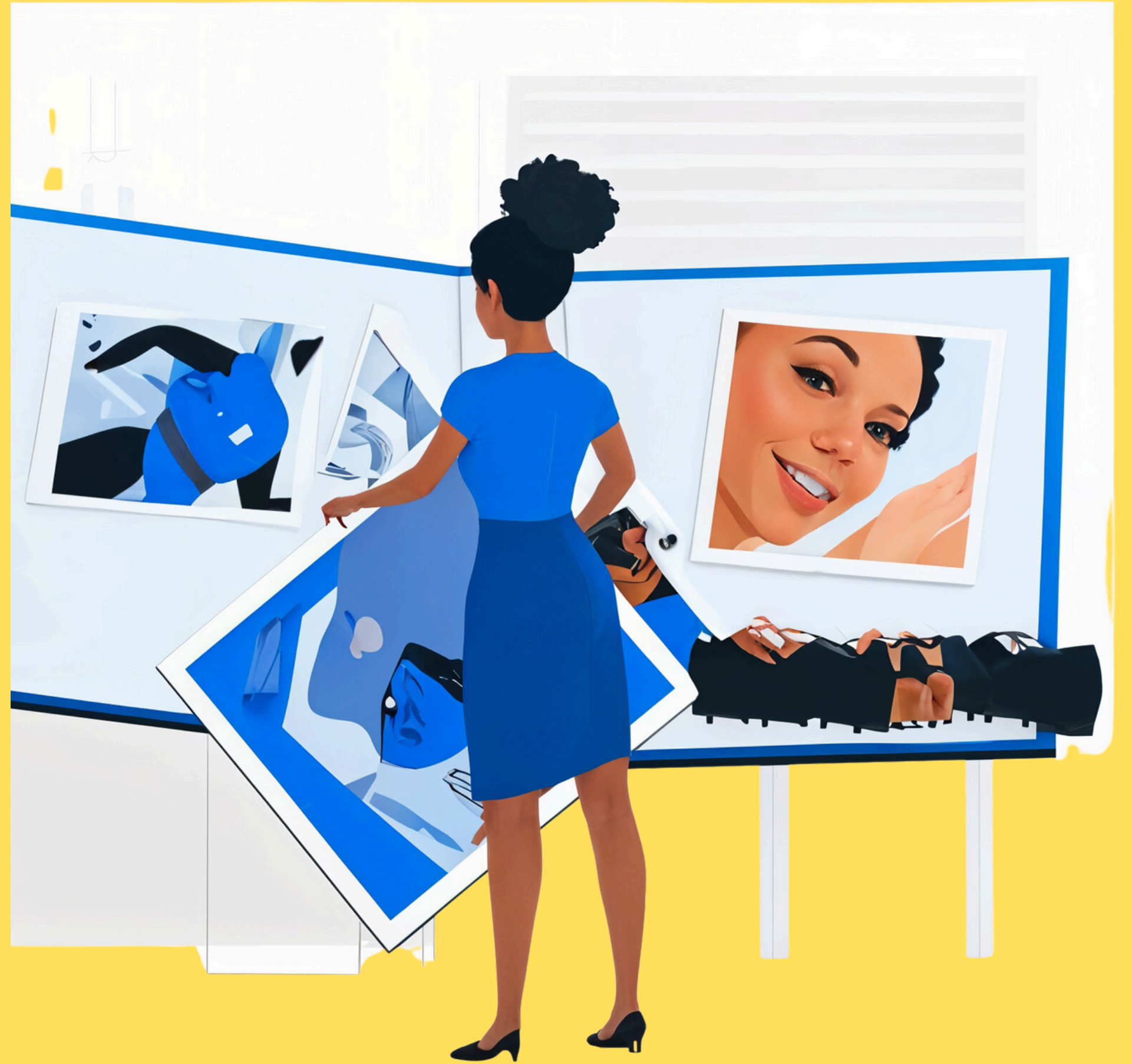
04

فعالیت ۲.۴ - خلق یک پرسونا



فعالیت ۲.۱.۱

اصطلاحات رسانه‌های اجتماعی





پلتفرم‌های اصلی رسانه‌های اجتماعی



Facebook



World's most used social media platform with over 2.9 billion users

Instagram



Photo/video platform where users interact through pictures and videos in different formats

YouTube

Video hosting platform where users can upload, watch, comment, rate and share uploaded or live videos.

Tik-Tok



Short-form video sharing platform, mostly used by the young audience 13-24 years old



اصطلاحات عمومی

اصطلاحات عمومی مورد استفاده در پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی

#هشتگ

یک کلمه کلیدی یا عبارت که قبل از آن علامت پوند (#) قرار می‌گیرد و برای دسته‌بندی محتوا و قابل دسترس کردن آن استفاده می‌شود.

خوراک

جریان اصلی محتوایی که کاربران هنگام ورود به یک پلتفرم رسانه اجتماعی می‌بینند.

دنبال‌کنندگان

کاربرانی که برای دیدن پست‌ها و به‌روزرسانی‌های شما در رسانه‌های اجتماعی مشترک می‌شوند.

برچسب‌گذاری

منشن کردن کاربر دیگر در پست یا نظر خود، که معمولاً به آنها اطلاع می‌دهد.

اینفلوئنسر

کاربری با دنبال‌کنندگان زیاد که می‌تواند بر نظرات و تصمیمات خرید مخاطبان خود تأثیر بگذارد.

پرطرفدار

موضوعات، هشتگ‌ها یا محتوایی که در حال حاضر در یک پلتفرم محبوب و به‌طور گسترده مورد بحث هستند.



اصطلاحات اینستاگرام



اصطلاحات عمومی مورد استفاده در اینستاگرام

STORY

داستان

یک پست موقت که پس از ۲۴ ساعت ناپدید می‌شود و اغلب برای محتوای غیررسمی‌تر یا محتوای حساس به زمان استفاده می‌شود.

HIGHLIGHT

برجسته کردن

مجموعه‌ای از داستان‌هایی که شما انتخاب می‌کنید تا به طور دائم در پروفایل خود نگه دارید، که اغلب بر اساس موضوعات سازماندهی شده‌اند.

REELS

قرقره‌ها

ویدیوهای کوتاه و جذاب تا ۹۰ ثانیه، مشابه ویدیوهای تیک تاک، که برای سرگرمی یا آموزش استفاده می‌شوند.

CAROUSEL

چرخ فلک

پستی که شامل چندین عکس یا ویدیو است که کاربران می‌توانند آنها را مرور کنند.

EXPLORE PAGE

صفحه کاوش

یک صفحه شخصی‌سازی شده که در آن کاربران می‌توانند محتوای جدید را بر اساس علایق و فعالیت‌های خود کشف کنند.

BIO

بایو

بخش کوچکی زیر تصویر پروفایل شما که می‌توانید در آن خود یا برندتان را توصیف کنید و یک لینک قرار دهید.



اصطلاحات فیسبوک

اصطلاحات عمومی مورد استفاده در فیسبوک

صفحه

یک پروفایل عمومی که برای کسب و کارها، برندها، چهره‌های عمومی یا سازمان‌ها ایجاد شده تا با دنبال‌کنندگان خود ارتباط برقرار کنند.

گروه

یک فضای اجتماعی که کاربران می‌توانند در آن به هم پیوندند و پیرامون علایق یا اهداف مشترک خود تعامل داشته باشند.

فید خبری

جریان اصلی محتوا در فیس بوک که در آن کاربران پست‌های دوستان، صفحاتی که دنبال می‌کنند و تبلیغات را می‌بینند.

بازارچه

پلتفرم فیسبوک برای خرید و فروش کالا در جوامع محلی.

رویداد

قابلیتی که به کاربران یا صفحات اجازه می‌دهد رویدادهای عمومی یا خصوصی ایجاد و تبلیغ کنند.

اشتراک گذاری

عمل بازنشر محتوای شخص دیگری در پروفایل خود، در یک گروه یا با شخصی در یک پیام خصوصی



اصطلاحات یوتیوب

اصطلاحات عمومی مورد استفاده در یوتیوب

کانال

پروفایل کاربر در یوتیوب که ویدیوهای او در آن منتشر می شود و بینندگان می توانند برای به روزرسانی ها مشترک شوند.

پخش زنده

قابلیتی که به کاربران اجازه می دهد محتوای ویدیویی زنده را به صورت بلادرنگ برای مخاطبان خود پخش کنند.

اشتراک

عمل دنبال کردن یک کانال یوتیوب برای دریافت اعلان ها در مورد محتوای جدید.

کسب درآمد

فرآیند کسب درآمد از ویدیوها از طریق تبلیغات، عضویت و محتوای حمایت شده.

لیست پخش

فهرستی منتخب از ویدیوهایی که به ترتیب پخش می شوند و اغلب بر اساس موضوع یا تم سازماندهی شده اند.

THUMBNAIL

تصویر بندانگشتی

تصویری که نشان دهنده یک ویدیو در یوتیوب است و اغلب برای جذب بیننده طراحی می شود.



اصطلاحات تیک تاک

اصطلاحات عمومی مورد استفاده در تیک تاک

خالق

نحوه فراخوانی کاربران در تیک تاک.
با این حال، ویدیوهای کوتاه منحصر
به فردی منتشر می‌کند.

دوئت

قابلیتی که به کاربران اجازه می‌دهد
در کنار یک ویدیوی موجود، یک
ویدیو بسازند و از آن برای واکنش
به ویدیوی دیگران استفاده کنند.

بخیه

قابلیتی که به کاربران اجازه
می‌دهد کلیپی از ویدیوی کاربر
دیگر را در ویدیوی خود بگنجانند.

صفحه برای شما (FYP)

فید اصلی تیک تاک، جایی که
محتوا بر اساس ترجیحات و رفتار
کاربر تنظیم می‌شود.

زیرنویس‌ها

فهرستی منتخب از ویدیوهایی که به
ترتیب پخش می‌شوند و اغلب بر اساس
موضوع یا تم سازماندهی شده‌اند.

چالش

روندی که در آن کاربران در یک
فعالیت خاص شرکت می‌کنند،
اغلب با استفاده از یک صدا یا
هشتگ خاص.



سوالاتی برای تأمل

- آیا این اصطلاحات را می دانستید؟
- چه چیز دیگری اضافه می کنید؟





فعالیت ۲.۱.۲

پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی نمای کلی



نمای کلی اینستاگرام



ویژگی‌های کلیدی

محتوای بصری: در درجه اول بر اشتراک‌گذاری عکس و ویدیو تمرکز دارد.
استوری‌ها: پست‌های موقت که ۲۴ ساعت دوام می‌آورند.
ریلز: ویدیوهای کوتاه و جذاب تا ۹۰ ثانیه.
IGTV: ویدیوهای طولانی تا ۶۰ دقیقه.
هشتگ‌ها: برای دسته‌بندی محتوا و افزایش قابلیت کشف شدن استفاده می‌شوند.
پیام‌های مستقیم (DM): قابلیت پیام‌رسانی خصوصی.

جمعیت‌شناسی

محبوب در بین مخاطبان جوان (۱۸ تا ۳۴ سال).
افزایش استفاده در بین گروه سنی ۳۵ تا ۴۴ سال.



نقاط قوت

داستان‌سرایی بصری: ایده‌آل برای ایجاد محتوای جذاب بصری.

تعامل بالا: کاربران از طریق لایک، کامنت و اشتراک‌گذاری با محتوا تعامل دارند.

- بازاریابی تأثیرگذار: بستری قدرتمند برای کمپین‌های مبتنی بر تأثیرگذار. ابزار قوی برندسازی: عالی برای ساخت و حفظ برند شخصی.

نقاط ضعف

وابستگی به الگوریتم: میزان دیده شدن محتوا به شدت به الگوریتم اینستاگرام بستگی دارد.

اشتراک‌گذاری محدود لینک: فقط یک لینک قابل کلیک در بیو مجاز است که ترافیک مستقیم به سایت‌های خارجی را محدود می‌کند.

اشباع محتوا: این پلتفرم بسیار رقابتی است و همین امر، متمایز شدن در آن را چالش‌برانگیز می‌کند.



نمای کلی فیسبوک



ویژگی‌های کلیدی

پست‌ها: متن، تصاویر، ویدیوها و لینک‌ها می‌توانند به اشتراک گذاشته شوند.

استوری‌ها: پست‌های موقت که ۲۴ ساعت دوام می‌آورند.

- گروه‌ها: فضاهای خصوصی یا عمومی برای مشارکت جوامع.

- صفحات: توسط کسب‌وکارها، سازمان‌ها و چهره‌های عمومی برای ارتباط با دنبال‌کنندگان استفاده می‌شود.

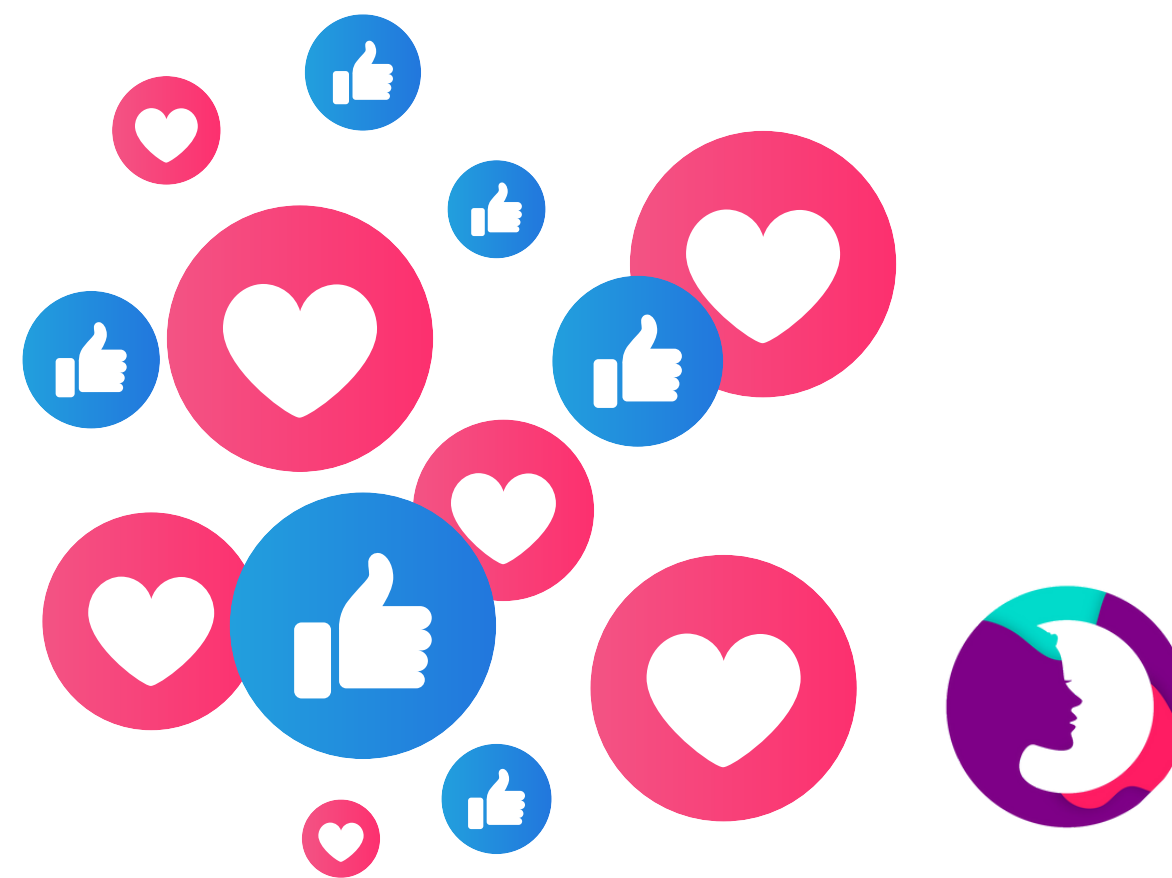
بازار: قابلیت برای خرید و فروش اقلام.

مسنجر: برنامه پیام‌رسان یکپارچه برای ارتباط مستقیم.

جمعیت‌شناسی

پایگاه کاربری گسترده در تمام گروه‌های سنی

- به ویژه در بین گروه‌های سنی ۲۵ تا ۵۵ سال به بالا محبوب است.



نقاط قوت

دسترسی گسترده: پایگاه کاربری بزرگ و متنوع، آن را به پلتفرمی مناسب برای دسترسی به گروه‌های جمعیتی مختلف تبدیل می‌کند.

ایجاد انجمن: گروه‌ها و صفحات امکان ایجاد و حفظ انجمن‌های فعال را فراهم می‌کنند.

تبلیغات رویداد: عالی برای سازماندهی و تبلیغ رویدادها.
تطبیق‌پذیری: از انواع مختلف محتوا (متن، تصاویر، ویدیوها) پشتیبانی می‌کند.

نقاط ضعف

کاهش تعامل جوانان: کاربران جوان‌تر در حال روی آوردن به پلتفرم‌های دیگری مانند اینستاگرام و تیک‌تاک هستند.

چالش‌های الگوریتم: دسترسی ارگانیک می‌تواند به دلیل تغییرات الگوریتمی محدود شود.

نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی: نگرانی‌های مداوم در مورد حریم خصوصی داده‌ها و سوءاستفاده از آنها.

حجم زیاد محتوا: حجم زیاد محتوا می‌تواند منجر به نادیده گرفته شدن پست‌های مهم شود.



نمای کلی یوتیوب

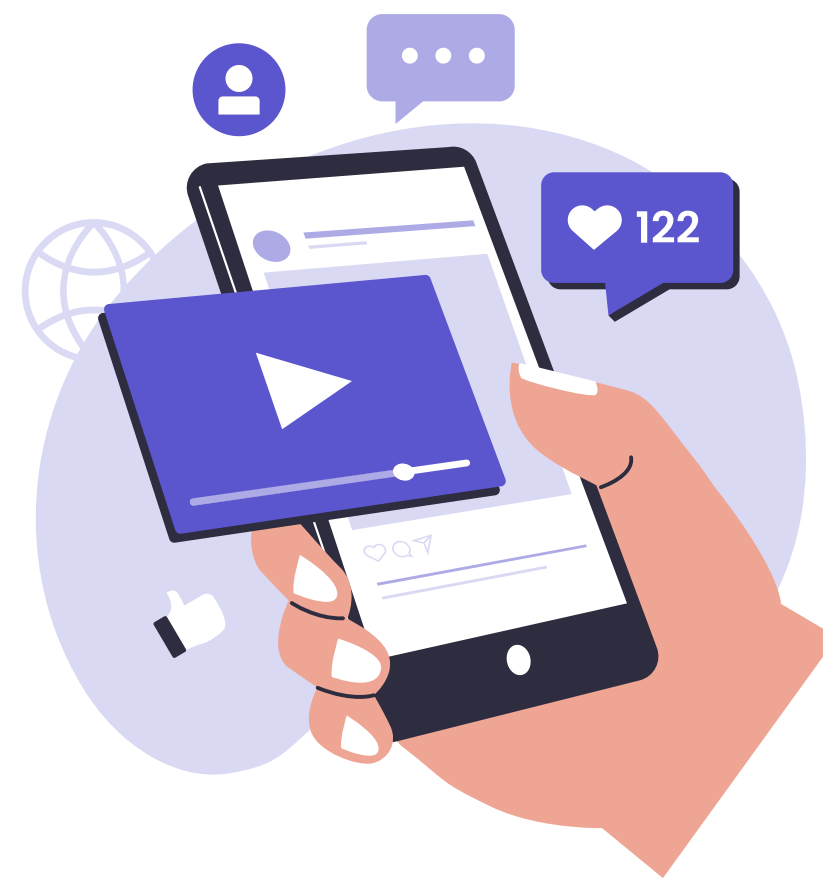
ویژگی‌های کلیدی

- ویدیوهای طولانی: ایده‌آل برای آموزش‌ها، ویدئوبلاگ‌ها، ویدئوهای آموزشی و محتوای آموزشی.
- کانال‌ها: کاربران می‌توانند در کانال‌ها مشترک شوند تا سازندگان مورد علاقه خود را دنبال کنند.
- لیست‌های پخش: ویدیوها را برای مشاهده آسان‌تر، در مجموعه‌هایی سازماندهی کنید.
 - پخش زنده: به سازندگان اجازه می‌دهد رویدادها یا جلسات را به صورت زنده پخش کنند.
 - نظرات: کاربران می‌توانند از طریق نظرات و بحث‌ها با محتوا تعامل داشته باشند.

جمعیت‌شناسی

طیف سنی گسترده، با محبوبیت ویژه در بین افراد ۱۸ تا ۴۹ ساله.

در سطح جهانی مورد استفاده قرار می‌گیرد و همین امر آن را برای مخاطبان متنوع قابل دسترسی می‌کند.





نقاط قوت

محتوای آموزشی: این پلتفرم منبعی مطمئن برای آموزش‌ها، سخنرانی‌ها و ویدیوهای آموزشی است.

- قدرت موتور جستجو: به عنوان بخشی از گوگل، ویدیوهای یوتیوب اغلب در نتایج جستجو رتبه بالایی دارند.

محتوای همیشه سبز: ویدیوهای خوب ساخته شده می‌توانند مرتبط باقی بمانند و به مرور زمان به جذب بازدید ادامه دهند.

نقاط ضعف

تلاش زیاد برای تولید: تولید محتوای ویدیویی با کیفیت بالا می‌تواند زمان‌بر و نیازمند منابع زیادی باشد.

اشباع محتوا: با حجم عظیمی از محتوا که روزانه آپلود می‌شود، متمایز شدن می‌تواند دشوار باشد.

مدیریت نظرات: مدیریت نظرات و تعاملات اجتماعی می‌تواند چالش‌برانگیز باشد، به‌خصوص برای کانال‌های بزرگ‌تر.

نمای کلی تیک تاک



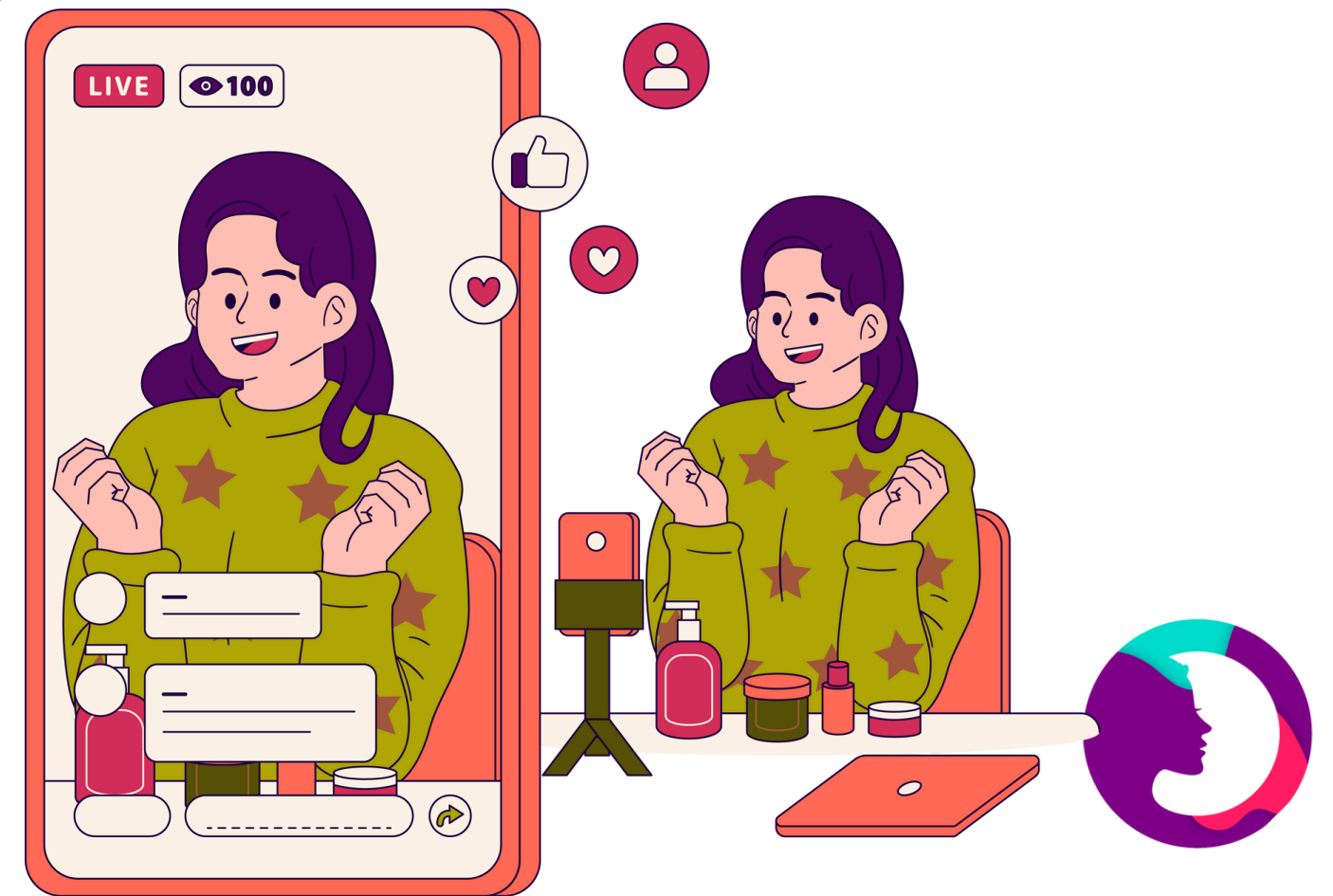
ویژگی‌های کلیدی

- ویدیوهای کوتاه: ویدیوهایی تا ۳ دقیقه (محتوای محبوب معمولاً حدود ۱۵ تا ۶۰ ثانیه است).
- صفحه برای شما (FYP): فید اصلی تیک تاک، که توسط یک الگوریتم توصیه قدرتمند هدایت می‌شود.
- چالش‌ها: کاربران در چالش‌های پرتعداد شرکت می‌کنند، که اغلب از آهنگ‌ها یا تم‌های خاصی استفاده می‌کنند.
- دوئت‌ها و کوک‌ها: به کاربران اجازه می‌دهد تا با یکدیگر همکاری کنند یا به محتوای سایر کاربران پاسخ دهند.
 - فیلترها و جلوه‌ها: ابزارهای مختلف برای بهبود خلاقانه ویدیوها.

جمعیت‌شناسی

تحت سلطه کاربران جوان‌تر (۱۳ تا ۲۴ سال) است.

افزایش محبوبیت در میان جمعیت مسن‌تر (۲۵ تا ۴۴ سال).





نقاط قوت

پتانسیل ویروسی شدن: به دلیل الگوریتم تیک تاک، محتوا می تواند به سرعت ویروسی شود.
بیان خلاقانه: خلاقیت و آزمایش با محتوا را تشویق می کند.

- تعامل بالا: کاربران زمان قابل توجهی را در برنامه می گذرانند که منجر به نرخ تعامل بالا می شود.
- محتوای متنوع: از حوزه های مختلف محتوا، از سرگرمی گرفته تا آموزش، پشتیبانی می کند.

نقاط ضعف

- طول عمر کوتاه محتوا: با تغییر سریع روندها، محتوا می تواند به سرعت فراموش شود.
- جمعیت شناسی محدود: به شدت به سمت مخاطبان جوان تر متمایل است، که ممکن است اثربخشی آن را برای جمعیت شناسی مسن تر محدود کند.

نگرانی های مربوط به حریم خصوصی: نگرانی های مداومی در مورد حریم خصوصی داده ها، به ویژه برای کاربران جوان تر، وجود دارد.





فعالیت ۲.۲

جست و جوی گنج در رسانه های اجتماعی





تکلیف

گروه را به ۴ قسمت تقسیم کنید و به هر گروه یک پلتفرم رسانه اجتماعی اختصاص دهید. برگه‌ها را به هر گروه بدهید. آنها 30 دقیقه فرصت دارند تا وظایف را انجام دهند و سپس باید نتایج خود را ارائه دهند.



فعالیت ۲.۳.

خطرات رسانه‌های اجتماعی و اقدامات ایمنی





تکلیف

گروه را به ۴ نفر یا بیشتر تقسیم کنید
و به هر گروه یک سناریو بدهید و از
آنها بخواهید که بر اساس سوالاتی که
در هر برگه دارند، در گروه بحث کنند.
آنها ۲۰ دقیقه فرصت دارند.





مسائل اصلی ایمنی در رسانه های اجتماعی

اینستاگرام

فیسبوک

تیک تاک

یوتیوب

نقض حریم خصوصی

قلدری سایبری

فشار اینفلوئنسرها

اطلاعات نادرست و
اخبار جعلی

حریم خصوصی داده ها

کلاهبرداری و
فیشینگ (دزدی
اطلاعات)

چالش ها و روندهای
پرخطر

تجاوز به حریم خصوصی

محتوای نامناسب

مسائل مربوط به حق نشر

کلاهبرداری ها

سخنان نفرت انگیز در نظرات



فعالیت ۲.۴.

ساخت یک پرسونا





پرسونا چیست؟



- پرسونا یک پروفایل خیالی است که بر اساس مخاطب ایده‌آل و واقعی شما ساخته می‌شود. این پروفایل بر اساس تحقیقات قبلی و بینش‌های زندگی واقعی ایجاد می‌شود.
- این پیشینه، نیازها، اهداف، چالش‌ها، عادات، رفتارها و انگیزه‌های آنها را شرح می‌دهد، بنابراین می‌توانید آنها را بهتر درک کنید و محتوایی ایجاد کنید که با آنها ارتباط برقرار کند.

- به شما کمک می‌کند:
- دنیا را از زاویه دید آنها ببینید
- پلتفرم و قالب مناسب را انتخاب کنید
- به شیوه‌ای که آنها بفهمند و ارتباط برقرار کنند، ارتباط برقرار کنید





تکلیف

گروه را به گروه‌های کوچک‌تر تقسیم کنید و هر گروه یک برگه حاوی الگویی برای ایجاد یک پرسونا دریافت می‌کند. هر گروه بر اساس افرادی که معمولاً با آنها کار می‌کنند و می‌خواهند از طریق ارتباطاتشان به آنها دسترسی بهتری پیدا کنند، یک شخصیت برای خود ایجاد می‌کند.



نمونه پرسونا

- نام: اولنا
- اطلاعات اولیه: ۳۵ ساله - اوکراینی، ۴ ماه پیش آمده، با پسر نوجوانش زندگی می‌کند. اوکراینی، لهستانی در حد مبتدی و کمی انگلیسی صحبت می‌کند.
- مشخصات و دستگاه‌های دیجیتال: آیفون (مدل میان‌رده) با سیم‌کارت اعتباری؛ وای‌فای عمومی رایگان گهگاه.
- مهارت‌های دیجیتال: متوسط - می‌تواند از فیس‌بوک، اینستاگرام، تلگرام، یوتیوب استفاده کند؛ به راحتی برنامه‌ها را دانلود می‌کند؛ همیشه در مورد تنظیمات حریم خصوصی مطمئن نیست.
- برنامه روزانه و زمان آنلاین بودن: پاره وقت در یک فروشگاه محلی کار می‌کند، بیشتر در زمان ناهار و عصرها (در مجموع ۱ تا ۲ ساعت) آنلاین است.
- اهداف و انگیزه‌ها (۳ مورد برتر): بهبود مهارت‌های زبان محلی (لهستانی)، یافتن فرصت‌های شغلی و آموزش‌های حرفه‌ای، ارتباط با دوستان و خانواده در اوکراین، اطلاع‌رسانی در مورد رویدادهای محلی و منابع اجتماعی
- چالش‌ها (۳ مورد برتر): شبکه اجتماعی محلی محدود، عدم اطمینان در مورد اطلاعات آنلاین قابل اعتماد، نگرانی در مورد کلاهبرداری‌های آنلاین و اطلاعات نادرست، گاهی اوقات مشکل در پیمایش وبسایت‌های دولتی به زبان محلی





نمونه پرسونا



- منابع و شبکه‌های معتبر: گروه‌های فیسبوک جامعه اوکراینی، کانال‌های تلگرام سازمان‌های مردم‌نهاد،
- ترجیحات محتوا: ویدیوهای کوتاه و آموزنده (۱ تا ۳ دقیقه) با زیرنویس اوکراینی، اینفوگرافیک‌ها با آیکون‌های ساده و متن کم، راهنماهای تصویری گام به گام، لحن مثبت و دلگرم‌کننده
- نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و ایمنی: از ارسال موقعیت مکانی شخصی به صورت زنده خودداری می‌کند، عکس‌ها را به صورت گزینشی، بیشتر با دوستان نزدیک/خانواده، به اشتراک می‌گذارد، می‌خواهد زندگی شخصی و کاری را در فضای آنلاین از هم جدا نگه دارد
- ۲-۳ پلتفرم برتر که احتمالاً از آنها استفاده می‌کنند: اینستاگرام (دنبال کردن صفحات مهاجران اوکراینی، رویدادهای محلی، اطلاعیه‌های شغلی، محتوای آشپزی/خودت انجام بده)، تیک تاک (نکات زبانی، ترفندهای زندگی، ویدیوهای انگیزشی، خلاصه اخبار)

ایده‌های محتوایی:

۱. اینستاگرام ریل به زبان اوکراینی: «۳ رویداد محلی رایگان این هفته» با عکس و زیرنویس.
۲. ویدیوی تیک تاک (زیر ۳۰ سال): «عبارات ساده لهستانی برای خرید» با متن روی صفحه.
۳. هایلایت‌های استوری اینستاگرام: «کمک به اوکراینی‌ها» با منابعی برای مسکن، شغل و دوره‌های زبان.



پرسش‌هایی برای اندیشیدن

- هنگام خلق پرسونا، چه بینش‌های جدیدی در مورد گروه هدف خود به دست آوردید؟
- چگونه فکر کردن از دیدگاه پرسونا، نحوه برنامه‌ریزی محتوا را تغییر می‌دهد؟
- چه اقداماتی می‌توانید انجام دهید تا مطمئن شوید محتوای شما محترمانه و از نظر فرهنگی حساس است؟





REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy



Co-funded by
the European Union

با بودجه اتحادیه اروپا. با این حال، دیدگاه‌ها و نظرات بیان شده صرفاً متعلق به نویسندگان (گان) است و لزوماً منعکس کننده دیدگاه‌های اتحادیه اروپا یا آژانس اجرایی آموزش و فرهنگ اروپا (EACEA) نیست. نه اتحادیه اروپا و نه EACEA مسئولیتی در قبال آنها ندارند.

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

اطلاعات بیشتر در مورد پروژه:

[/https://www.remcreadwomen.eu](https://www.remcreadwomen.eu)





REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

«رویاپردازی را متوقف کن

و شروع کن

انجام دادن»

