



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

ممول من الاتحاد الأوروبي. الآراء الواردة تعبر عن رأي المؤلف (المؤلفين) فقط، ولا تعكس بالضرورة رأي الاتحاد الأوروبي أو الوكالة التنفيذية للتعليم والثقافة الأوروبية (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:

تركز وحدة "مقدمة في منصات وسائل التواصل الاجتماعي" على تمكين المشاركين 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 بيئات مختلفة مثل ورشة عمل واحدة أو تدريب لعدة أيام، سواء عبر الإنترنت أو وجهاً، 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 والمواقف اللازمة للتعامل مع المنصات المختلفة — فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، ويوتيوب — 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 يتناسب مع مجموعاتهم المستهدفة.

هيكل الوحدة قائم على خطة درس تشمل:

- أنشطة كسر الجليد (Icebreakers) لاستكشاف عادات المشاركين الحالية في وسائل التواصل الاجتماعي وتفضيلاتهم.
- 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 المشاركين على تحديد جمهورهم المستهدف وتصميم محتوى يلقي صدى لديهم.
- أنشطة تلخيص وانعكاس للتعلم لترسيخ المعرفة ومعالجة الأسئلة.

للمعلمين:

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

الخلاصة:

تمكّن 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 والمواقف التي تعتمد عليها هذه الوحدة.

المجال / المنصة	المعرفة (Knowledge)	المهارات (Skills)	المواقف (Attitudes)
مقدمة في وسائل التواصل والمنصات الأربعة	- فهم المصطلحات الشائعة، وأنواع المنصات وخدماتها. - إدراك المخاطر أو الأخطار المحتملة المرتبطة باستخدام وسائل التواصل.	- القدرة على تحديد التهديدات مثل سرقة الهوية أو التنمر الإلكتروني. - التمييز بين المحتوى الآمن والمزيف.	- 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.
YouTube	- فهم الاستخدامات الأساسية والمنصات والخصائص. - إدراك إمكانيات المنصة في الترويج الشخصي والعلامة التجارية. - معرفة المخاطر المرتبطة بالاستخدام.	- إنشاء حساب، مشاهدة ورفع مقاطع، الإعجاب، إنشاء قوائم تشغيل، مشاركة الروابط. - القدرة على تحديد التهديدات واتخاذ إجراءات للحد منها.	- الاعتراف بأن الخبرة في استخدام المنصة تتحسن مع الوقت. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية.
Facebook	- إدراك إمكانيات المنصة للترويج والعلامة التجارية. - فهم الخصائص السكانية النموذجية للمستخدمين لتحديد الجمهور المستهدف. - معرفة المخاطر المرتبطة بالاستخدام.	- إنشاء حساب، منشورات، تعليقات، تحميل قصص/صور/فيديوهات. - القدرة على تحديد التهديدات وتقليل التعرض لها.	- إدراك أن الخبرة تزداد تدريجياً مع الاستخدام. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية.
TikTok	- فهم الاستخدام الأساسي والخصائص. - إدراك إمكانيات الترويج الشخصي والعلامة التجارية. - معرفة الخصائص السكانية للمستخدمين لتحديد الجمهور. - فهم المخاطر المرتبطة بالاستخدام.	- تسجيل/رفع/تحرير الفيديو، البث المباشر، المشاركة، المتابعة، تحديد الموقع الجغرافي. - القدرة على تحديد التهديدات وتقليل التعرض لها.	- إدراك أن الخبرة تزداد تدريجياً مع الاستخدام. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية.
Instagram	- فهم الاستخدام الأساسي والخصائص. - إدراك إمكانيات الترويج التجاري والعلامة التجارية. - معرفة الخصائص السكانية للمستخدمين لتحديد الجمهور. - فهم المخاطر المرتبطة بالاستخدام.	- إنشاء حساب، متابعة الآخرين، مشاركة فيديو/صور عبر منشورات/قصص/Highlight، الدردشة. - القدرة على تحديد التهديدات وتقليل التعرض لها.	- إدراك أن الخبرة تزداد تدريجياً مع الاستخدام. - الثقة في استخدامها للترويج والعلامة التجارية.



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

نواتج التعلم:

عند الانتهاء من هذا الدرس، سيكون المتعلمون قادرين على:

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

المدة: حوالي 4 ساعات.

الأنشطة	الهدف	المنهجية	المواد	التوقيت	قراءات إضافية / روابط للموارد
<p>كسر الجليد (ICEBREAKER):</p> <ul style="list-style-type: none"> يقوم الميسر بالتعريف بنفسه إذا لم يتم بتقديم ورش سابقة. في هذه المرحلة، يجب أن يكون المشاركون قد تعرّفوا على بعضهم البعض، ولكن يمكن للميسر اقتراح نشاط صغير لتنشيط المجموعة. تُقسّم القاعة إلى مناطق نعم/لا/ربما (أو خيارات أخرى)، ويجب على المشاركين أن يقفوا في المكان الذي يعكس إجاباتهم. بعد كل سؤال/عبارة، يطلب الميسر من المشاركين الواقفين في المنتصف (خيار "ربما") أن يشرحوا سبب اختيارهم لذلك. <p>أمثلة لعبارات (يمكن تعديلها حسب النقاشات السابقة):</p> <ul style="list-style-type: none"> أستخدم غالبًا فيسبوك/إنستغرام/تيك توك. أفضي أكثر من ساعتين يوميًا على وسائل التواصل الاجتماعي. أستخدم وسائل التواصل لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية. كونت صداقات أو علاقات جديدة من خلال وسائل التواصل. أثرت وسائل التواصل سلبًا على إنتاجيتي في مرحلة ما. أشعر أحيانًا أنني بحاجة إلى استراحة من وسائل التواصل. 	<p>التعرف بشكل أفضل على الأقران والدخول في موضوع الورشة</p>	<p>إذا كانت المجموعة غير مألوفة مع بعضها، يمكن عمل جولة أسماء ليشرح المشاركون براحة أكبر.</p> <p>يمكن تعديل العبارات وفقًا لمستوى معرفة المجموعة أو تركيز الورشة.</p> <p>يمكن استخدام عبارات نشاط BINGO وتخصيصها لتكون أكثر ارتباطًا بالمجموعة.</p>	<p>قاعة تدريب كبيرة تنقسم للمشاركين إلى مجموعات</p>	<p>20 دقيقة</p>	
<p>وسائل التواصل الاجتماعي BINGO</p> <p>يوزع الميسر أوراق BINGO تحتوي على عبارات مختلفة.</p>	<p>التعرف على الأقران بشكل أفضل.</p>		<p>قاعة تدريب كبيرة + أوراق BINGO مطبوعة</p>	<p>20-30 دقيقة</p>	

				<p>معرفة المنصات التي يستخدمها كل مشارك بانتظام</p>	<p>يتنقل المشاركون ويسألون بعضهم: "هل تنطبق عليك هذه العبارة؟" وإذا كانت الإجابة نعم يكتبون اسم المشارك.</p> <p>الأسماء يجب ألا تتكرر.</p> <p>ينتهي النشاط عندما يملأ أحد المشاركين صفًا كاملاً أو الورقة كلها (حسب الوقت المتاح).</p>
<p>https://www.ubiquitousinfluence.com/post/tiktok-slang</p>	40 دقيقة	<p><u>عرض تقديمي (PPT)</u>، جهاز عرض (بروجيكتور)، حاسوب محمول</p> <p>A video projector, a laptop and <u>the presentation</u></p>	<p>كل المصطلحات والمعلومات موجودة في عرض الـ PPT، ويمكن تعديلها أيضاً بناءً على المجموعة.</p>	<p>تعلم المصطلحات الرئيسية وميزات كل منصة.</p> <p>تحديد فجوات المعرفة.</p> <p>التعمق في موضوع منصات التواصل الاجتماعي</p>	<p>نشاط 2.1: مقدمة إلى منصات التواصل الاجتماعي – الجزء النظري (المصطلحات)</p> <ul style="list-style-type: none"> • مقدمة قصيرة عن أهمية وسائل التواصل اليوم، خاصة في سياق النساء المهاجرات واللاجئات لاستخدامها للتواصل مع المجتمع والوصول إلى الموارد والتعبير عن الذات. • شرح أن الجلسة ستركز على أربع منصات رئيسية: إنستغرام، فيسبوك، تيك توك، ويوتيوب. • بالاعتماد على <u>العرض التقديمي</u>، يقدم الميسر مصطلحات خاصة بعالم السوشيال ميديا ويسأل المشاركين إذا كانوا يعرفونها. • الجزء الثاني: شرح خصائص كل منصة (الميزات الأساسية، خصائص الجمهور، حالات الاستخدام...)
	40 دقيقة	<p>مهام مطبوعة + مساحة كافية للعمل الجماعي</p> <p><u>البحث عن الكنز في وسائل التواصل الاجتماعي</u></p>	<p>حاول مزج المشاركين الأكثر خبرة مع الأقل خبرة لزيادة الفائدة التعليمية</p>	<p>اكتشاف خصائص وإعدادات جديدة بأنفسهم.</p> <p>تعزيز المعرفة</p>	<p>النشاط 2.2: لعبة خصائص وسائل التواصل البحث عن الكنز في وسائل التواصل الاجتماعي (Scavenger Hunt)</p> <ul style="list-style-type: none"> • تقسيم المشاركين إلى مجموعات صغيرة وتخصيص منصة لكل مجموعة (فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، يوتيوب).

				والمهارات باستخدام المنصات مباشرة. تقوية العمل الجماعي والتعاون	<ul style="list-style-type: none"> كل مجموعة تتلقى ظرفاً يحوي مهام تتعلق بالمنصة وعليهم إنجازها ثم عرض النتائج. بعد 30 دقيقة، يقيم الميسر تقدم المجموعات ويمكنه تمديد الوقت 10 دقائق إضافية. تقدم كل مجموعة نتائجها مع إبراز الخصائص الفريدة لكل منصة
https://www.youtube.com/watch?v=vPIWDFtP0I0	40-50 دقيقة	سيناريوهات مطبوعة، فليب شارت أو سبورة، أقلام، بروجيكتور.	استثمر معرفة المجموعة أولاً قبل تقديم أفضل الممارسات.	<p>التعرف على المخاطر المحتملة وفهمها.</p> <p>تجهيز المشاركين باستراتيجيات لزيادة الأمان.</p> <p>رفع الوعي بالمخاطر خاصة للأشخاص ذوي الثقافة الرقمية المحدودة</p>	<p>النشاط 2.3: المخاطر وإجراءات السلامة على منصات التواصل الاجتماعي</p> <ul style="list-style-type: none"> تقسيم المجموعة إلى مجموعات صغيرة وتوزيع سيناريوهات مختلفة لمناقشتها. بعد المناقشة، تُعرض السيناريوهات والحلول في المجموعة الكبيرة. الميسر يدون على اللوحة (Flipchart) جدولاً بالمخاطر المتكررة. في النهاية، يسأل المشاركين عن مخاطر إضافية
https://www.qualtrics.com/experience-management/research/user-persona-creation/	45-60 دقيقة	نموذج مطبوع لإنشاء الشخصيات (Persona Creation)، جهاز عرض (بروجيكتور)، وشاشة للعرض التقديمي.	عند تنفيذ النشاط مع النساء المهاجرات/اللاجئات، ينبغي أن يركزن على الأشخاص الذين يعتقدن أنهم قد يهتمون بمنتجاتهن، مثل أشخاص يعرفنهم أو أصدقائهن وغيرهم.	<p>فهم الجمهور المستهدف.</p> <p>معرفة كيفية الوصول إليه عبر وسائل التواصل.</p>	<p>النشاط 2.4: إنشاء شخصية (Persona) للجمهور المستهدف</p> <ul style="list-style-type: none"> مناقشة مفهوم "الشخصية" وأهمية فهم احتياجات وتفضيلات ومهارات الجمهور الرقمي.

			<p>في المجموعات التي تضم عدة لغات أو التي تكون فيها مهارات اللغة المحلية أو الإنجليزية محدودة، يُفضّل توفير منشورات مكتوبة باللغة التي يتقنها المشاركون جيداً.</p> <p>ذكر المشاركين بضرورة التحلي بعدم إصدار الأحكام المسبقة وتجنب القيام بالافتراضات.</p>	<p>تعلم إنشاء شخصية مستخدم.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • في مجموعات صغيرة: ينشئ المشاركون "شخصية مستخدم" استناداً إلى جمهورهم. • يتلقى كل فريق قالباً لإنشاء الشخصية + 3 أفكار محتوى مناسبة. • تقدم المجموعات شخصياتها ويعطي الآخرون تعليقات. • في النهاية: مناقشة انعكاسية باستخدام أسئلة العرض التقديمي
	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...

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

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. ضع واتفق على قواعد المجموعة، الأدوار لأعضاء المجموعة (مثل: المشرف، المدير)، والإرشادات للنشر والتعليق. أنشئ منشور ترحيبي وناقش كيفية إدارة المجموعة بفعالية.

خطة لحدث على فيسبوك:

:Plan a Facebook Event

تحيل أنك تستضيف حدثاً لمجتمع (مثل ورشة مهارات رقمية). كفريق، أنشئ حدثاً على فيسبوك، واملأ جميع التفاصيل ذات الصلة (العنوان، الوصف، الموقع، إلخ).

سيناريو إدارة المحتوى:

:Content Moderation Scenario

أنت تدبر 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 علناً 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.

استكشف وضبط إعدادات الخصوصية للمنشور (مثل: عام، أصدقاء، أصدقاء باستثناء...، أصدقاء محددين). شعور/نشاط للمنشور. **:Experiment with tagging options** أضف موقعاً، ضع إشارة إلى صديق (إذا كان مناسباً)، أو أضف ناقش إيجابيات وسلبيات إعدادات الخصوصية المختلفة ولماذا قد تختار إحداها دون الأخرى.

المجموعة 2: إنستغرام

استكشف 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 رغبتُم) وناقشوا كيف تعمل كل ميزة، وما نوع الردود التي تحصلون عليها، وفي أي مواقف قد تستخدمونها.

بحث واستراتيجية الوسوم (Hashtag): : Hashtag Research and Strategy

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

تحليل صفحة الاستكشاف في إنستغرام: :Instagram Explore Page Analysis

اذهبوا إلى صفحة الاستكشاف كفريق. لبحث كل عضو عن وسم محدد ذو صلة باهتمام مشترك (مثل: #refugeecommunity أو #digitalinclusion).

لاحظوا المحتوى الذي يظهر وأنواع الحسابات والمنشورات الشائعة. ناقشوا في المجموعة أنواع المحتوى التي تظهر عادةً ولماذا قد تُبرز بعض المنشورات على غيرها. ما الذي تلاحظونه عن أنواع المنشورات (صور، ريلز، 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". ناقشوا الميزات المختلفة وماذا تفعل. جرّبوا ضبط إعدادات القصص (مثل إخفاء القصص عن متابعين محددين) وتجربة الحسابات المقيدة والمحظورة. فكروا كيف يمكن أن تساعد هذه الإعدادات في الحفاظ على الأمان عبر الإنترنت.

اللعب مع فلاتر إنستغرام والتأثيرات: :Play with Instagram Filters and Effects

في أزواج أو كفريق، استكشفوا فلاتر الكاميرا والتأثيرات المتوفرة في قصص إنستغرام. ليختار كل عضو فلتراً أو تأثيراً ليخرجه، يلتقط صورة أو فيديو، ويشاركها مع الفريق (يمكن استخدام خاصية "الأصدقاء المقربين" للمشاركة). ناقشوا كيف تغير الفلاتر والتأثيرات شعور المنشور أو القصة. أي التأثيرات بدت ممتعة، مهنية، أو لاقطة للنظر؟ كيف يغير استخدام الفلاتر التفاعل مع المتابعين؟

المجموعة 3: تيك توك

استكشاف صفحة "لك" (For You Page - FYP): : Explore TikTok's For You Page (FYP)

اقضوا بعض الوقت في التمرير عبر صفحة "لك" كمجموعة. ليدون كل عضو أنواع المحتوى التي تظهر (مثل: تحديات رقص، فيديوهات تعليمية، كوميديا، إلخ). ناقشوا ما المحتوى الذي يظهر ولماذا قد يتم عرضه في صفحة "لك". قارنوا ما شاهدته كل عضو — هل رأيتم مقاطع متشابهة أم مختلفة تماماً؟ ناقشوا 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 وناقشوا كيف تعمل التأثيرات والفلاتر المختلفة. أي التأثيرات كانت أسهل في الاستخدام؟ وما نوع المحتوى المناسب لكل تأثير؟

اكتشاف وحفظ الأصوات الرائجة:

:Discover and Save Trending Sounds

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

الغوص في إعدادات الخصوصية والأمان لتيك توك:

:Deep Dive into TikTok Privacy and Safety Settings

انتقلوا إلى قائمة "الخصوصية والإعدادات" كفريق.
استكشفوا إعدادات الخصوصية المختلفة، مثل من يمكنه التعليق، الدمج (duet)، الخياطة (stitch)، أو مراسلتك. ناقشوا 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

اخترتوا معاً 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

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

اكتشاف قوائم التشغيل في يوتيوب:

:Discover YouTube Playlists

استكشفوا قوائم التشغيل معاً عبر العثور على موضوع يهمكم (مثل: دروس مهارات رقمية أو قصص ثقافية).
ليجد كل عضو قائمة تشغيل واحدة يراها منظمة جيداً أو مفيدة.
ناقشوا 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.
ناقشوا كيف يُنظم قسم التعليقات وما أنواع التعليقات التي تحظى بأكثر ظهوراً.

التعرف 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). ناقشوا ما يفعله كل إعداد خصوصية وكيف يمكن أن يكون مفيدًا للتحكم في الحساب. جربوا تشغيل وإيقاف الميزات وناقشوا لماذا قد تكون بعض الإعدادات مناسبة لجمهور مختلف.

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 مجتمعهما. 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 شائعًا جدًا وحصل على العديد من الإعجابات والتعليقات والمشاركات. إلى أن أدركت لويسا أن الفيديو وصل إلى منات 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 فورًا 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 مجهولة، بالإضافة إلى رسائل خاصة من أشخاص غير معروفين. هذا جعلها تشعر بعدم الأمان وأثر على ثققتها 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:

أنابيل، 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 أنابيل 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 يمثلته هذا السيناريو؟
- كيف كان ينبغي على أنابيل أن تتصرف قبل السماح بمشاركة المقال في المجموعة؟
- ما الأدوات التي يوفرها فيسبوك للمساعدة في إدارة ومراقبة محتوى المجموعة؟
- كيف يجب على أنابيل 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، نقرت 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 الاختتيال المستقبلية؟

تيك توك (TikTok)

السيناريو 1:

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

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

الآخرين. بدأت تصلها 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 أيضًا عددًا 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 إنذارًا 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 لأنتوني أن يتحقق مما إذا كانت الموسيقى مجانية أو تتطلب ترخيصًا؟
- ما الخطوات التي يجب أن يتخذها بعد تلقي 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 – أعطهم اسمًا</p>
	<p>الحقائق الأساسية – العمر، بلد الأصل، المدينة الحالية، أفراد الأسرة (أطفال/كبار في السن)، اللغات المحكية، مستوى الإلمام بالقراءة والكتابة.</p>
	<p>الملف الرقمي والأجهزة – الجهاز/الأجهزة المستخدمة (هاتف ذكي، هاتف بسيط، جهاز لوحي)، وضع البيانات (محدودة/غير محدودة)، الوصول إلى الإنترنت (واي فاي منزلي / واي فاي عام / بيانات الهاتف / لا يوجد).</p>
	<p>المهارات الرقمية – مبتدئ / أساسي / متوسط – هل يمكنهم تنزيل التطبيقات، التقاط الصور، إرسال الرسائل الصوتية، مشاهدة الفيديو هات؟</p>
	<p>الروتين اليومي ووقت الاتصال بالإنترنت – متى يمكنهم الوصول إلى الإنترنت؟ (صباحًا/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، ضعف القراءة والكتابة، انعدام الثقة بالمحتوى، انخفاض ميزانية البيانات</p>



	المصادر والشبكات الموثوقة – من يتقون به؟
	تفضيلات المحتوى – الأشكال المفضلة (مقاطع فيديو قصيرة، رسائل صوتية، صور، نصوص، جلسات مباشرة)، الاحتياجات اللغوية (ترجمات بلغة الأم)، النبرة (رسمية/غير رسمية).
	مخاوف الخصوصية والأمان
	احتياجات إمكانية الوصول – نصوص كبيرة، صوت أولاً، صور بسيطة، ترجمات، تسميات توضيحية.
	أهم 2-3 منصات مرجح أن يستخدموها (تقدير أولي)

نقاط إضافية يمكن مناقشتها:

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