

1

كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعية بشكل مسؤول

القواعد السلوكية ل #defyhatenow الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعية

كن شافئاً:

الآراء المعبر عنها في هذا الموقع / المدونة هي وجهة نظري ولا تعبر عن وجهة نظر المنظمة.

كن واضحاً ومتسقاً:

انشر رسائل واضحة، تحمل المسؤولية عن المحتوى الذي تنشره.

التحقق من الحقائق:

كن موثقاً على الدوام

التحقق من المصادر والبيانات:

لا تستخدم المعلومات المخطئة أو تشارك أو تتقدم الشائعات أو تعيد نشر التكهات.

كن دقيقاً:

يجب أن تكون المشاركات دقيقة و قد تم التحقق منها وقابلة للإثبات

كن كئيباً:

احترام جميع القوانين؛ حقوق الطبع والنشر والخصوصية والبريد الالكتروني غير المرغوب به عند النشر على الشبكات الاجتماعية. تأكد من حصولك على إذن لنشر مواد محمية بحقوق الطبع والنشر ، وقم بالإشارة إلى مالك حقوق الطبع والنشر عند اللزوم ، وعدم استخدام عمل شخص آخر أبداً كما لو كان ملكاً لك.

كن عادلاً و مهنيًا:

لا تنشر التعليقات التي لن تتمكن من قولها مباشرة لشخص آخر ، وفكر مسبقاً في كيفية تفاعل الأشخاص الآخرين لما ستقوم بنشره.

كن جيداً:

مع كل مشاركة ، ضع في اعتراك نواياك ، والتي يجب أن تعكس فلسفة المؤسسة وأهداف وسائل التواصل الاجتماعية بالإضافة إلى النوايا السلبية والبيدة المتسقة.

قواعد محتوى وسائل التواصل الاجتماعية

يجب أن تكون كل تغريدة أو مشاركة أو تعليق أو رد:

- إيجابي ومهذب للمجتمع عبر الإنترنت
- بسيط وسهل الفهم



6

النشاط السلمي على وسائل التواصل الاجتماعية



استخدم هاشتاق #SouthSudan #PeaceJam ، #defyhatenow

now عند مشاركتك على وسائل التواصل الاجتماعي للمساعدة في تتبع استخدام جنوب السودان على نطاق أوسع للفتوات عبر الإنترنت، من أجل التغيير الثقافي الإيجابي، والحصول على فهم أفضل لطبيعة السلام في وسائل التواصل الاجتماعية في جنوب السودان.

- قم تسخير قوة وسائل الإعلام الاجتماعية للترويج للسلام.
- على الإنترنت و على أرض الواقع مع #PEACEJAM
- اجلب الأصدقاء والمجموعات في جنوب السودان والعالم معاً إلى #DEFYHATENOW
- #PeaceJam على الفيسبوك، تويتر، المدونات، انستغرام، واتساب، من أجل ان تكون حاشداً للسلام عبر وسائل التواصل الاجتماعية.

دع جنوب السودان يحتل المشهد الإعلامي العالمي عبر بناء السلام ، واتخاذ إجراءات ضد الكراهية والصراع والتخريض على العنف.

يمكن لأي شخص البدء بـ #peacejam لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال تنظيم حدث أو ببساطة بمشاركة رسائل السلام الخاصة بك على الإنترنت. قم بربط #peacejam الخاص بك مع أي حدث سلام عالمي للوصول إلى جمهور أوسع و تأثير أكبر مع رسالتك. أمثلة: يوم الأمم المتحدة العالمي للسلام ، 21 سبتمبر ؛ اليوم العالمي لحرية الصحافة ، 3 مايو ؛ يوم المرأة العالمي ، 8 مارس.

إن الاشتراك بالحفل "من أجل السلام هو الارتجال في بناء السلام دون سابق إعداد مكثف أو ترتيبات محددة مسبقاً ، ولكن لتطوير أفكار وطرق جديدة للقيام بالأشياء بشكل تلقائي مع الطاقة القادمة من التفاعل الإبداعي للمشاركين.

أهداف #defyhatenow

- زيادة الوعي وتطوير وسائل مكافحة خطاب الكراهية القائم على الوسائل الاجتماعية ، وخطاب النزاع ، والتخريض على العنف عبر الإنترنت.
- لتعزيز "المؤثرين الإيجابيين" الذين يشغلون موقع التواصل الاجتماعي في جنوب السودان بأصوات بناء السلام والرسائل المضادة بدلاً من ترك تلك المساحة مفتوحة أمام وناء النزاع.
- بناء مجتمع يشجعت العالمي في جنوب السودان إلى إظهار بناء السلام عبر الإنترنت
- مع المبادرات في المعرفة والوعي بعمليات التواصل الاجتماعي بين من لديهم القدرة على الوصول إلى التكنولوجيا والذين لا يمكنهم ذلك.
- مبادرة #defyhatenow لمكافحة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعية من قبل reg_agenov باللغة المفتوحة والتحول العرج المحدودة ، برلين ، مع شركة في جنوب السودان و آخرين دوليين ، يتم تمويلها من قبل ifa - Institut für Auslandsbeziehungen (zivik مع الوسائل التحادية الألمانية

وزارة الخارجية (Auswärtiges Amt)

http://defyhatenow.net/
https://www.facebook.com/defyhatenow/
https://twitter.com/defyhatenow
#defyhatenow #ThinkB4UClick #Peace4ALL

2

#ThinkB4UClick



التوعية عن الكراهية

خطاب الكراهية، كما هو مُعرّف من قبل المجلس الأوروبي، ويشمل جميع أشكال التعبير التي تنشر، تحرض، وتعزز أو تبرر للكراهية العنصرية وكره الأجانب ومعاداة السامية أو غيرها من الكراهية المبنية على أساس عدم التسامح، بما في ذلك: عدم التسامح الذي يعبر عنه بالوطنية العدوانية والتعصب العرقي والتمييز والعداء ضد الأقليات والمهاجرين والأشخاص من أصول مهاجرة.

المبادئ التوجيهية لوسائل التواصل الاجتماعية بشأن الكراهية

لا يجوز لك الترويج للعنف ضد آخرين أو مهاجمة الآخرين بشكل مباشر أو تهديدهم على أساس:

العرق • الأثنية • الأصل القومي • التوجه الجنسي • الانتماء الديني • السن • الإعاقة • أو المرض.

التهديدات العنيفة (المباشرة أو غير المباشرة):

لا يجوز لك التهديد بالعنف أو الترويج للعنف.

ماذا تفعل إذا رأيت خطاباً يحض على الكراهية أو خطاباً خطيراً عبر الإنترنت؟

أخذ صورة شاشة (سكرينشوت) من خطاب الكراهية المحتمل في الفيسبوك ، تويتر ، رسالة أو فيديو واتساب بما في ذلك التعليقات كدليل.

إذا كنت ترد على التعليقات المنشورة التي قد تعتبرها غير عادلة، كن دوماً دقيقاً ومهنيًا. تذكر أن تكون صادقاً وبناءً ومحترماً.

كن مهذباً في نبرتك، واحترم آراء الأفراد ، خاصة عندما تصبح المناقشات ساخنة. إظهار الاهتمام المناسب لخصوصية الآخرين.

#ThinkB4UClick شارك بمسؤولية

المسؤولية على وسائل التواصل الاجتماعي هي شيء يتجاهله الكثير من المستخدمين لأنك مختبئ خلف الشاشة. هناك شخص وراء كل رسالة في وسائل التواصل الاجتماعية لديه فتاعة ، نية ، عقلية معينة.

هل تسهم فتاعاتك الشخصية في تحسين المجتمع، و

الخير جارك وبذلك؟ هل تحف من أجل العدالة والتسامح

والفهم؟ كلما كان بإمكانك اتخاذ موقف ، افعل ذلك

برحمة ، وسوف تحدث فرقاً!

كيفية ردنا على هذه الرسائل هو ما يغيرنا من المستهلكين السلبيين للتكنولوجيا إلى المبدعين ومولدي التغيير النشطين والواعدين.

لكل رسالة سلبية نلتقها، أرسل رسالتين إيجابيتين. لديك القدرة. استخدمها بحكمة!

#DEFYHATENOW

الدليل الميداني للحد من خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعية

5

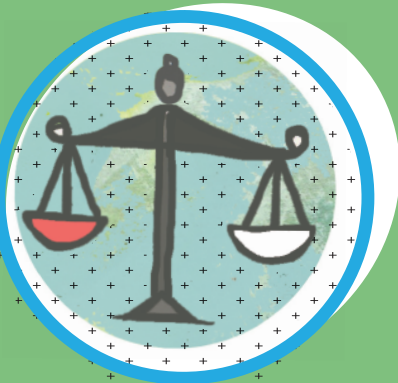
بنود التقرير بصورة اخلاقية

عندما يتعلق الأمر بـ كلام خطاب الكراهية ، يجب على الصحفيين والمحررين أن يتوقفوا قليلاً لأخذ الوقت الكافي للحكم على التأثير المحتمل للمحتوى السبيء والعذواني. هذا الاختيار ذو الخس نقاط والذي طورته شبكة الصحافة الأخلاقية

يسلط الضوء على الأسئلة المتعلقة بجمع وإعداد ونشر الأخبار. ويساعد على وضع الحديث و المتحدثين في سياق أخلاقي.

1- حالة المتحدث

كيف يمكن أن يؤثر موقفهم على دوافعهم؟



هل ينبغي حتى الاستماع لهم أم تجاهلهم؟

2- الوصول إلى الكلام

ما مدى انتشار الخطاب؟

هل هناك نمط من السلوك؟

3- أهداف الكلام

كيف يفيد ذلك المتحدث ومصلحهم؟

هل المقصود عمداً تسبيح الضرر لآخرين؟

4- المحتوى نفسه

هل الخطاب خطير؟

هل يمكن أن يحد من العنف تجاه الآخرين؟

5- المحيطة – الاجتماعي / الاقتصادي / السياسي

من قد يتأثر سلباً؟

هل هناك تاريخ من الصراع أو التمييز؟

لا تجاهل الأمر دوماً!



3

تحقق من المصدر و أكد المعلومات

تغييرات بسيطة، و هذا من شأنه أن يحد من الأخبار المزيفة.

لا تؤمن بكلمة حتى تتحقق من الحقائق والمصادر. هل المصدر والحقائق ذات مصداقية؟ تحقق من المصدر. هل هو مصدر يمكنك الوثوق به، و ذا سمعة جيدة بالذقة؟ تستطيع ذلك.

تفقد التواريخ.

قد تحتوي الأخبار الإخبارية المزيفة على جداول زمنية لا معنى لها ، أو تواريخ الأحداث تم تغييرها.

تحقق من الأدلة.

تحقق من مصادر المؤلف من أجل تأكيد الدقة. قد يشير نقص الأدلة أو الاعتماد على خبراء لم يكشف عنهم إلى قصة إخبارية كاذبة.

ابحث لتري من قام بتغطية نفس القصة.

انظر عبر التقارير الأخرى. إذا لم يكن هناك مصدر إخباري آخر يبلغ عن نفس القصة ، فقد يشير هذا إلى أن القصة مزورة. إذا تم الإبلاغ عن القصة بواسطة مصادر متعددة تثق بها ، فمن الأرجح أن تكون صحيحة.

ضع الصور في اعتباراتك.

غالباً ما تحتوي الأخبار الإخبارية المزيفة على صور أو مقاطع فيديو تم التلاعب بها. قد تكون الصورة صحيحة في بعض الأحيان ، ولكن يتم استخدامها في خارج السياق.

البحث العكسي عن الصور.

استخدم البحث العكسي للصور لمعرفة متى تم نشرها أولاً والتحقق من المصدر الأصلي.

قم تحميل الصورة ، انقر على أيقونة الكاميرا أو البحث عن طريق URL.

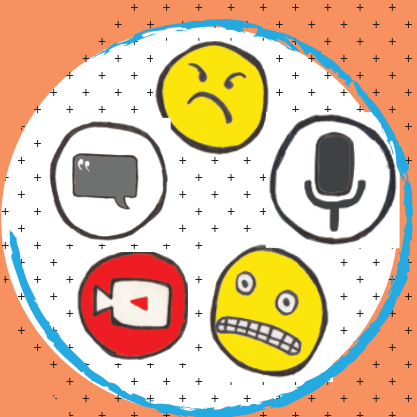
https://images-google.com

https://reverse-photos

https://tineye.com

بعض القصص تكون مزيفة بشكل مقصود

فكر جيداً في القصص التي تقرأها ، وشارك فقط الأخبار التي تعرف أنها ذات مصداقية. هل انت تحت التأثير؟ هل تم التلاعب بك؟ هل هناك وسائل إخبارية موثوقة أخرى تغطي هذه القصة؟ هل هذه القصة قصة إخبارية وهمية؟



4

مواجهة خطاب الكراهية

الخطاب الخطير وقدرته على إلحاق العنف يعتمد على السياق الي يُنصع فيه:

حول من ينشره ، وكيف ، و لمن ، وفي أي سياق الاجتماعي و تاريخي.

كيف يمكن للمرء أن يعرف أن الخطاب خطير؟

لا بد من جعل التخمين متعلما و منهجيا.

النظر في:

الرسالة > المتحدث > الجمهور > السياق > الوسيط الذي ينقل الخطاب عبره

استخدم هذه المتغيرات الخمسة لتحليل خطورة خطاب الكراهية:

• درجة تأثير المتحدث على الجمهور

• مظالم أو مخاوف الجمهور التي يمكن أن يبرزها المتحدث

• ما إذا كان مفهوماً أن فعل الكلام هو نداء للعنف أم لا

• السياق الاجتماعي والتاريخي (مثل حلقات العنف السابقة)

• ما إذا كانت وسائل توزيع الكلام مؤثرة أيضاً (على سبيل

المثال عندما يكون منفذ الوسائط المعين هو المذيع