



REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

الوحدة 2: مقدمة إلى منصات التواصل الاجتماعي خطة الدرس



Co-funded by
the European Union

مول من الاتحاد الأوروبي. الآراء الواردة تعبّر عن رأي المؤلف (المؤلفين) فقط، ولا تعكس بالضرورة رأي الاتحاد الأوروبي أو الوكالة التنفيذية للتّعلّيم والثقافة الأوروبيّة (EACEA).
لا يمكن تحميل الاتحاد الأوروبي أو الوكالة المسؤولية عنها

رقم المشروع: PL01-KA220-ADU-000156610-1-2023

<https://www.remcreadwomen.eu/>



الوحدة 2: مقدمة في منصات وسائل التواصل الاجتماعي

المقدمة:

تتركز وحدة "مقدمة في منصات وسائل التواصل الاجتماعي" على تمكين المشاركون من استخدام منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية بشكل استراتيجي وآمن، سواءً للتعبير الشخصي، أو بناء الشبكات، أو المناصرة، أو الترويج للمنتجات والخدمات.

تم تطوير هذه الوحدة بصيغة تفاعلية يمكن استخدامها في بيئة مختلفة مثل ورشة عمل واحدة أو تدريب لعدة أيام، سواءً عبر الإنترنت أو وجاهياً، أو بشكل تعلم مدمج. المواد سهلة التكيف ويمكن استخدامها كحزمة كاملة أو كنشاطات فردية. نوصي بتكييفها وفقاً لاحتياجات المجموعة.

الهدف من هذه الوحدة هو تزويد المتعلمين بالمعرفة والمهارات والمواصفات الضرورية للتعامل مع المنصات المختلفة — فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، ويوتوب — وفهم خصائصها الرئيسية، وجمهورها، والفرص المتاحة فيها، والمخاطر المرتبطة بها. كما يتعلم المشاركون تقييم إجراءات السلامة عبر الإنترنت وتطوير "شخصية المستخدم" (User Persona) لتصميم محتوى يناسب مع مجموعاتهم المستهدفة.

هيكل الوحدة قائم على خطة درس تشمل:

- أنشطة كسر الجليد (Icebreakers) لاستكشاف عادات المشاركون الحالية في وسائل التواصل الاجتماعي وتقضياتهم.
- استكشاف المصطلحات والخصائص للتعرف على المفاهيم الأساسية وأدوات المنصات المختلفة.
- "مطاردة الخصائص" (Social Media Scavenger Hunts) حيث تكتشف المجموعات الصغيرة الخصائص والإعدادات مباشرة داخل كل منصة.
- مناقشة سيناريوهات المخاطر لتطوير استراتيجيات الاستخدام الآمن والأخلاقي لوسائل التواصل الاجتماعي.
- تمارين إنشاء "شخصيات المستخدم" (Persona Creation) لمساعدة المشاركون على تحديد جمهورهم المستهدف وتصميم محتوى يلقي صدى لديهم.
- أنشطة تلخيص وانعكاس للتعلم لترسيخ المعرفة ومعالجة الأسئلة.

للملئمين:

يمكن للمدرسين استخدام الوحدة كحزمة كاملة أو اختيار الأنشطة بما يناسب مع احتياجات المشاركون، ومستوى اللغة، والمهارات الرقمية. تتضمن كل قسم نواتج تعلم، تعليمات واضحة، قائمة بالمصطلحات، إرشادات زمنية، بالإضافة إلى نصائح للميسرين لدعم عملية التدريب بسهولة.

الخلاصة:

تمكن هذه الوحدة المعلمين من إرشاد النساء المهاجرات واللاجئات لاستخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات آمنة وإبداعية وهادفة للتواصل، والتعبير عن الذات، والنمو الشخصي أو المهني.

أدناه مصفوفة نواتج التعلم، التي تحلل المعرفة والمهارات والمواصفات التي تعتمد عليها هذه الوحدة.



(Attitudes) المواقف	(Skills) المهارات	(Knowledge) المعرفة	المجال / المنصة
<ul style="list-style-type: none"> - الثقة في استخدام وسائل التواصل كأداة للترويج الشخصي. - الاعتراف بأهمية التفكير النقدي. - الراحة في استخدامها للترويج التجاري والتفاعل. - الإبداع والقدرة على التكيف مع الجمهور. - الثقة بالوعي بالتهديدات الرئيسية والقدرة على التعامل معها. 	<ul style="list-style-type: none"> - القدرة على تحديد التهديدات مثل سرقة الهوية أو التتّمر الإلكتروني. - التمييز بين المحتوى الآمن والمزيف. 	<ul style="list-style-type: none"> - فهم المصطلحات الشائعة، وأنواع المنصات وخدماتها. - إدراك المخاطر أو الأخطار المحتملة المرتبطة باستخدام وسائل التواصل. 	مقدمة في وسائل التواصل والمنصات الأربع
<ul style="list-style-type: none"> - الاعتراف بأن الخبرة في استخدام المنصة تتحسن مع الوقت. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية. 	<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء حساب، مشاهدة ورفع مقاطع، الإعجاب، إنشاء قوائم تشغيل، مشاركة الروابط. - القدرة على تحديد التهديدات واتخاذ إجراءات للحد منها. 	<ul style="list-style-type: none"> - فهم الاستخدامات الأساسية والمنصات والخصائص. - إدراك إمكانيات المنصة في الترويج الشخصي والعلامة التجارية. - معرفة المخاطر المرتبطة بالاستخدام. 	YouTube
<ul style="list-style-type: none"> - إدراك أن الخبرة تزداد تدريجياً مع الاستخدام. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية. 	<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء حساب، منشورات، تعليقات، تحميل قصص/صور/فيديوهات. - القدرة على تحديد التهديدات وتقليل التعرض لها. 	<ul style="list-style-type: none"> - إدراك إمكانيات المنصة للترويج والعلامة التجارية. - فهم الخصائص السكانية النموذجية للمستخدمين لتحديد الجمهور المستهدف. - معرفة المخاطر المرتبطة بالاستخدام. 	Facebook
<ul style="list-style-type: none"> - إدراك أن الخبرة تزداد تدريجياً مع الاستخدام. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية. 	<ul style="list-style-type: none"> - تسجيل/رفع/تحرير الفيديو، البث المباشر، المشاركة، المتابعة، تحديد الموقع الجغرافي. - القدرة على تحديد التهديدات وتقليل التعرض لها. 	<ul style="list-style-type: none"> - فهم الاستخدام الأساسي والخصائص. - إدراك إمكانيات الترويج الشخصي والعلامة التجارية. - معرفة الخصائص السكانية للمستخدمين لتحديد الجمهور. - فهم المخاطر المرتبطة بالاستخدام. 	TikTok
<ul style="list-style-type: none"> - إدراك أن الخبرة تزداد تدريجياً مع الاستخدام. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية. 	<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء حساب، متابعة الآخرين، مشاركة فيديو/صور عبر منشورات/قصص/highlight/s، الدردشة. - القدرة على تحديد التهديدات وتقليل التعرض لها. 	<ul style="list-style-type: none"> - فهم الاستخدام الأساسي والخصائص. - إدراك إمكانيات الترويج التجاري والعلامة التجارية. - معرفة الخصائص السكانية للمستخدمين لتحديد الجمهور. - فهم المخاطر المرتبطة بالاستخدام. 	Instagram



Co-funded by
the European Union

	<p>- تحديد الخصائص الأساسية للجمهور المستهدف. - اختيار نوع ١</p>	<p>- فهم الجمهور المستهدف. - فهم كيفية الوصول إليه عبر المنصات المختلفة.</p>	<p>2.2 إنشاء شخصية مستهدفة (Persona)</p>
--	--	--	---

نواتج التعلم:

عند الانتهاء من هذا الدرس، سيكون المتعلمون قادرين على:

- فهم المصطلحات الشائعة، وأنواع المنصات عبر الإنترن特 وخصائصها/خدماتها.
- اختيار المنصة المناسبة لجمهورهم المستهدف.
- تحديد مخاطر السلامة على منصات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على كيفية إنشاء "شخصية مستخدم" (Persona) لجمهور المستهدف.

المدة: حوالي 4 ساعات.

قراءات إضافية / روابط للموارد	التوقيت	المواد	المنهجية	الهدف	الأنشطة
	20 دقيقة	قاعة تدريب كبيرة تتسع لتقسيم المشاركين إلى مجموعات	<p>إذا كانت المجموعة غير مألوفة مع بعضها، يمكن عمل جولة أسماء ليشعر المشاركون براحة أكبر.</p> <p>يمكن تعديل العبارات وفقاً لمستوى معرفة المجموعة أو تركيز الورشة.</p> <p>يمكن استخدام عبارات نشاط BINGO وتخصيصها لتكون أكثر ارتباطاً بالمجموعة.</p>	التعرف بشكل أفضل على القرآن والدخول في موضوع الورشة	<p>كسر الجليد (ICEBREAKER):</p> <p>يقوم الميسّر بالتعريف بنفسه إذا لم يقدّم ورش سابقة. في هذه المرحلة، يجب أن يكون المشاركون قد تعرّفوا على بعضهم البعض، ولكن يمكن للميسّر اقتراح نشاط صغير لتنشيط المجموعة.</p> <p>تُقسم القاعة إلى مناطق نعم/لا (أو خيارات أخرى)، ويجب على المشاركين أن يقفوا في المكان الذي يعكس إجابتهم. بعد كل سؤال/عبارة، يطلب الميسّر من المشاركين الواقفين في المنتصف (الخيار "نعم") أن يشارحوا سبب اختيارهم لذلك.</p> <p>أمثلة لعبارات (يمكن تعديلها حسب النقاشات السابقة):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● أستخدم غالباً فيسبوك/إنستغرام/تيك توك. ● أقضي أكثر من ساعتين يومياً على وسائل التواصل الاجتماعي. ● أستخدم وسائل التواصل لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية. ● كنت صداقات أو علاقات جديدة من خلال وسائل التواصل. ● أثرت وسائل التواصل سلباً على انتاجيتي في مرحلة ما. ● أشعر أحياناً أنني بحاجة إلى استراحة من وسائل التواصل.
	20-30 دقيقة	قاعة تدريب كبيرة + أوراق BINGO مطبوعة		التعرف على القرآن بشكل أفضل.	<p>وسائل التواصل الاجتماعي BINGO:</p> <p>يوزع الميسّر أوراق BINGO تحتوي على عبارات مختلفة.</p>



				معرفة المنتصات التي يستخدمها كل مشارك بانتظام	يتنتقل المشاركون ويسألون بعضهم: "هل تتطبق عليك هذه العبارة؟" وإذا كانت الإجابة نعم يكتبون اسم المشارك. الأسماء يجب ألا تكرر. ينتهي النشاط عندما يملا أحد المشاركون صفاً كاملاً أو الورقة كلها (حسب الوقت المتاح).
https://www.ubiquitousinfluence.com/post/tiktok-sl#ang	40 دقيقة	عرض تقيمي (PPT)، جهاز عرض (بروجيكتور)، حاسوب محمول A video projector, a laptop and the presentation	كل المصطلحات والمعلومات موجودة في عرض PPT، ويمكن تعديلها أيضاً بناءً على المجموعة.	تعلم المصطلحات الرئيسية وميزات كل منصة. تحديد فجوات المعرفة. التعقق في موضوع منصات التواصل الاجتماعي	نشاط 2.1: مقدمة إلى منصات التواصل الاجتماعي – الجزء النظري (المصطلحات) مقدمة قصيرة عن أهمية وسائل التواصل اليوم، خاصةً في سياق النساء المهاجرات واللاجئات لاستخدامها للتواصل مع المجتمع والوصول إلى الموارد والتغيير عن الذات. شرح أن الجلسة ستتركز على أربع منصات رئيسية: إنستغرام، فيسبوك، تيك توك، يوتوب. بالاعتماد على العرض التقيمي ، يقوم الميسر بمصطلحات خاصة بعالم السوشيل ميديا ويسأل المشاركون إذا كانوا يعرفونها. الجزء الثاني: شرح خصائص كل منصة (الميزات الأساسية، خصائص الجمهور، حالات الاستخدام...)
	40 دقيقة	مهام مطبوعة + مساحة كافية للعمل الجماعي البحث عن الكنز في وسائل التواصل الاجتماعي	حاول مزج المشاركين الأكثر خبرة مع الأقل خبرة لزيادة الفائدة التعليمية	اكتشاف خصائص وإعدادات جديدة بأنفسهم. تعزيز المعرفة	النشاط 2.2: لعبة خصائص وسائل التواصل البحث عن الكنز في وسائل التواصل الاجتماعي (Scavenger Hunt) تقسيم المشاركين إلى مجموعات صغيرة وتحصيص منصة لكل مجموعة (فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، يوتوب).

				والمهارات باستخدام المنصات مباشرة. تقوية العمل الجماعي والتعاون	<ul style="list-style-type: none"> كل مجموعة تلتقي ظرفاً يحوي مهام تتعلق بالمنصة وعليهم إنجازها ثم عرض النتائج. بعد 30 دقيقة، يقيّم الميسّر تقديم المجموعات ويتمكنه تمديد الوقت 10 دقائق إضافية. تقدّم كل مجموعة نتائجها مع إبراز الخصائص الفريدة لكل منصة
https://www.youtube.com/watch?v=vPIWDFT0	40-50 دقيقة	سيناريوهات مطبوعة، فيليب شارت أو سبور، أقلام، بروجيكتور.	استشرّ معرفة المجموعة أولاً قبل تقديم أفضل الممارسات.	التعرف على المخاطر المحتملة وفهمها. تجهيز المشاركين باستراتيجيات لزيادة الأمان. رفع الوعي بالمخاطر خاصةً للأشخاص ذوي الثقافة الرقمية المحدودة	<p>النشاط 2.3: المخاطر وإجراءات السلامة على منصات التواصل الاجتماعي</p> <p>تقسيم المجموعة إلى مجموعات صغيرة وتوزيع سيناريوهات مختلفة لمناقشتها. بعد المناقشة، تُعرض السيناريوهات والحلول في المجموعة الكبيرة. الميسّر يدّعون على اللوحة (Flipchart) جدولًا بالمخاطر المتكررة. في النهاية، يسأل المشاركين عن مخاطر إضافية</p>
https://www.qualtrics.com/experience-management/research/user-personas	45-60 دقيقة	نموذج مطبوع لإنشاء الشخصيات (Personas Creation)، جهاز عرض (بروجيكتور)، وشاشة للعرض التقديمي.	عند تنفيذ النشاط مع النساء المهاجرات/اللاجئات، ينبغي أن يركّز على الأشخاص الذين يعتقدن أنهم قد يهتمون بمنتجاتهن، مثلّ أشخاص يعرّفنهن أو أصدقائهن وغيرهن.	فهم الجمهور المستهدف. معرفة كيفية الوصول إليه عبر وسائل التواصل.	<p>النشاط 2.4: إنشاء شخصية (Personas) للجمهور المستهدف</p> <p>مناقشة مفهوم "الشخصية" وأهمية فهم احتياجات وتقضيات ومهارات الجمهور الرقمي.</p>

			<p>في المجموعات التي تضم عدة لغات أو التي تكون فيها مهارات اللغة المحلية أو الإنجليزية محدودة، يُفضل توفير منشورات مكتوبة باللغة التي يتقنها المشاركون جيداً.</p> <p>ذكر المشاركون بضرورة التحلي بعدم إصدار الأحكام المسبقة وتجنب القيام بالافتراضات.</p>	<p>تعلم إنشاء شخصية مستخدم.</p>	<p>في مجموعات صغيرة: ينشئ المشاركون "شخصية مستخدم" استناداً إلى جمهورهم.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● يتلقى كل فريق قالباً لإنشاء الشخصية + 3 أفكار محتوى مناسبة. ● تقدم المجموعات شخصياتها ويعطي الآخرون تعليقات. ● في النهاية: مناقشة انعكاسية باستخدام أسلمة العرض التقييمي
	5-10 دقائق			<p>التأكيد على المبادئ الأساسية والتطرق للمخاوف المطروحة.</p>	<p>النشاط 2.5: الملخص والأسئلة</p> <ul style="list-style-type: none"> ● تلخيص الورشة والإجابة على الأسئلة الإضافية.
					<p>لمزيد من التعلم حول إنشاء المحتوى راجع الوحدة 4.</p>



Social Media BINGO

ابحث عن شخص...

شارك فيديو على يوتيوب.	جرّب تحدياً رائجاً على تيك توك.	يستخدم فيسبوك للبقاء على تواصل مع أصدقاء أو عائلة قدامى.	نشر صورة لطعام على إنستغرام.
يعرف كيف يحدد وقتاً مثالياً لنشر منشور لتحقيق أكبر تفاعل.	تعلم مهارة جديدة من خلال مشاهدة دروس على يوتيوب.	جرّب إحساس أن يصبح منشوره فيروسيًا (أو شبه فيروسي وصل للكثيرين).	قضى وقتاً طويلاً جداً في اختيار صورة الملف الشخصي المثالية.
وأشار إلى أصدقائه في منشور أضحكه.	يشارك دائمًا صور سفره على إنستغرام أو فيسبوك.	نشر فيديو مدونة سفر (Travel Vlog) على يوتيوب.	مسؤول عن وسائل التواصل الاجتماعي لمنظمة غير حكومية أو شركة.
شارك صورة مضحكة (Meme) وحصلت على الكثير من الإعجابات.	حاول تقليد رقصة على تيك توك (بنجاح أو بدون!).	يعرف كيف يحدد مواعيد النشر عبر Meta.	تعرف على شخص من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.



Social Media Scavenger Hunt

البحث عن الكنز في وسائل التواصل الاجتماعي

المجموعة 1: فيسبوك

إنشاء مجموعة خاصة ووضع إرشادات:

:Create a Private Group and Set Guidelines

قم بإنشاء مجموعة فيسبوك خاصة تجريبية لمشروع مجتمعي أو قضية. وضع واتفاق على قواعد المجموعة، الأدوار لأعضاء المجموعة (مثل: المشرف، المدير)، والإرشادات للنشر والتعليق. أنشئ منشور ترحبي وناقش كيفية إدارة المجموعة بفعالية.

خطة لحدث على فيسبوك:

:Plan a Facebook Event

تخيل أنك تستضيف حدثاً لمجتمع (مثلاً ورشة مهارات رقمية). كفريق، أنشئ حدثاً على فيسبوك، وأملأ جميع التفاصيل ذات الصلة (العنوان، الوصف، الموقع، إلخ).

سيناريو إدارة المحتوى:

:Content Moderation Scenario

أنت تدير مجموعة فيسبوك، وأحد الأعضاء ينشر شيئاً يخالف إرشادات المجتمع. قم بتمثيل دور حيث أحد الأعضاء هو المشرف الذي يتعامل مع الموقف، والبقية هم أعضاء يردون. ناقش كيف يمكن التعامل مع المشكلة باحترافية وعدل.

إنشاء قائمة أصدقاء مخصصة:

:Create a Custom Friends List

قم بإنشاء قائمة أصدقاء جديدة مع ثلاثة "أصدقاء" على الأقل (حقيقيين أو حسابات عشوائية) واجعل رؤية المنشور لهذه القائمة فقط.

إنشاء منشور صديق للخصوصية:

:Create a privacy friendly post

كفريق، ناقشوا موضوعاً ترغبون في مشاركته على فيسبوك — شيء تعليمي أو إيجابي يتعلق بعملكم المجتمعي. أنشئ منشوراً على فيسبوك باستخدام الملف الشخصي لأحد أعضاء الفريق، مع التركيز على جعله جذاباً ويحافظ على الخصوصية.

استكشاف وضبط إعدادات الخصوصية للمنشور (مثل: عام، أصدقاء، أصدقاء باشتثناء...، أصدقاء محددون).

:Experiment with tagging options

شعور/نشاط للمنشور.

ناقش إيجابيات وسلبيات إعدادات الخصوصية المختلفة ولماذا قد تختار إحداها دون الأخرى.

المجموعة 2: إنستغرام

استكشاف واستخدام ميزات إنستغرام التفاعلية:

:Explore and Use Instagram's Interactive Features

كفريق، استكشفوا الميزات التفاعلية المختلفة المتاحة في قصص إنستغرام. على كل عضو إنشاء قصة باستخدام واحدة على الأقل من الميزات التالية:

• استطلاعات الرأي (Polls)



- مربع الأسئلة (Question box)
- ملصق الاختبار (Quiz sticker)
- شريط الرموز التعبيرية (Emoji slider)
- عداد تنازلي (Countdown timer)

شاركوا قصصكم داخل الفريق (باستخدام قائمة "الأصدقاء المقربين" إن رغبتم) وناقشو كيف تعمل كل ميزة، وما نوع الردود التي تحصلون عليها، وفي أي مواقف قد تستخدمونها.

بحث واستراتيجية الوسوم (Hashtag Research and Strategy)

كفريق، ابحثوا وضعوا قائمة بـ 10 وسوم ذات صلة بعملكم اليومي في منظماتكم. ناقشو أي الوسوم واسعة جدًا، وأيها ضيقة جدًا، وكيفية موازنة بينها لتحقيق وصول أفضل.

تحليل صفحة الاستكشاف في إنستغرام:

:Instagram Explore Page Analysis

ادهبو إلى صفحة الاستكشاف كفريق.

ليبحث كل عضو عن وسم محدد ذو صلة باهتمام مشترك (مثل: #refugeecommunity أو #digitalinclusion#).

لاحظوا المحتوى الذي يظهر وأنواع الحسابات والمنشورات الشائعة. ناقشو في المجموعة أنواع المحتوى التي تظهر عادةً ولماذا قد تُبرز بعض المنشورات على غيرها. ما الذي تلاحظونه عن أنواع المنشورات (صور، فيديو، قصص) الشائعة؟

فهم إعدادات الخصوصية في إنستغرام:

:Understanding Instagram's Privacy Settings

انتقلوا إلى إعدادات الخصوصية معًا كفريق.

ليستكشف كل عضو خيارات الخصوصية تحت "خصوصية الحساب"، "إعدادات القصة"، و"الحسابات المحظورة".

ناقشو الميزات المختلفة وماذا تفعل.

جرّبوا ضبط إعدادات القصص (مثل إخفاء القصص عن متابعين محددين) وتجربة الحسابات المقيدة والمحظورة. فكرروا كيف يمكن أن تساعد هذه الإعدادات في الحفاظ على الأمان عبر الإنترنت.

اللعب مع فلايت وإنستغرام والتأثيرات:

:Play with Instagram Filters and Effects

في أزواج أو كفريق، استكشفوا فلايت الكاميرا والتأثيرات المتوفرة في قصص إنستغرام.

ليختار كل عضو فلايتًا أو تأثيرًا ليجربه، يلتقط صورة أو فيديو، ويشاركها مع الفريق (يمكن استخدام خاصية "الأصدقاء المقربين" للمشاركة).

ناقشو كيف تغير الفلايت والتأثيرات شعور المنشور أو القصة.

أي التأثيرات بدت ممتعة، مهنية، أو لافتة للنظر؟

كيف يغير استخدام الفلايت التفاعل مع المتابعين؟

المجموعة 3: تيك توك

استكشاف صفحة "لنك" (For You Page - FYP):

:Explore TikTok's For You Page (FYP)

اقضوا بعض الوقت في التمرير عبر صفحة "لنك" كمجموعة.

ليبدون كل عضو أنواع المحتوى التي تظهر (مثل: تحديات رقص، فيديوهات تعليمية، كوميديا، إلخ).

ناقشو ما المحتوى الذي يظهر ولماذا قد يتم عرضه في صفحة "لنك".

قارنوا ما شاهده كل عضو — هلرأيتم مقاطع متشابهة أم مختلفة تماماً؟

ناقشو كيف يبدو أن خوارزمية تيك توك تخصص المحتوى.



التجربة مع تأثيرات وفلاتر تيك توك:

:Experiment with TikTok Effects and Filters

في أزواج أو كفريق، استكشفوا التأثيرات والفلاتر المختلفة المتوفرة في محرر فيديو تيك توك. ليصنع كل شخص فيديو قصير وممتع باستخدام تأثير أو فلتر لم يجربه من قبل ويحفظه كمسودة (دون نشره). شاركوا المسودات داخل الفريق وناقשו كيف تعمل التأثيرات والفلاتر المختلفة. أي التأثيرات كانت أسهل في الاستخدام؟ وما نوع المحتوى المناسب لكل تأثير؟

اكتشاف وحفظ الأصوات الراجلة:

:Discover and Save Trending Sounds

كفريق، استكشفوا الأصوات الراجلة عبر النقر على أيقونة "الأصوات" عند إنشاء فيديو أو البحث في صفحة "اكتشف". ليجد كل عضو صوًّا يعجبه ويحفظه.

الغوص في إعدادات الخصوصية والأمان لتيك توك:

:Deep Dive into TikTok Privacy and Safety Settings

انقلوا إلى قائمة "الخصوصية والإعدادات" كفريق. استكشفوا إعدادات الخصوصية المختلفة، مثل من يمكنه التعليق، الدمج (duet)، الخياطة (stitch)، أو مراسلتكم. ناقشو إيجابيات وسلبيات إعدادات الخصوصية المختلفة. ما التدابير المتاحة لحماية المستخدمين، وكيف يمكن تعديلها لجعل تيك توك أكثر أماناً لفئات معينة؟

تحدي: المشاركة في ترند تيك توك دون نشره:

:Challenge: Participate in a TikTok Trend Without Posting

اختروا معًا ترند أو تحدياً شائعاً (مثل: رقص أو غناء متزامن) وأعيدوا تمثيله بأسلوبكم الجماعي. سجلوا الفيديو، جربوا ميزات تحرير الفيديو مثل القص، ضبط السرعة، أو إضافة نص، ولكن احفظوه كمسودة فقط دون نشره.

المجموعة 4: يوتيوب

استكشاف خيارات البحث والتصفية في يوتيوب:

:Explore the YouTube Search and Filter Options

كفريق، اختاروا موضوعاً تهتمون به (مثل: محتوى تعليمي، فيديوهات كيفية، أو قصص ثقافية). استخدموا شريط البحث في يوتيوب للعثور على فيديوهات حول الموضوع واستكشفوا خيارات التصفية (مثل: حسب تاريخ التحميل، عدد المشاهدات، أو نوع الفيديو).

التجربة مع الترجمة والتسميات التوضيحية في يوتيوب:

:Experiment with YouTube's Captions and Subtitles

اختروا فيديو كفريق وشاهدوه مع تشغيل التسميات التوضيحية. جربوا كل من التسميات التوضيحية التلقائية وتلك التي أضافها صانع المحتوى يدوياً (إن وجدت). إذا أمكن، غيروا اللغة الترجمة لتروا مدى دقة ترجمات يوتيوب.

اكتشاف قوائم التشغيل في يوتيوب:

:Discover YouTube Playlists

استكشفوا قوائم التشغيل معًا عبر العثور على موضوع يهمكم (مثل: دروس مهارات رقمية أو قصص ثقافية). ليجد كل عضو قائمة تشغيل واحدة يراها منظمة جيداً أو مفيدة. ناقشو لماذا كانت بعض القوائم أكثر جاذبية من غيرها. استكشفوا كيف يمكن استخدام القوائم لتنظيم المحتوى، حفظ الفيديوهات لوقت لاحق، أو متابعة مسار تعليمي منظم.

استكشاف واختبار ميزات التعليقات في يوتيوب:

:Explore and Test YouTube's Comment Features

كفريق، اختاروا فيديو شائعاً واستكشفوا قسم التعليقات. ابحثوا عن التعليقات المثبتة، الأعلى تقييماً، والردود. ناقشو كيف يُنظم قسم التعليقات وما أنواع التعليقات التي تحظى بأكبر ظهور.



تعرف على إعدادات الخصوصية والضوابط في يوتيوب:

:Learn About YouTube's Privacy Settings and Content Controls

معًا، استكشفوا إعدادات الخصوصية لحساب يوتيوب شخصي.

اطلعوا على خيارات مثل: إبقاء القوائم خاصة، تقييد ظهور الفيديو، إدارة سجل المشاهدة، وضوابط الوالدين (مثل الوضع المقيد).

ناقشو ما يفعله كل إعداد خصوصية وكيف يمكن أن يكون مفيدًا للتحكم في الحساب. جربوا تشغيل وإيقاف الميزات وناقشو لماذا قد تكون بعض الإعدادات مناسبة لجماهير مختلفة.

مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي

سيناريوهات

إنستغرام (Instagram)

السيناريو 1:

لويسا، أخصائية اجتماعية تعمل في مدرسة للنساء اللاجئات البالغات، تشارك بشكل متكرر صورًا ومقاطع فيديو من عملها اليومي، بما في ذلك محتوى مع مجتمعها. في أحد الأيام، نشرت مقطع فيديو من جلسة ورشة عمل، دون أن تدرك أن في الخلفية تظهر معلومات شخصية حساسة لإحدى النساء المشاركات. أصبح الفيديو شائعاً جدًا وحصل على العديد من الإعجابات والتعليقات والمشاركات. إلى أن أدركت لويسا أن الفيديو وصل إلى مئات الأشخاص.

نقاط النقاش:

- ما هي مخاطر الخصوصية في هذا الموقف؟
- كيف كان يمكن للويسا أن تمنع حدوث هذا الخرق للخصوصية؟
- ما هي الخطوات التي يجب أن تتخذها فوراً لتقليل الأضرار المحتملة؟
- كيف يمكنها إدارة إعدادات الخصوصية بشكل أفضل لتجنب مثل هذه الحوادث مستقبلاً؟

السيناريو 2:

عائشة، لاجئة من سوريا تعيش في بلجيكا، بدأت باستخدام إنستغرام لمشاركة رحلة اندماجها في بلجيكا. نشرت صورة تحتفل فيها بحصولها على أول وظيفة في البلد الجديد. ولكن، إلى جانب الرسائل الإيجابية، تلقت العديد من التعليقات الكراهية والتمييز من حسابات مجهرة، بالإضافة إلى رسائل خاصة من أشخاص غير معروفيين. هذا جعلها تشعر بعدم الأمان وأثر على ثقتها بنفسها.

نقاط النقاش:

- ما نوع السلوك غير الآمن الذي واجهته عائشة؟
- ماذا يمكنها أن تفعل لتجنب مثل هذه الرسائل مستقبلاً؟
- ما الميزات التي يمكنها استخدامها لحماية نفسها وإدارة الموقف؟



فيسبوك (Facebook)

السيناريو 1:

أنا بيل، مُدرسة للكبار، تدير مجموعة على فيسبوك للنساء المهاجرات في النمسا حيث يشاركن الموارد ويدعمن بعضهن البعض. في أحد الأيام، شاركت إحدى العضوات مقالاً يزعم أن المهاجرين يحصلون على خدمات رعاية صحية مجانية في إحدى العيادات المحلية. انتشرت المعلومة بسرعة في المجموعة، لكن أنا بيل اكتشفت أن المقال يعود لعام 2015 وأن العيادة لم تعد تقدم هذه الخدمات. أدى ذلك إلى ارتباك وإحباط بين عضوات المجموعة.

نقاط النقاش:

- ما نوع السلوك الخطر الذي يمثله هذا السيناريو؟
- كيف كان ينبغي على أنا بيل أن تتصرّف قبل السماح بمشاركة المقال في المجموعة؟
- ما الأدوات التي يوفرها فيسبوك للمساعدة في إدارة ومراقبة محتوى المجموعة؟
- كيف يجب على أنا بيل معالجة هذه المشكلة مع المجموعة لمنع تكرار نشر معلومات مضللة مستقبلاً؟

السيناريو 2:

نور، أخصائية اجتماعية، تتلقى رسالة عبر ماسنجر فيسبوك من حساب زميل يطلب مساعدة عاجلة في مسألة مالية. تحتوي الرسالة على رابط لموقع دفع. وبثقة منها بزميلها، نفرت نور على الرابط وأدخلت بيانات الدفع الخاصة بها، لكنها اكتشفت لاحقاً أن حساب زميلها قد تم اختراقه، وأنها خسرت المال وتعرض حسابها للاختراق.

نقاط النقاش:

- ما نوع الموقف الخطر المعروض في هذا السيناريو؟
- ما العلامات التي كان يجب على نور ملاحظتها لمعرفة أن الرسالة كانت خدعة؟
- ما الخطوات التي يجب أن تتخذها فوراً بعد أن أدركت أنها خدعت؟
- ما ميزات فيسبوك التي يجب استخدامها للإبلاغ عن الحساب المخترق وحماية حسابها وبياناتها من عمليات الاحتيال المستقبلية؟

تيك توك (TikTok)

السيناريو 1:

هيا، شابة لاجئة، انضمت إلى تيك توك وشاركت في تحدي منتشر يتضمن أداء حركة جسدية خطيرة. قامت بتصوير نفسها وهي تحاول أداء الحركة، لكنها أصبت أثناء المحاولة، ورغم ذلك نشرت الفيديو على الإنترنت. أصبح الفيديو شائعاً بسرعة، وجذب أيضاً تعليقات سلبية تتساءل عن سبب مشاركتها في تحدي خطير.

نقاط النقاش:

- ما هي مخاطر المشاركة في التحديات على تيك توك؟
- كيف كان يجب على هيا تقييم المخاطر قبل محاولة التحدي؟
- ما الخطوات التي يمكن أن تتخذها لإزالة الفيديو وإدارة الانتباه السلبي؟
- كيف يمكنها استخدام إعدادات الخصوصية في تيك توك للتحكم في من يشاهد منشوراتها المستقبلية؟

السيناريو 2:

ميري، فتاة تبلغ 15 عاماً تعيش في مخيم لاجئين في إيطاليا، بدأت باستخدام تيك توك لتمضية الوقت والتواصل مع



الآخرين. بدأت تصلكاً فيديوهات تحتوي على محتوى عنيف أو جنسي صريح جعلها تشعر بعدم الارتياح. لم تكن تعرف كيف تتجنب مثل هذا المحتوى واستمرت في التعرض له أثناء تصفحها.

نقاط النقاش

- ما هي المخاطر التي تواجهها ميرا عند تعرضها لمحتوى غير مناسب على تيك توك؟
- كيف يمكن لميرا استخدام ميزات الأمان في تيك توك لتصفية مثل هذا المحتوى؟
- كيف يمكن لأولياء أمورها أو معلميها دعمها في استخدام تيك توك بأمان؟

يوتيوب (YouTube)

السيناريو 1:

كاتي، ناشطة تدعم اللاجئين، قامت برفع فيديو على يوتيوب تتحدث فيه عن عملها مع النساء اللاجئات. تلقى الفيديو الكثير من التعليقات الإيجابية، لكنه جذب أيضاً عدداً من التعليقات الكراهية والمهينة من أشخاص مسيئين. شعرت كاتي بالإرهاق من السلبية ولم تكن متأكدة من كيفية التعامل مع الموقف، مما جعلها محبطة من الاستمرار في عملها الدعوي.

نقاط النقاش:

- كيف يمكن لكاتي إدارة ومراقبة التعليقات على مقاطع الفيديو الخاصة بها؟
- كيف يمكنها الإبلاغ عن التعليقات المسيئة وحظر المستخدمين الذين يضايقونها؟
- ما الميزات التي يوفرها يوتيوب لتصفية التعليقات أو الاحتفاظ بها للمراجعة؟
- ما هي الآثار النفسية للتعامل مع التعليقات السلبية، وأين يمكنها طلب الدعم؟

السيناريو 2:

أنتوني، أخصائي اجتماعي، يصنع مقاطع فيديو تعليمية للأطفال اللاجئين ويرفعها على يوتيوب. في أحد مقاطعه، استخدم أغنية شهيرة قام بتحميلها من موقع على الإنترنت. بعد بضعة أسابيع، تلقى أنتوني إنذاراً بشأن حقوق الطبع والنشر من يوتيوب، مما أثر على قدرته على رفع محتوى جديد وقد يؤدي إلى إزالة الفيديو.

نقاط النقاش:

- ما المخاطر المرتبطة باستخدام مواد محمية بحقوق الطبع والنشر على يوتيوب؟
- كيف كان يمكن لأنطوني أن يتحقق مما إذا كانت الموسيقى مجانية أو تتطلب ترخيصاً؟
- ما الخطوات التي يجب أن يتبعها بعد تلقى إنذار بحقوق الطبع والنشر؟
- كيف يمكنه تجنب مشاكل حقوق الطبع والنشر مستقبلاً وما الميزات التي يوفرها يوتيوب للمبدعين؟



أنشئ شخصية المستخدم الخاصة بك persona

	<p>الاسم – أعطِهم اسمًا</p>
	<p>الحقائق الأساسية – العمر، بلد الأصل، المدينة الحالية، أفراد الأسرة (أطفال/كبار في السن)، اللغات المحكية، مستوى الإلام بالقراءة والكتابة.</p>
	<p>الملف الرقمي والأجهزة – الجهاز/الأجهزة المستخدمة (هاتف ذكي، هاتف بسيط، جهاز لوحبي)، وضع البيانات (محدودة/غير محدودة)، الوصول إلى الإنترنت (واي فاي منزلي / واي فاي عام / بيانات الهاتف / لا يوجد).</p>
	<p>المهارات الرقمية – مبتدئ / أساسى / متوسط – هل يمكنهم تنزيل التطبيقات، التقاط الصور، إرسال الرسائل الصوتية، مشاهدة الفيديوهات؟</p>
	<p>الروتين اليومي ووقت الاتصال بالإنترنت – متى يمكنهم الوصول إلى الإنترنت؟ (صباحاً/بعد الظهر/مساءً) وكم المدة؟</p>
	<p>الأهداف والدوافع (أهم 3) – لماذا قد يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي؟ (البقاء على اتصال، تعلم اللغة، البحث عن عمل، الترفيه، الدعم).</p>
	<p>التحديات (أهم 3) – مثل: حاجز اللغة، الخوف من مشاركة المعلومات الشخصية، رعاية الأطفال، صعف القراءة والكتابة، انعدام الثقة بالمحتوى، انخفاض ميزانية البيانات</p>



	<p>المصادر والشبكات الموثوقة - من يثقون به؟</p>
	<p>فضائل المحتوى - الأشكال المفضلة (مقاطع فيديو قصيرة، رسائل صوتية، صور، نصوص، جلسات مباشرة)، الاحتياجات اللغوية (ترجمات بلغة الأُم)، النبرة (رسمية/غير رسمية).</p>
	<p>مخاوف الخصوصية والأمان</p>
	<p>احتياجات إمكانية الوصول - نصوص كبيرة، صوت أقل، صور بسيطة، ترجمات، تسميات توضيحية.</p>
	<p>أهم 2-3 منصات مردج أن يستخدموها (تقدير أولي)</p>

نقاط إضافية يمكن مناقشتها:

- المواقف: ما هي مواقفهم تجاه الدين، السياسة، الطبقات الاجتماعية، البيئة، إلخ؟
- الاهتمامات: ما هي اهتماماتهم وهواياتهم؟
- بيئه المستخدم: هل هم مستخدمو كمبيوتر أم مستخدمو هاتف محمول؟