



دليل التواصل مع المجتمعات المحلية

من أجل عمليات المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين في ليبيا وتونس



الغرض من هذا الدليل هو وصف دور التواصل مع المجتمعات المحلية (CWC) في الاستجابة الإنسانية وكيف يمكن تطبيقه عمليا من قبل موظفي المفوضية في عمليتي ليبيا وتونس. CWC هي طريقة تواصل ثنائية الاتجاه تدعم مشاركة اللاجئين وغيرهم من الأشخاص المعنيين (POC) في دورة البرامج الإنسانية. إنها إحدى اللبنة الأساسية في سياسة المفوضية للمساءلة أمام السكان المتضررين (AAP)، والتي تسعى إلى ضمان أن الاستجابة الإنسانية تسترشد بآراء ووجهات نظر واحتياجات السكان المتضررين.

Cover photo: © UNHCR/Anna Branthwaite
© UNHCR, July 2021

Layout & design: BakOS DESIGN

جدول المحتويات

٤	تمهيد
٥	١. مقدمة
٥	١,١ ما هو التواصل مع المجتمعات المحلية ولماذا هو مهم؟
٦	١,٢ CWC ضمن الهيكل التنفيذي للمفوضية
٧	١,٣ المصطلحات
٩	٢. كيفية التواصل مع المجتمعات المحلية
٩	٢,١ التواصل مع المجتمعات في ليبيا وتونس
١٠	٢,٢ من هو الجمهور المستهدف؟
١٢	٢,٣ كيف يمكنك الوصول إليهم؟
١٣	٢,٤ تقييمات الاحتياجات من المعلومات
١٤	٢,٥ CWC مع الأشخاص المستضعفين والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة
١٥	٣. توجيه الرسائل
١٥	٣,١ الحد من التعقيد وزيادة سهولة القراءة
١٦	٣,٢ المحتوى
١٦	٣,٣ مدة صلاحية رسائل المعلومات
١٨	٤. أدوات وقنوات التواصل
١٨	٥. التواصل وجها لوجه
٢٠	٥,١ قائمة مرجعية لاجتماعات CWC المباشرة
٢١	٥,٢ الزيارات الموجهة إلى المنازل أو المأوى
٢١	٥,٣ الجمع بين التواصل المباشر وأدوات CWC الأخرى
٢٢	٦. الأدوات والقنوات التقليدية
٢٢	٦,١ المواد المطبوعة
٢٤	٦,٢ الفيديو والصوت
٢٥	٦,٣ الاتصالات الهاتفية
٢٦	٧. الأدوات الرقمية
٢٧	٧,١ المشاركة الرقمية وتحسين وسائط التواصل الاجتماعي
٢٩	٧,٢ قياس نجاح المشاركة الرقمية
٣٠	٧,٣ منصات رقمية تقدم معلومات عن CWC
٣١	٨. المراقبة والتقييم في CWC
٣١	٨,١ دراسة حالة : تسجيل الأطفال المولودين للاجئين
٣٣	٩. وضع استراتيجية وخطة عمل CWC موضع التنفيذ
٣٣	٩,١ الخطوات التي يجب اتخاذها
٣٤	٩,٢ نموذج لخطة عمل CWC
٣٥	٩,٣ مطابقة أدوات وقنوات CWC مع الاحتياجات
٣٧	١٠. موارد متاحة على الإنترنت للتعلم الذاتي
	١١. للمزيد من المعلومات

1. مقدمة

يرتبط CwC ارتباطًا وثيقًا بالحماية المجتمعية والتوعية بالحماية وهو مكون رئيسي في أنشطة قطاعات العمليات الأخرى. وهو نشاط متعدد الوظائف وشامل لعدة قطاعات يستند إلى استراتيجية تحدد أدوات ومناهج التواصل ضمن السياق الخاص ببلد العمليات. كما أنه يرتبط بإجراءات أساسية أخرى، مثل ردود الفعل والاستجابة.

باعتباره أحد العناصر الأساسية في سياسة المساءلة أمام السكان المتضررين، يعتبر التواصل مع المجتمعات أمرًا محوريًا للتواصل والشفافية، وهو ضروري لتنفيذ سياسة المفوضية المتعلقة بالسن ونوع الجنس والتنوع، التي تسعى إلى ضمان مشاركة جميع الأشخاص المعنيين بشكل كامل في القرارات التي تؤثر عليهم وتمتعهم بحقوقهم على قدم المساواة مع الآخرين.

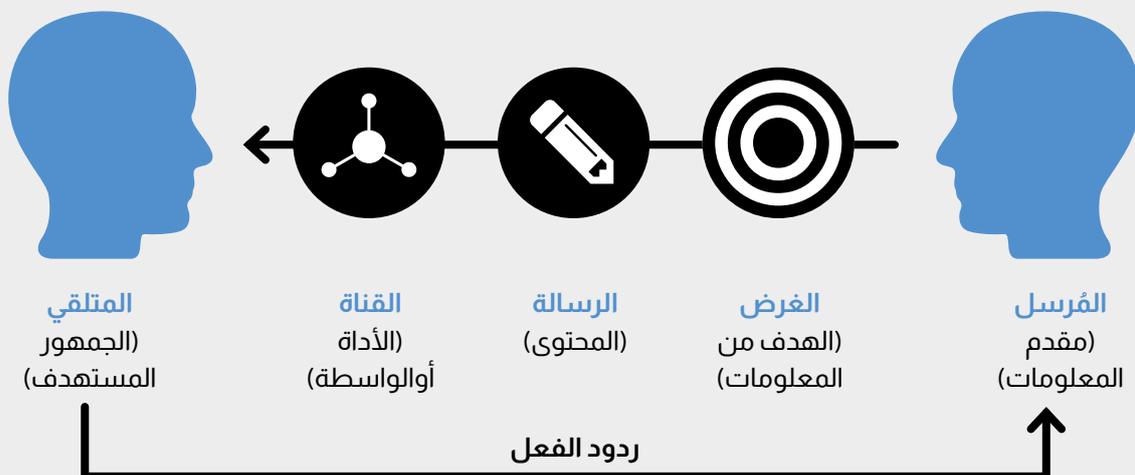
يمكن تعريف التواصل مع المجتمعات على أنه تواصل ثنائي الاتجاه يساعد على تلبية احتياجات الأشخاص المتضررين من الأزمات في مجال المعلومات والتواصل. يُوجه هذا التواصل الثنائي تصميم الخدمات وتنفيذها، مما يسمح للوكالات بتكييف برامجها وفقًا لاحتياجات وميول المجتمعات المحلية التي تعمل معها.

1.1 ما هو التواصل مع المجتمعات المحلية ولماذا هو مهم؟

”التواصل مع المجتمعات لا يعتبر أمرًا اختياريًا. يعد الاستماع والتحدث إلى المجتمعات جزءًا أساسيًا من الاستجابة الإنسانية، بما في ذلك عمل المفوضية وشركائها. إنه ضروري لضمان مساءلتنا أمام الفئات المعنية - المجتمعات المتضررة من الأزمة، إلى جانب الفعالية العملية وضمان الأمن والاستقرار.“

يجب على الوكالات الإنسانية تقديم المعلومات في الوقت المناسب وبطريقة يسهل الوصول إليها وتصميم برامجها وفقًا لاحتياجات وأولويات الأشخاص المعنيين. المعلومات والاتصالات هي أجزاء أساسية من المساعدات الإنسانية، والتي بدونها لا يستطيع الناس الوصول إلى الخدمات أو اتخاذ أفضل القرارات لأنفسهم ومجتمعاتهم.

UNHCR Innovation Service: Communicating with Communities |





١,٢ CwC ضمن الهيكل التنفيذي للمفوضية

CwC هي العملية التي يعمل فيها فريق متعدد الوظائف بشكل وثيق مع زملائه من الوحدات المعنية، حسب الاقتضاء، من أجل إعداد رسائل مصممة لأغراض عملية محددة ولتسهيل الحوار بين المفوضية والأشخاص الذين تُعنى بهم. يتطلب CwC خبرة وفهمًا جيدًا لعمليات التواصل.

وتغطي رسائل CwC الخاصة بالمفوضية مجموعة متنوعة من المواضيع، بما في ذلك الحماية والمساعدة والخدمات، وتحديد وضع اللاجئين، والمساعدة القانونية، وإعادة التوطين، ولم شمل الأسر، والإعادة الطوعية إلى الوطن، والسلامة والأمن، وسبل كسب الرزق، والتعليم، والصحة، ومكافحة الاحتيايل. من أجل صياغة الرسائل وعرضها، وكذلك لتحديد أفضل الأدوات والقنوات لضمان فعالية النشر والتواصل، يلزم توفر خبرة معينة، ويجب أن تُسند هذه المسؤولية إلى فريق CwC متخصص، يقوده موظفون يتمتعون بمهارات الاتصال المطلوبة. ولكي تكون أنشطة CwC فعالة، يلزم توفير موارد كافية، بما في ذلك تخصيص موظفين وبند في الميزانية.

١,٣ المصطلحات

- **المساءلة أمام السكان المتضررين (AAP):** تضع المساءلة أمام السكان المتضررين احتياجات ومصالح المجتمعات المتضررة في قلب عملية صنع القرار. يتلقى الأشخاص المعلومات التي يحتاجون إليها لاتخاذ قرارات مستتيرة، ويشاركون في القرارات التي تؤثر على حياتهم، ويمكنهم الوصول إلى آليات آمنة وسريعة الاستجابة لتقديم ردود الفعل والشكاوى.
- **العمر ونوع الجنس والتنوع (AGD):** سياسة تضمن أن المساعدة والخدمات متاحة لجميع الأشخاص المعنيين وتستجيب بشكل مناسب لأولويات واحتياجات كل شخص.
- **مركز الاتصال:** مركز اتصال هاتفي يقوم فيه العاملون في الخطوط الأمامية بالرد على المكالمات أو الإجابة على الأسئلة أو إحالة الشكاوى أو الاستفسارات إلى وحدات متخصصة داخل المفوضية أو منظمات أخرى.
- **التواصل مع المجتمعات المحلية (CwC):** CwC (التواصل مع المجتمعات المحلية) هو المصطلح الذي تستخدمه المفوضية والعديد من الوكالات الأخرى للإشارة إلى التواصل ثنائي الاتجاه مع الأشخاص المتضررين المعنيين. وقد حل محل المصطلح القديم «معلومات جماعية» (MI).

- **المشاركة المجتمعية والمساءلة (CEA):** المشاركة المجتمعية والمساءلة (CEA)، أو بدلا من ذلك المشاركة المجتمعية (CE)، هو مصطلح تستخدمه بعض الوكالات للتواصل مع المجتمعات المحلية.
- **الشكاوى:** الشكاوى الرسمية هي رد فعل محدد من أي شخص تأثر سلبا بعمل منظمة ما أو يعتقد أن المنظمة فشلت في الوفاء بالتزام معلن. تتطلب الشكاوى استجابة ويجب التعامل معها كأولوية.
- **آليات الشكاوى وردود الفعل:** الأنظمة التي تسمح للسكان المتضررين بالتعبير عن آرائهم بشأن عمل وكالة إنسانية.
- **الأدوات الرقمية:** هي أدوات الاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وواتساب، وتويتر.
- **المستخدمون النهائيون:** المستخدمون النهائيون هو المصطلح المفضل لأفراد المجتمعات المتضررة الذين يشاركون في التواصل ثنائي الاتجاه مع الوكالات الإنسانية. وهي تحل محل الجمهور المستهدف الذي يستخدم بشكل صحيح لوصف المتلقي فقط إذا كان نشر المعلومات في اتجاه واحد.
- **التواصل وجها لوجه:** هذا المصطلح يشير إلى عمل التوعية في مجتمعات اللاجئين أو مع السكان المتضررين الآخرين، ويتألف من لقاءات مجتمعية، ومناقشات جماعية مركزة (FGDs)، وزيارات منزلية وما إلى ذلك.
- **الأسئلة الشائعة:** الأسئلة الشائعة هي قائمة بالأسئلة والأجوبة المتكررة. تتطور الأسئلة الشائعة وفقا للأسئلة التي تحتاج إلى إجابة. وفي حين أن الأسئلة الشائعة يمكن أن تشكل أساسا لرسائل CwC، إلا أنها ليست نفس الشيء. يمكن استخدام الأسئلة الشائعة من قبل المفوضية أو موظفي الشركاء أو الأشخاص المعنيين أو غيرهم من خلال مواقع مخصصة للأسئلة الشائعة.
- **ردود الفعل:** رد الفعل أو التعليق هو تعبير عن الرأي يشاركه أحد أعضاء المجتمع المحلي مع منظمة ما فيما يتعلق ببرامجها أو سلوك موظفيها وممثليها.
- **العاملون في الخطوط الأمامية:** وهؤلاء هم موظفو وكالات أو متطوعون يعملون في اتصال مباشر مع المجتمعات المحلية المتضررة، سواء كانوا من العاملين في مجال التوعية أو الموظفين التنفيذيين في الميدان أو وكلاء مراكز الاتصال.
- **خط المساعدة:** خدمة هاتفية تقدم المساعدة والمعلومات، ولكن فقط خلال ساعات العمل.
- **خط ساخن:** خدمة هاتفية متاحة على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، وغالبًا ما تكون عبارة عن هاتف محمول يشغله موظفون قادرين على تقديم المساعدة الفورية، ويشار إليه أحيانًا باسم خط الطوارئ.
- **التحركات السكنية المختلطة:** اللاجئين وطالبو اللجوء والمهاجرون الذين يسافرون معًا في تحركات غير نظامية عبر الحدود.
- **فريق متعدد الوظائف:** يجمع الفريق متعدد الوظائف بين خبرات موظفي مجالات الإدارة، والبرامج، والحماية، والميدان، والإعلام، والخدمات المجتمعية، على الصعيدين الوطني والدولي، فضلا عن المتعاونين من الشركاء، من أجل التمكن من إجراء عملية تحليل وتخطيط شاملة وضمان تحقيق الأهداف والمقاربات المشتركة.
- **الوسائط المتعددة:** هذا مصطلح يشير إلى أدوات وقنوات الاتصال التقليدية مثل المواد المطبوعة، والإذاعة، والتلفزيون، والفيديو، وخطوط المساعدة الهاتفية / الخطوط الساخنة، ومراكز الاتصال، والرسائل النصية القصيرة.
- **لاجئون متطوعون في مجال التوعية:** اللاجئون الذين يقومون بأعمال التوعية التطوعية في المجتمعات المحلية.
- **العاملون في مجال التوعية:** موظفو الوكالات الإنسانية العاملون في الميدان في مجال الحماية المجتمعية أو التواصل مع المجتمعات المحلية من خلال الاتصال المباشر.
- **المشاركة:** المشاركة هي الانخراط الطوعي للمجتمعات المحلية المتضررة في العمليات والأنشطة التي تقودها الوكالات الإنسانية. ولكل شخص، بما في ذلك الفئات الأكثر ضعفا وحرمانا، الحق في التعبير عن آرائه وإسماعها والمشاركة في القرارات التي تؤثر عليه أو على مجتمعه المحلي.
- **التواصل ثنائي الاتجاه:** يشير التواصل ثنائي الاتجاه أو التواصل الثنائي إلى العمليات والأنشطة التي تستجيب لاحتياجات الأشخاص المتضررين في مجال المعلومات والتواصل. يسعى التواصل الثنائي إلى ضمان الحوار بين السكان المتضررين والجهات المستجيبة باستخدام جميع قنوات الاتصال المتاحة والمناسبة.

كيفية التواصل مع المجتمعات المحلية.



© UNHCR

٢,١ التواصل مع المجتمعات في ليبيا وتونس

ويستند التواصل مع المجتمعات المحلية إلى نفس المبادئ بالنسبة لجميع الفئات المستهدفة بغض النظر عن اختلافاتها؛ يجب تكييف الاستجابة الإنسانية مع الاحتياجات المحددة للمجتمعات المتضررة، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال الاستماع إلى احتياجات الناس وردود الفعل والشكاوى والاستجابة لها.

ونتيجة لذلك، وبما أن مبادئ CwC تبقى ثابتة، فإن أي اختلافات بين الأنشطة في عمليات المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين في ليبيا وتونس يمكن العثور عليها في التنفيذ العملي لـ CwC وليس في الرسائل المنقولة. يعتمد اختيار أدوات وقنوات CwC على الوضع الخاص للبلد والمشهد العام لقطاع الاتصالات والجمهور المستهدفة، التي هي أيضًا عرضة للتغيير بمرور الوقت.

تلعب أنشطة CwC دورًا حاسمًا في إطار الاستجابة الإنسانية في عمليتي مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين في ليبيا وتونس. المجتمعات المتضررة التي يجب على المفوضية أن تتواصل معها تشمل اللاجئين وطالبي اللجوء والمشردين داخليا والعائدون من المشردين داخليا، بالإضافة إلى مجموعات محددة مثل الأشخاص المشاركين في التحركات السكانية المختلطة (الأشخاص المتقلون). وتوجد داخل هذه الفئات مجموعات ذات احتياجات متنوعة في مجال المعلومات والتواصل؛ النساء والرجال، القصر والمسنون، الأفراد الضعفاء، الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، وأشخاص ينتمون إلى مجموعات لغوية وقوميات مختلفة.

وتلتزم عمليات مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين في ليبيا وتونس بتعزيز أنشطة CwC في جميع عملياتها. تماشياً مع هذه الالتزامات، تطمح استراتيجيات CwC الخاصة بالبلد إلى تحقيق الأهداف والغايات التالية:

أهداف وغايات التواصل مع المجتمعات

- مواصلة تطوير واجهة تقنية لـ CwC بين مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين وشركائها من خلال قاعدة معارف اللاجئين

(5) تكييف تصميم ومحتوى الرسائل ونشرها

- شرح القضايا المعقدة بطريقة سهلة الاستعمال، جذابة، وبصرية
- أدوات مناسبة لأشخاص لديهم مواصفات متنوعة واحتياجات خاصة، بما في ذلك أولئك الذين يتواجدون في مناطق العبور والمناطق النائية أو التي يصعب الوصول إليها
- ضمان تكييف الرسائل / مواءمتها مع الفئات المستهدفة (الشباب / الأطفال / الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة)

- احترام الأفضليات المجتمعية والحساسيات الثقافية
- نشر مواد التواصل وفقاً لخطة نشر منظمة

(6) استخدام الأدوات الرقمية بشكل استراتيجي

- المحافظة على وجود مستمر في وسائط التواصل الاجتماعي
- ترشيد المعلومات والمحتوى عبر جميع المنصات
- استخدام حسابات منفصلة على المنصات للتعامل مع مختلف الفئات المستهدفة - لا يجب توجيه رسائل إلى الجهات المانحة، الإعلام، والأشخاص المعنيين على نفس الحساب

(7) دعم آليات ردود فعالة

- التأكد من أن جميع المواد المطبوعة تُوجه الأشخاص المعنيين إلى آليات ردود الفعل
- دعم تطوير الخدمات الهاتفية وأدوات وسائط التواصل الاجتماعي
- الانخراط في مراقبة ورصد وسائل التواصل الاجتماعي بشكل منتظم

(1) تعزيز الثقة في المفوضية باعتبارها مصدراً موثوقاً للمعلومات

- تقديم معلومات دقيقة ومنتظمة وحديثة
- توحيد الرسائل في شكل أسئلة شائعة عبر المفوضية وشركائها
- استخدام هوية مؤسسية / علامة تجارية ثابتة لزيادة المصداقية
- إدارة التوقعات

(2) التأكد من أن الناس لديهم المعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ قرارات مستنيرة

- فهم احتياجات التواصل لدى الفئات المستهدفة
- ضمان وصول المعلومات إلى جميع الأشخاص المعنيين، بما في ذلك المجموعات اللغوية المختلفة والفئات الضعيفة
- تحسين الوصول إلى المعلومات بالنسبة للأطفال والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة
- التأكد من أن قنوات المعلومات متاحة من الناحيتين التقنية والمالية لجميع المستخدمين النهائيين
- تنفيذ المراقبة المستمرة لكفاءة أنشطة CwC من أجل تعزيز المساءلة والتعرف على التقدم المحرز

(3) تأمين المشاركة المجتمعية

- تعزيز قنوات التواصل الثنائي
- إشراك المجتمعات المحلية في تحديد وإزالة الحواجز التي تعيق التواصل
- إشراك المجتمعات المحلية في الترويج للرسائل
- تيسير الحصول على ردود الفعل

(4) توحيد المعلومات لتبديد المعلومات الخاطئة والشائعات

- إعداد مواد موحدة بشأن المواضيع الرئيسية
- صياغة الرسائل بالتعاون مع الوحدات ذات الصلة

٢,٢ من هو الجمهور المستهدف؟

في حين أن المعلومات التي تحتاج إلى لفت انتباه المجتمعات المتضررة قد تبدو بسيطة ومباشرة، يجب أن تعرف جمهورك المستهدف وتفضيلات الاتصال الخاصة بهم للتأكد من حصولهم على الرسالة، وتتوقف احتياجات المعلومات وعادات التواصل على سمات المجتمع المحلي والظروف التي يتواجدون فيها.

ما هي أدوات الاتصال الأكثر فاعلية إذا كنت ترغب في الوصول إلى أكبر عدد من اللاجئين في ليبيا أو تونس؟ وما الأدوات التي يجب استخدامها للوصول إلى المجموعات الأصغر ذات الاحتياجات الخاصة؟

كيف تختلف عادات الاتصال للاجئين في المناطق الحضرية في ليبيا وتونس عن الأشخاص الذين يسافرون في حركات سكانية مختلطة على سبيل المثال؟

ما هي قنوات الاتصال المفضلة للمشردين داخليا في ليبيا؟

اللغة

اللغة المشتركة ضرورية للتواصل الناجح. إذا تم توفير المعلومات بلغة لا يفهمها الجمهور المستهدف جيدا أو لا يفهمها على الإطلاق، فإن التفاعل المثمر يصبح غير ممكن.

حتى لو ادعى أحدهم أنه يتحدث لغة ما، فإن معرفته باللغة قد تكون بسيطة جدا. قد لا يتمكنون من فهم المعلومات المعقدة أو قراءة النصوص الطويلة. في سياق أوضاع اللاجئين في ليبيا وتونس، يجب أن يوضع في الاعتبار أن اللغة العربية أو الإنجليزية أو الفرنسية هي لغات أجنبية للعديد من PoC التابعين للمفوضية.

مستويات التعليم / الإلمام بالقراءة والكتابة

وتفاوتت المستويات التعليمية للاجئين وطالبي اللجوء في ليبيا وتونس تفاوتاً كبيراً، حيث يكون لدى الأشخاص المعنيين من الشرق الأوسط عادة مستوى أعلى من أولئك الذين ينتمون إلى شرق أفريقيا أو جنوب الصحراء الكبرى. لذلك يجب أن تتم صياغة رسائل CwC بطريقة يمكن فهمها أيضاً من قبل أشخاص ذوي تعليم محدود أو بدون تعليم.

وتضع المعلومات المكتوبة الأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة أو المهارات اللغوية في موقف ضعف. بالنسبة لهذه المجموعات، ينبغي أن تكون قنوات الفيديو والرسائل الصوتية والهواتف والتواصل

وجها لوجه هي قنوات المعلومات المفضلة. هذا لا يعني أن المعلومات المكتوبة عديمة الفائدة تمامًا للأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة. من خلال العيش في عالم من النصوص المكتوبة، طور معظمهم استراتيجيات للحصول على المعلومات بمساعدة أفراد الأسرة أو الأصدقاء.

ولتيسير فهم الرسائل، ينبغي أن تقدم المعلومات مع رسوم توضيحية هادفة تجذب الانتباه من خلال الإشارات والرموز البصرية التي يمكن فهمها بغض النظر عن مستويات الإلمام بالقراءة والكتابة.

ستفهم امرأة حامل ذات مستوى منخفض من الإلمام بالقراءة والكتابة أن المنشور مهم بالنسبة لها إذا كان يحتوي على صورة امرأة حامل تشير إلى محتوى النص.

الموقع

يجب أن تراعي استراتيجية التواصل وخاصة نشر المعلومات مواقع اللاجئين وطالبي اللجوء. ويجب تطبيق أساليب مختلفة للوصول إلى الأشخاص الذين يعيشون في مناطق حضرية والأشخاص المنتشرين في أماكن نائية أو في حالة تنقل.

يعيش معظم الأشخاص المشمولين باختصاص مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين في ليبيا وتونس في المناطق الحضرية، وبالتالي يسهل الوصول إليهم من حيث المبدأ. ومع ذلك، غالباً ما يكون من الصعب التواصل مع الأشخاص المعنيين الذين يسافرون عبر البلدان في حركات سكانية مختلطة. يطرح مشهد الاتصالات في ليبيا مشكلة أخرى، مع تدمير البنية التحتية ومشاكل الاتصال في العديد من المناطق.

النوع الاجتماعي

تحدد العادات والتقاليد الثقافية أدوار الرجال والنساء في مجتمع معين. وقد يضع ذلك النساء والفتيات في موقع ضعف من حيث الوصول إلى المعلومات. كثير من اللاجئين لديهم مستوى منخفض من التعليم ومعرفة القراءة والكتابة وقد لا يستطيعون التحدث علناً أو حتى مغادرة المنزل للعثور على المعلومات. ومن بين اللاجئين، عادة ما يكون لدى النساء أموال أقل تحت تصرفهن، ويقل احتمال امتلاكهن للهاتف المحمول أو الوصول إلى الإنترنت مقارنة بالرجال.

الاحتياجات من المعلومات أيضاً تختلف بين الرجال والنساء. يضع اللاجئون الذكور في ليبيا المساعدات المالية، وإعادة التوطين / الإسكان، والحصول على المساعدات على رأس قائمة أولوياتهم، بينما تذكر

اللاجئين بالإضافة إلى ذلك الرعاية الصحية، والسكن للإيجار، ومعلومات حول العثور على سلع للشراء في السوق من بين أولوياتهن.²

العمر

في العصر الرقمي، يعد العمر عاملاً هاماً في عادات التواصل. فكبار السن هم أقل إلماماً بالحاسوب وأقل قدرة أن يكونوا نشطين على وسائل التواصل الاجتماعي، بل وقد يكونون حتى أقل تعليماً وأقل إلماماً بالقراءة والكتابة مقارنة بالجيل الأصغر سناً.

لدى الأطفال اللاجئين في ليبيا نفس الاحتياجات من المعلومات التي يحتاج إليها البالغون، ولكن كلما كانت أعمارهم أصغر فإنهم يواجهون صعوبات أكبر في فهم المعلومات التي تقدمها المفوضية. على سبيل المثال، قد يؤدي عدم الوضوح في المعلومات المتعلقة بعملية إعادة التوطين/ إعادة الإسكان إلى الشعور بالإحباط واليأس بين الشباب، مما يدفعهم إلى اتخاذ قرار بالاستمرار في التوجه نحو أوروبا والانخراط في أنشطة عمالة الأطفال لتمويل السفر.³

التنوع

تُعرّف مفوضية الأمم المتحدة السامية لشؤون اللاجئين التنوع بأنه « اختلاف القيم والمواقف والمنظورات الثقافية، والمعتقدات، والخلفية العرقية، والجنسية، والتوجه الجنسي والهوية الجنسية، والقدرة، والصحة، والحالة الاجتماعية والاقتصادية، والمهارات وغيرها من المميزات الشخصية⁴ ».

تؤثر القيم الثقافية على الطريقة التي يتلقى بها الناس المعلومات وينقلونها. فهم التنوع الثقافي مهم بشكل خاص في التواصل وجهاً لوجه، حيث أن لغة الجسد وقواعد اللياقة وأدوار الجنسين قد تختلف بين المجتمعات المحلية. في إطار CWC، يؤدي احترام القيم الثقافية إلى بناء الثقة وضمان قبول الرسائل.

٢,٣ كيف يمكنك الوصول إليهم؟

المستوى الحالي للمعلومات

عند التخطيط لأنشطة التواصل الخاصة بك، فإنه من المهم فهم ما تعرفه المجتمعات المحلية وما لا تعرفه. على سبيل

المثال، يحتاج الوافدون الجدد عموماً إلى معلومات أساسية أكثر من الأشخاص الموجودين في البلاد منذ فترة طويلة. ومع ذلك، لا ينبغي للمرء أبداً أن يأخذ احتياجات الأشخاص من المعلومات كأمر مسلم به، ولكن يجب أن يبينها على الحقائق التي تم تحديدها من خلال تقييمات احتياجات المعلومات، أو مجموعات التركيز، أو بوسائل أخرى.

إمكانية الوصول إلى الهواتف

بالنسبة للاجئين، يعتبر الهاتف المحمول في بعض الأحيان أعلى مُمتلكاتهم لأنه يمثل حبل النجاة للبقاء على اتصال مع العائلة والأصدقاء والمهربين. وبالتالي، فإن الهواتف النقالة تؤدي دوراً متزايد الأهمية في CWC. الرسائل النصية والرسائل الصوتية هي وسائل تواصل سريعة وغير مكلفة ولا يترتب عليها أي مصاريف للمتلقي.

عند استخدام الهواتف المحمولة كأداة لـ CWC، من المهم معرفة من يمكن الوصول إليه.

- من لديه إمكانية الوصول إلى الهواتف المحمولة شخصياً أو في العائلة؟
- هل يتمتع الرجال والنساء بفرص متساوية للوصول إلى الهواتف؟
- هل يمكنهم تحمل تكلفة الاتصال؟
- هل يمكنهم الحصول على الكهرباء لشحن أجهزتهم؟
- هل يغيرون بطاقات الشرائح/ الأرقام كثيراً؟ هل لديهم استقبال في موقعهم؟

بالنسبة للاجئين وطالبي اللجوء في ليبيا وتونس، تعد الهواتف المحمولة من أهم قنوات الاتصال، على الرغم من أن الوصول إلى الشبكة في ليبيا يمكن أن يعيقه تدمير البنية التحتية، والاتصال صعب خارج المناطق الحضرية. في تونس، من ناحية أخرى، يعد استخدام الهواتف المحمولة أمراً شائعاً بين عامة السكان وكذلك بين اللاجئين وطالبي اللجوء.

الوصول إلى الإنترنت / الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية

تزداد شعبية المنصات الرقمية والمواقع الإلكترونية والتطبيقات كقنوات تواصل، مما يتيح فرصاً هائلة للوصول إلى المجتمعات المحلية، ولكن مدى فائدتها يعتمد على ظروف المتلقين.

- كيف هي حالة قطاع الاتصالات في البلاد؟
- هل هناك تغطية جيدة للإنترنت؟

REACH: Communication with refugee and asylum-seeking communities, March 2021

Ibid ٣

UNHCR Emergency Handbook - Age, gender and diversity (AGD) policy ٤

- يتلقى أفراد محددون من المجتمع رسائل عن طريق مجموعات أشجار واتساب أو عن طريق البريد الإلكتروني
- يقوم المتطوعون في مجال التوعية بتوزيع مواد إعلامية مطبوعة على عائلات الأشخاص المعنيين

وينطوي نهج التواصل الثنائي هذا على العديد من المزايا. مستويات الثقة تكون أعلى بين أفراد المجتمع المحلي. يمكن الوصول إلى عدد أكبر من الأشخاص، بمن فيهم أولئك الذين لا يستطيعون التنقل، أو المهمشين، أو الفئات الأكثر هشاشة، أو الذين لديهم مشكلات أخرى ولا يمكنهم المشاركة.

لا توجد حواجز لغوية أو ثقافية داخل المجتمع المحلي. ومع ذلك، هناك ملاحظة تحذيرية مهمة: عند اختيار نظرائها في المجتمع المحلي، يجب أن تتأكد المفوضية من أن هؤلاء الأشخاص يمثلون مجتمعهم حقًا، وأنهم مقبولون، وأنهم حريصون بالفعل على مصالح مجتمعهم. هناك دائما أشخاص يسيئون استخدام مواقعهم من أجل أجندتهم الخفية أو لبعض المصالح السياسية أو الاقتصادية. لذلك، ينبغي اختيار الوسطاء ومراقبتهم بعناية، ويجب أن تكون هناك آليات لتلقي ردود الفعل لكي يتمكن الناس من التواصل مع مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين بصورة مستقلة عن قادة مجتمعاتهم المحلية.

الأنشطة الثقافية والرياضية

الأنشطة الخاصة - العروض المسرحية أو الموسيقى والمعارض والأحداث الرياضية - هي طريقة ممتازة لجمع الأشخاص المعنيين بأعداد كبيرة. ويمكن استخدامها من أجل:

- **رفع مستوى الوعي:** يشمل الحدث نفسه قضايا مهمة، مثل العنف القائم على النوع الاجتماعي، والوقاية من فيروس الإيدز، ومخاطر حركات التنقل غير النظامية، وما إلى ذلك. يمكن للممثلين والموسيقيين والرياضيين طرح مواضيع حساسة بسهولة أكبر في المجتمع من خلال الأنشطة و تحفيز المناقشات والاهتمام داخل المجتمع المحلي.
- **مشاركة المعلومات:** يمكن استخدام الإستقبال أو الانقطاعات أو التجمعات حول الحدث في إلقاء الخطب وتوزيع المواد الإعلامية. يمكن القيام بذلك في مراكز معلومات مخصصة.

- هل هناك أعضاء في المجتمع المحلي لا يمكن الوصول إليهم بسبب أسباب اقتصادية والربط الشبكي وما إلى ذلك؟

- هل لديهم هواتف ذكية؟ هل يمكنهم تحمل تكاليف الاتصال بالإنترنت؟

- ما هو مستوى الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية لديهم؟

هناك فرق كبير بين الوضع في ليبيا، حيث أبطأت الحرب الأهلية تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وتونس، حيث شبكة الاتصالات تعمل بشكل جيد. في عام 2021، بلغ معدل انتشار الإنترنت في تونس 66.7%، وهو ما يمثل بعد المغرب ثاني أعلى معدل بين الدول الخمس في شمال أفريقيا، في حين بلغ معدل انتشار الإنترنت في ليبيا 46.2%، وهو أدنى معدل في المنطقة.

مصادر المعلومات الموثوق بها

أظهرت الدراسات الاستقصائية عبر عمليات المفوضية باستمرار أن مستوى الثقة التي يوليها الناس لمصادر المعلومات المختلفة يختلف اختلافاً كبيراً. ولكن، المصدر الوحيد الموثوق به للمعلومات عبر كل المجموعات عادة ما يكون أعضاء في المجموعة الخاصة بأحدهم. قد يكون هؤلاء المؤثرون أو «وسطاء المعلومات» أفراد الأسرة أو كبار السن أو زعماء المجتمعات المحلية أو الزعماء الدينيين أو غيرهم من أفراد المجتمع المحترمين.

كشفت دراسة أجريت في عام 2021 أن الثقة في المفوضية بين اللاجئين في المناطق الحضرية في ليبيا تعتمد على معرفتهم بالمنظمة. أولئك الذين لديهم اتصال ضئيل بمفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين يميلون إلى عدم الوثوق بها، بينما تزداد الثقة كلما ازدادت معرفتهم لها. نظرًا لأن انعدام الثقة بين الأشخاص المعنيين قد تكون له عواقب وخيمة على العملية، فإن هذا يوضح مدى أهمية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من PoC من خلال أنشطة CwC.

التواصل من خلال أفراد المجتمع

في كثير من الحالات، تتواصل مفوضية شؤون اللاجئين أو شركاؤها مع المجتمعات المحلية من خلال المتطوعين في مجال التوعية أو من خلال قادة المجتمعات المحلية والمدرسين والزعماء الدينيين وغيرهم. ويتم ذلك من خلال مجموعة من أشكال التواصل:

- من خلال اجتماعات المجتمعات المحلية

٢,٥ CwC مع الأشخاص المستضعفين والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة

يتطلب التواصل مع الأشخاص المستضعفين والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة اللباقة والسرية، مع مراعاة سلامة الشخص وأمنه. وقد يكون من الضروري تعديل الرسالة والوسيلة.

وفيما يلي بعض الأمثلة على ذلك:

- الأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة، المكفوفين أو الصم الذين لا يستطيعون الوصول إلى جميع قنوات المعلومات.
- يمكن إعلام الشخص الذي يعاني من نقص في الحركة من خلال مجموعة متنوعة من الوسائط المختلفة ولكن لا يمكنه حضور الاجتماعات.

لتحديد قناة المعلومات المناسبة، وكيفية تجنب إلحاق الضرر، ينبغي أخذ الأسئلة التالية في الاعتبار:

١. هل القناة متاحة للشخص المعرض للخطر؟
٢. هل تسمح القناة بالاتصال ثنائي الاتجاه إذا لزم الأمر؟
٣. هل سيتم الحفاظ على المستوى اللازم من السرية؟
٤. هل يمكن (إعادة) إصابة الشخص المعرض للخطر بالصدمة عند مواجهته بالمعلومات؟

يعاني العديد من الأشخاص المعينون في ليبيا وتونس من صدمات شديدة ولذلك يجب توقي الحذر في أنشطة التواصل معهم، ويفضل أن يكون ذلك بواسطة موظفين مدربين.

٢,٤ تقييمات الاحتياجات من المعلومات

إن تقييم الاحتياجات من المعلومات عملية مستمرة، يجب تكرارها بشكل دوري، حيث قد تتغير الاحتياجات والأفضليات في مجال التواصل. يمكن تحقيق ذلك من خلال إدراج أسئلة متعلقة بالتواصل في التقييمات المنتظمة لاحتياجات الحماية.

ويمكن الحصول على البيانات المناسبة بطرق مختلفة:

١. التسجيل

بيانات عن اللغة، المستوى التعليمي، الموقع، مدى توفر التليفون المحمول، أوجه الهشاشة.

٢. العمل الميداني

يمكن لموظفي المفوضية وشركائها، الذين هم على اتصال مباشر ومنتظم مع الأشخاص المعينين، أن يعرفوا بسهولة مصادر المعلومات التي يثقون بها، وأدوات الاتصال التي يستخدمونها، ومن يلجأون إليه عندما يريدون معرفة شيء ما.

٣. اللقاءات المجتمعية المنتظمة

يجب أن تُسأل المجتمعات المحلية عما إذا كانت تحصل على المعلومات الكافية، وما هي المعلومات التي تحتاج إليها، وكيف تفضل الحصول عليها.

٤. مجموعات التركيز المخصصة

مناقشات مجموعات التركيز المخصصة لجمع احتياجات المعلومات مفيدة بشكل خاص.

٥. ردود الفعل

تشكل ردود الفعل مصدرا جيدا لمعرفة احتياجات المجتمعات المحلية المتضررة من المعلومات.



٣. توجيه الرسائل

٣.١ الحد من التعقيد وزيادة سهولة القراءة

يمكن أن تكون المعلومات التي تقدمها المفوضية إلى الأشخاص المعنيين ذات طابع معقد، مع كتابة نص الوثيقة الأصلية بأسلوب قانوني محدد. ونظرًا لأن موظفي المفوضية اعتادوا على مثل هذه النصوص، فإنهم يجدونها دقيقة وواضحة. لكن مثل هذه النصوص ليست مناسبة لرسائل CwC وتحتاج إلى إعادة صياغتها لضمان فهم الأشخاص المعنيين لجميع الجوانب الأساسية للمحتوى. لذلك، فإن النص الموجود في رسائل CwC يختلف بدرجة كبيرة عن النص الموجود في وثائق المفوضية الأخرى. بينما يجب أن تظل المعلومات دقيقة وصحيحة، يجب أن تكون في نفس الوقت مفهومة للجمهور المستهدف.

رسائل CwC	الرسائل القانونية
نصوص قصيرة	نصوص طويلة
التركيز على النقاط الرئيسية	شروحات مفصلة
لغة بسيطة	مصطلحات قانونية
الترجمة أيضا إلى لغات أخرى	دقيقة
	باللغة الإنجليزية أو الفرنسية

رسائل CwC هي عكس النصوص ذات النمط القانوني. ويتمثل الهدف العام في الحد من التعقيد إلى أقصى حد ممكن. يجب أن تركز نصوص CwC على رسالة أو رسالتين رئيسيتين، وأن تكون قصيرة ومكتوبة بلغة يومية بسيطة - قاعدة KISS

تنطبق قاعدة قديمة يتم تدريسها في مدارس الصحافة أيضًا على CwC؛ قاعدة KISS - البساطة يجب أن تكون الهدف.

بالنسبة للأشخاص الذين ليس لديهم خبرة كبيرة في الكتابة بلغة بسيطة، فمن الممارسات الجيدة مراجعة النصوص مع أفراد المجتمع المحلي قبل نشرها. وهناك مرجع آخر وهو خبراء وسائط الإعلام من المجتمع المحلي، مثل الصحفيين والمحترفين اللاتنيين.

مع إدراك أن الرسائل المعقدة لا تصل إلى الجماهير المقصودة، فإن العديد من وسائل الإعلام والحكومات وغيرها من المؤسسات قد أدخلت الآن أقسام «لغة بسيطة» أو «لغة واضحة» على مواقعها على الإنترنت تستهدف الأشخاص الذين لديهم مستويات منخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة أو الأشخاص الذين لديهم لغة أم أخرى.

قائمة مرجعية من أجل رسائل فعالة:

- ✔ كتابة النصوص مع وضع الجمهور واحتياجاتهم من المعلومات في الاعتبار.
- ✔ هيكل الرسالة بطريقة منطقية.
- ✔ ترك التفاصيل غير الضرورية.
- ✔ اكتب كما لو كنت تتحدث. اللغة المنطوقة هي أبسط تلقائياً.
- ✔ اكتب بطريقة شخصية ومباشرة.
- ✔ أبقِ النص بسيطاً، استخدم الكلمات اليومية.
- ✔ استخدم جمل قصيرة.
- ✔ لا تستخدم المصطلحات القانونية.
- ✔ إذا كانت المصطلحات أمر لا يمكن تجنبه، اشرح الكلمة.
- ✔ إذا كان لا يمكن تجنب التسميات المختصرة، فيجب الإشارة إلى الأسماء الكاملة عند ورودها لأول مرة في النص.
- ✔ استخدم الأمثلة لشرح المفاهيم المعقدة.
- ✔ قم بتكرار النقاط الرئيسية للرسالة.
- ✔ قم بتقسيم المعلومات الطويلة إلى فقرات قصيرة.
- ✔ أعطي لكل معلومة عنوانها الخاص أو عنوان فرعي.
- ✔ استخدم الصور التوضيحية والقوائم والجدول لمساعدة القراء على تصفح النص.

٣.٣ مدة صلاحية رسائل المعلومات

بعض المواد الإعلامية الخاصة بالتواصل مع المجتمعات أكثر عمومية من غيرها وتبقى صالحة لفترة أطول. يمكن إنتاج هذه المواد بأشكال أكثر تكلفة (لوحات معدنية، مقاطع فيديو، مطبوعات ملونة على ورق متين إلخ.)، أو بكميات أكبر (الملصقات والنشرات).

أمثلة: رسائل مكافحة الغش والتوصيات الصحية وتعليمات السلامة من الحرائق وما إلى ذلك.

الرسائل التي تحتوي على أرقام الهواتف أو العناوين أو مواقع الأنترنت أو ساعات العمل لها عمر أقصر، مما يعني أنها تخضع لتغييرات دورية ويجب أن تكون بأشكال قابلة للتغيير بسهولة.

أمثلة: معلومات عن إمكانية الحصول على المساعدة، وخدمات الإرشاد، وأرقام الطوارئ، والخطوط الساخنة وما إلى ذلك.

الرسائل الإخبارية هي عبارة عن تطورات جديدة أو سريعة التغيير أو إخطارات فردية، لذلك يجب نشرها كرسائل نصية قصيرة أو في شكل رقمي أو في أشكال بسيطة جدا مثل المنشورات البسيطة.

أمثلة: الإغلاق المؤقت للمكاتب، والتغييرات في توزيع المساعدات في اللحظة الأخيرة، والدعوات إلى الأحداث أو المناسبات وما إلى ذلك.

عند تنفيذ أنشطة CwC، يجب التخطيط لمهام روتينية للتأكد من أن رسائل المعلومات لا تزال متاحة ومناسبة. قم بإنشاء خطة نشر موحدة لمعلومات وأنشطة CwC مع تواريخ ومواضيع محددة مسبقًا لكل جمهور مستهدف ومجموعات لغوية رئيسية.

تشمل الأنشطة التي يمكن التخطيط لها ما يلي:

- إتاحة الوقت لمراقبة لوحات الإعلانات وغيرها من المواقع للمواد المطبوعة والمرئيات التي قد تكون قديمة أو متضررة
- التشاور داخليًا على أساس منتظم مع الوحدات الأخرى لتلبية احتياجات المعلومات المرتقبة
- التخطيط لمناقشات منتظمة لمجموعات التركيز الخاصة بالتواصل مع المجتمعات، مع ضمان تغطية جميع المجموعات الفرعية ودعوة المشاركين في وقت مبكر
- تخصيص الوقت خلال اللقاءات المجتمعية الدورية لمشاركة التحديثات حول معلومات CwC المهمة وتبديد المعلومات المضللة

الموارد:

هناك بعض المواقع المجانية التي تساعد على تحويل النصوص العادية إلى لغة بسيطة، مثل:

<https://www.simplish.org>

<http://seotoolzz.com/article-simplifier.php>

<https://rewordify.com>

<https://paraphrasing-tool.com>

٣.٢ المحتوى

يتم تحديد محتويات رسائل CwC للمفوضية حسب احتياجات الأشخاص المعنيين من المعلومات والسياق العمليتي والمستجدات. ومع ذلك، لا يمكن للمفوضية أن تلي دائما توقعات الأشخاص المعنيين بشأن المعلومات التي يرغبون في الحصول عليها. قد يرغب الأشخاص المعنيون في الحصول على إجابات ومعلومات عن مسائل تتجاوز نطاق قدرة المفوضية واختصاصها. وهذا عامل يعقد أنشطة CwC ويجب دائمًا أخذه في الاعتبار.

الحاجة إلى تقديم المعلومات	الرغبة في المعرفة
المعلومات التي تحتاج المفوضية إلى توفيرها	المعلومات التي يريد اللاجئون الحصول عليها
• التسجيل وتحديد وضع اللاجئين	• كيفية الحصول على المساعدة
• الوضع القانوني للأشخاص المعنيين	• كيفية الحصول على إعادة التوطين
• حقوق وواجبات اللاجئين	• كيفية الحصول على عمل
• الموارد المخصصة للمساعدة	• كيفية الانتقال إلى أوروبا
• خيارات الحماية المحلية	• المساعدة في الاحتياجات الفورية
• الحلول المستدامة	• نصائح عملية في الموقع (طبيب، تحويل الأموال، الإقامة)
• أخطار التحركات غير النظامية	• الوصول المجاني للإنترنت

ع. أدوات وقنوات التواصل

وفي نهاية المطاف، اختيار الأدوات والقنوات والمناهج يختلف اعتمادًا على مواصفات وموقع المستخدمين النهائيين بالإضافة إلى الغرض من التواصل. يتم دمج مختلف الأدوات والقنوات واستعمالها من أجل حملات مختلفة.

هناك العديد من الأشياء التي يجب أخذها في الاعتبار عند اختيار أداة أو قناة التواصل المناسبة، مثل أفضليات الاتصال للجماهير المستهدفة، وإمكانية الوصول إلى الأداة أو القناة، وقدرة العملية في البلد على استخدام أدوات محددة. يعتمد الاختيار إلى حد كبير على تقييمات مشهد الاتصالات التي تم إجراؤها أثناء مرحلة التصميم والتخطيط.

لأغراض هذا الدليل، يتم استخدام نظام تصنيف ثلاثي المستويات. وهذه الفئات هي التواصل وجها لوجه، والأدوات التقليدية، والأدوات الرقمية، رغم أن الحدود كثيرا ما تكون غير واضحة مع التطورات التكنولوجية السريعة.

أتاحت التطورات التقنية السريعة في مجال تكنولوجيات الاتصالات العديد من السبل والإمكانيات الجديدة للوصول إلى المجتمعات المحلية، ولكنها جلبت أيضًا تحديات جديدة واحتياجات متزايدة لفهم أفضل لوسائط الإعلام والممارسات المتعلقة بالمعلومات، سواء في التواصل مع المجتمعات المحلية أو التوعية المجتمعية.



أدوات CWC الرقمية

هي أدوات تواصل افتراضية ثنائية الاتجاه فعالة عن بعد، ولكنها تتطلب من أعضاء المجتمع الحصول على جهاز كمبيوتر أو هاتف ذكي وامتلاك المهارات للتعامل معه. يتيح عدد متزايد من منصات وسائط الإعلام الاجتماعية للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض بطريقة بسيطة، وتوفر أدوات إعلامية مبتكرة.



أدوات CWC التقليدية

يمكن وصفها على أنها معلومات يرسلها المرسل إلى وسائط الإعلام لتوزيعها (مطبوعة، مسجلة، مذاعة، مرسلة عبر الهاتف). التقنيات المستخدمة سبقت الإنترنت، وتشمل المواد المطبوعة والفيديو والصوت والهاتف. وخلافا لوسائط الإعلام التقليدية الأخرى، الهاتف يتيح فقط التواصل ثنائي الاتجاه.



تواصل CWC وجها لوجه

يتطلب عقد اجتماع مادي أو افتراضي بين العاملين في المجال الإنساني والمجتمعات المحلية المتضررة. في أبسط أشكاله، هو تواصل ثنائي لا يتطلب مهارات أو أدوات محددة تتجاوز القدرات اللغوية الشفوية أو غيرها من أشكال الاتصال المباشر، مثل لغة الإشارة.

لاحظ أنه في الوقت الحاضر، طرق الاتصال مثل الوسائط التقليدية والمقابلات وجها لوجه يمكن نقلها عبر الإنترنت، بما في ذلك الكلام والصوت والنصوص والصور.

٥. التواصل وجهاً لوجه

كما تؤكد عموماً تقييمات الاحتياجات من المعلومات، فإن لاجتماع وجهاً لوجه هو الطريقة المفضلة للتواصل بالنسبة لمعظم الأشخاص المعنيين. يمكن معالجة أي سؤال على الفور. ويسهل تبديد الإلتباس وسوء الفهم، كما يسهل فهم الرسائل حيث أن التواصل يكون أفضل من خلال الإيماءات غير اللفظية وتعابير الوجه. في الآونة الأخيرة، تم استبدال اتصالات CWC وجهاً لوجه بعقد اجتماعات افتراضية. كان ذلك بسبب القيود المفروضة على الحركة أثناء جائحة فيروس كورونا ومن المرجح أن يستمر في المستقبل لأنه حقق نتائج جيدة.

لا يستطيع العديد من الأشخاص المعنيين زيارة المكاتب بسبب المسافات الطويلة وتكاليف النقل، وبالنسبة للبعض منهم فإن الطريقة الوحيدة للاتصال بالمفوضية هي الاجتماعات وجهاً لوجه في المراكز المجتمعية أو خلال الزيارات المنزلية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن التواصل المباشر يكتسي أهمية خاصة بالنسبة للفئات الضعيفة التي قد تواجه لأسباب متنوعة، تحديات في فهم الرسائل المكتوبة أو التعرف باحتياجاتها من خلال وسائط الإعلام الإلكترونية أو مراكز الاتصال.

ميزة الاجتماعات وجهاً لوجه هي ردود الفعل الفورية التي تتلقاها من المجتمعات المحلية. فهي تساعد على فهم الاحتياجات من المعلومات، واكتشاف الثغرات في المعلومات، والشائعات وحالات سوء الفهم. وتكتسي الاجتماعات المباشرة أهمية خاصة عند التواصل مع الأشخاص المعنيين في عمليتي ليبيا وتونس، حيث يعاني العديد من الأشخاص من الهشاشة والصدمة بسبب تجاربهم. ويعد اكتشاف وفهم كيفية التواصل معهم أمراً بالغ الأهمية أثناء التواصل مع المجتمعات والتوعية.

في ليبيا، لا يزال التواصل وجهاً لوجه قناة الاتصال المفضلة لدى الأشخاص الذين تعنى بهم المفوضية السامية لشؤون اللاجئين، ولكن السياق الخاص للبلد، الذي يتسم بعدم استقرار الحالة الأمنية ومحدودية وصول المساعدات الإنسانية، يؤدي إلى تعقيد التنفيذ الفعال للتواصل وجهاً لوجه. وفي تونس، يعتبر التواصل وجهاً لوجه إحدى قنوات الاتصال التي يفضلها الأشخاص المعنيون. تُعقد الاجتماعات وجهاً لوجه مع PoC في مكاتب المفوضية وشركائها أو في ملاجئ ومنازل اللاجئين.

نقاط القوة

- أداة تواصل شعبية بين الأشخاص المعنيين
- أقوى أشكال التواصل وأكثرها إقناعاً
- اتصال ثنائي الاتجاه - يسمح بالمشاركة الفورية للمعلومات وردود الفعل
- يمكن من التوصل إلى فهم مباشر لوضع وحالة المجتمعات المحلية
- يمكن ملاءمة المعلومات حسب الاحتياجات الفردية
- يساعد على فهم الاحتياجات الناشئة في مجال المعلومات
- القضايا الحساسة يمكن التعامل معها بشكل خاصي
- يتيح الكشف عن الشائعات والمعلومات المضللة
- أداة تبني الثقة داخل المجتمع المحلي
- مناسبة للأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة
- ليست هناك حاجة لمعدات تقنية محددة

التحديات

- يعتمد على الوصول المادي ويمكن أن تكون فعاليته محدودة إذا تم استخدامه افتراضياً
- تقييد تنقلات موظفي المفوضية
- انتشار المجتمعات المحلية المتضررة عبر العمليات
- الوصول إلى الأشخاص في الترحيلات السكانية المختلطة
- بعض الأشخاص المعنيين في مراكز الاحتجاز مع تقنين الدخول إليها
- لغات متعددة للمجموعات المستهدفة
- يستغرق وقتاً طويلاً ويحتاج إلى عمل مكثف
- يحتاج إلى مهارات تواصل جيدة

أكثر أشكال التواصل المباشر شيوعًا في إطار CwC

اجتماعات جماعية

(التقييمات التشاركية، مجموعات التركيز، إلخ.)

التواصل من خلال أفراد المجتمع

(متطوعون، كبار السن، إلخ.)

العروض (مسرح، موسيقى، ...)

أكتشاك المعلومات

الزيارات المنزلية الموجهة

٥ قائمة مرجعية لاجتماعات CwC المباشرة

يجب مراعاة بعض الاعتبارات سواء كان ذلك لتنظيم اللقاءات المجتمعية، أو مناقشات مجموعات التركيز، أو التقييمات التشاركية أو غيرها من الاتصالات المباشرة.

التحضير

يمكن أن يصبح التواصل المباشر عفويا للغاية، وقد يخرج المتحدثون عن الموضوع. لذلك يُنصح بتدوين القضايا التي يجب مناقشتها.

من أجل عدم مواجهة أسئلة غير متوقعة، يجب التعرف على الأسئلة الشائعة والحصول على الإجابات المناسبة من خلال قاعدة معارف اللادئين.

يجب معرفة الخصوصيات الثقافية للجمهور المستهدف وقواعد التفاعل الخاصة به. على سبيل المثال، هل المصافحة مقبولة؟ هل يجوز أن ينظر الرجال والنساء في عيون بعضهم البعض؟ من يسمح له بالتحدث علنا؟ القادة، الرجال، الجميع؟

كن مستعدا من خلال معرفة الخلفية والظروف الخاصة بالأشخاص الذين ستقابلهم.

خلال الاجتماع

عند التحدث، يجب على المتحدث تكييف مستوى اللغة والمفردات المستخدمة مع القدرات اللغوية ومستوى المعلومات لدى الجمهور. حتى عندما يكون التواصل من خلال مترجم.

يجب أن تصاغ المعلومات بلغة بسيطة وواضحة وأن تصل مباشرة إلى صلب الموضوع.

المتحدث يجب أن يتكلم بصوت عال بما فيه الكفاية وأن ينطق الكلمات بوضوح، حتى يتسنى لمن هم في الخلف أن يسمعوها جيدا، كما يجب عليه أن يتوجه نحو الجمهور.

من المهم دائما الحفاظ على التواصل البصري مع الجمهور. هذا يساعد المتحدث على اكتشاف المشاكل (عدم الفهم، عدم التصديق، تصاعد التوتر، الملل بين الجمهور).

يجب أن تكون المداخلات قصيرة لإتاحة الوقت للأسئلة والمناقشات.

يحتاج المتحدث إلى التأكد من أن المناقشة لا يسيطر عليها المتكلمون ذوي النفوذ وأن الخطاب لا يستبعد فئات معينة. في بعض المجتمعات، تكون هذه الفئات عادة من النساء والشباب، وينبغي عندئذ عقد اجتماعات منفصلة للرجال والنساء والشباب.

يجب توثيق المناقشة بطريقة ما (على تسجيل أو عن طريق تدوين الملاحظات).

بعد الاجتماع

من المهم متابعة نتائج الاجتماع. يجب الوفاء بالوعود المقطوعة، ويجب معالجة المسائل التي لا تزال دون إجابة.

يكشف تحليل سجلات الاجتماع والقضايا التي أثرت عن حقائق مهمة بشأن الاحتياجات من المعلومات، ولكن أيضا عن المعلومات الخاطئة والشائعات التي تنتشر في المجتمع المحلي. كما يمكن أن يساعد المفوضية على معرفة ما إذا كانت إجراءات CwC السابقة قد نجحت ووصلت إلى الجمهور المقصود.



٥,٢ الزيارات الموجهة إلى المنازل أو المأوى

الزيارات المنزلية أو في المأوى هي أنشطة متعلقة بالحماية المجتمعية والتواصل مع المجتمعات المحلية على حد سواء. يمكن الجمع بين كلا الغرضين من خلال نشر المعلومات أو توعية الناس بموضوع معين مع متابعة الحالات الفردية.

تعتبر الزيارات المنزلية طريقة ممتازة لتلقي ردود الفعل من المجتمع المحلي دون أي تكاليف إضافية. يكفي تخصيص وقت أثناء الزيارة لإجراء استطلاع قصير يتضمن الأسئلة المتعلقة بـ CwC.

٥,٣ الجمع بين التواصل المباشر وأدوات CwC الأخرى

يتم تعزيز التواصل وجهاً لوجه ويكون أكثر تأثيراً عند دمج مع مواد التواصل الأخرى الموزعة في شكل مادي أو رقمي، مثل الكتيبات والنشرات والملصقات الخاصة بخدمات المفوضية في ليبيا وتونس وما إلى ذلك. يجب أيضاً نشر المعلومات التي تمت مناقشتها أثناء التواصل المباشر باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أو برامج الفيديو والإذاعة المخصصة لللاجئين أو غيرها من أدوات CwC، حسب ما هو مناسب.

٦. الأدوات والقنوات التقليدية

٦.١ المواد المطبوعة

وتشمل المواد المطبوعة كتيبات عن خدمات المفوضية، والمنشورات والملصقات أو مطبوعات أخرى. الرسائل يجب أن تكون قصيرة وبسيطة (قاعدة KISS: أبق الأمور قصيرة وبسيطة). وعندما تنقل المواد المطبوعة مسألة معقدة، مثل المسائل القانونية أو الإدارية الهامة، يجب صياغة الرسالة بلغة يستطيع اللاجئون فهمها وتكون مألوفاً لديهم.

يجب أن تصمم المواد المطبوعة بحيث تكون مقروءة وجذابة. بينما قد تبدو سلسلة من النصوص وحدها غير جذابة أو غير مثيرة للاهتمام، فإن المواد المطبوعة التي تحتوي على الرسوم التوضيحية والألوان تجذب الانتباه.

يجب أن تحتوي المواد المطبوعة على معلومات واضحة وسهلة الفهم، وأن تستخدم لغة بسيطة وتتجنب المصطلحات القانونية



تشمل الأدوات والقنوات التقليدية المواد المطبوعة مثل الملصقات والمنشورات واللافات. وتستخدم على نطاق واسع في العمليات الإنسانية في المناطق الريفية والحضرية على حد سواء. الوسائط المتعددة تشمل الراديو و الفيديو. وكان الراديو أداة اتصال شائعة في العمليات الميدانية على الصعيد العالمي، في حين أن استخدام الفيديو في ازدياد. نظرًا للتطور السريع للهواتف النقالة وانتشارها، أصبحت الأدوات التي تعتمد على الهاتف من أكثر أدوات التواصل استخدامًا في حالات الطوارئ الإنسانية.

أهم أنواع الأدوات التقليدية

- المواد المطبوعة (ملصقات، منشورات، كتيبات، لوحات إعلانية)
- الوسائط المتعددة (إذاعة، تلفزيون، عروض الفيديو، السينما)
- عبر الهاتف (الرسائل النصية والرسائل الصوتية، مراكز الاتصال، خطوط المساعدة / الخطوط الساخنة)



قائمة مرجعية للمواد المطبوعة:

- ✔ تطبيق نفس الأسلوب والعلامة الإعلانية - استخدام النماذج الموجودة في المكتبة الرقمية (صندوق الأدوات).
- ✔ اكتب بلغة بسيطة، وتجنب المصطلحات القانونية
- ✔ تحقق مع أعضاء وممثلي المجتمع المحلي من فهم وفائدة المادة المطبوعة واحترام الحساسيات الثقافية
- ✔ الترجمة إلى جميع اللغات اللازمة
- ✔ التحديث بصورة منتظمة، مع الإشارة إلى التاريخ

٦.٢ الفيديو والصوت

تعد مواد الفيديو والصوت أداة تواصل فعالة وقوية. لشرح السياقات والمعلومات المعقدة بطريقة بسيطة. ويمكنها أن تستعرض الخطوات اللازمة للحصول على المساعدة والخدمات التي تقدمها المفوضية والشركاء. يعد الفيديو أيضًا أداة مهمة في جذب اهتمام الأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة، والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة والأطفال. ويجري استخدامه في أماكن الانتظار في مراكز الاستقبال وفي المراكز المجتمعية للاجئين وغيرها من المناطق، وكذلك على قنوات ومنصات التواصل الاجتماعي.

رغم أن إنتاج الفيديو يتطلب استثمارًا في الوقت والموارد، تعد مقاطع الفيديو ذات قيمة كبيرة لأنها قادرة على نقل المعلومات المعقدة بطريقة سهلة الفهم وجذابة.

الفيديو له عدة مزايا، يمكن مواءمته مع لغات مختلفة واستخدامه لأغراض متعددة. في حين أن نفس الفيديو يمكن أن يكون مفيدًا للعديد من الجماهير المختلفة - الأشخاص المعنيين، المانحين، وسائل الإعلام، عامة الناس، فمن المهم إنتاج مقاطع فيديو مخصصة لـ CwC تستهدف الأشخاص المعنيين لتلبية احتياجاتهم من المعلومات على وجه التحديد.

التواصل بالفيديو له تأثير كبير على الرغم من أنه عادة ما يكون أحادي الاتجاه فقط. عند استخدامه على الإنترنت، تسمح التكنولوجيا بالتفاعل المباشر.

على الرغم من أن المواد المطبوعة مصممة للقراءة وبالتالي فهي مخصصة للأشخاص المتعلمين، إلا أنها يمكن أن تصمم أيضًا للأشخاص ذوي المستويات التعليمية المنخفضة وللأطفال. يمكن أن تفهم الرسائل ليس فقط من خلال النصوص، ولكن أيضًا باستخدام الصور والرسوم البيانية.

تم تطوير صندوق أدوات رقمي وهو بمثابة سجل مركزي للمواد المطبوعة لاستخدامها خلال التواصل مع المجتمعات المحلية من قبل مفوضية شؤون اللاجئين والشركاء. ينبغي أن تستخدم مجموعة الأدوات كمكتبة رقمية لحفظ ومشاركة المواد الإعلانية. وهي تتضمن قوالب نموذجية، وشعارات، ورسائل نموذجية وما إلى ذلك. وهذا مما يسهل تصميم وإنتاج ونشر مواد التواصل المطبوعة في ليبيا وتونس في المستقبل.

يحتوي صندوق الأدوات أيضًا على عنصر هام: كتيبات مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين في ليبيا وتونس عن الخدمات التي تقدمها المفوضية ومقدمي الخدمات المتاحين في سياق العمليات.

نقاط القوة

- فعالة لكل من المعلومات البسيطة والمعقدة
- مساحة أكبر للرسائل مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي والرسائل النصية القصيرة
- يمكن أن تكون الصور والرسوم مفيدة، على سبيل المثال بالنسبة للأشخاص ذوي المستويات التعليمية المنخفضة والأطفال
- أداة CwC مهمة للتعرف على العلامة التجارية وتعزيز الثقة
- سهولة وسرعة الإنتاج والتوزيع
- المكتبة الرقمية (صندوق الأدوات) متاحة لحفظ ومشاركة المواد الإعلانية

التحديات

- تعتمد على مستويات الإلمام بالقراءة والكتابة لدى الجمهور
- لا توجد إمكانية للتحديث بصورة فورية
- الوضع الأمني ووجود المفوضية المحدود قد يعيق التوزيع
- عدد قليل من المواقع التي يتردد عليها اللاجئون بانتظام
- المجموعات المستهدفة مشتتة بشكل كبير في جميع أنحاء البلد
- إنتاج المواد بلغات متعددة
- الاعتبارات البيئية (رمي النفايات الورقية)



نقاط القوة

- أدوات CwC مقنعة وتثير الاهتمام
- مناسبة للأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة وللأطفال
- يمكن أن تظل مقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية العامة صالحة لفترة طويلة
- يمكن الوصول إليها من خلال الهواتف الذكية
- يمكن عرض مقاطع الفيديو في المناطق التي يتردد عليها الجمهور
- يمكن أن تصل الصوتيات إلى الأشخاص الذين لديهم إشارة ضعيفة أو صبيب منخفض

التحديات

- تحتاج إلى التدريب التقني والمعرفة التقنية
- قد يكون الإنتاج مكلفًا

عند استخدام محتوى الفيديو في إطار التواصل مع المجتمعات:

- ✓ تأكد من أنه متاح بجميع اللغات اللازمة ويغطي جميع الخدمات التي تقدمها المفوضية وشركاؤها في ليبيا وتونس
- ✓ اعرض الفيديوهات في الأماكن التي يرتادها الجمهور، مثل مناطق الانتظار والاستقبال، وانشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي
- ✓ توفير محتوى مناسب للأطفال ومحتوى للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة
- ✓ تنويع محتوى التواصل عن طريق إنتاج أشرطة فيديو إعلامية، وأشرطة فيديو إجرائية، وأشرطة فيديو الرسوم المتحركة، خاصة للأشخاص ذوي المستويات المتدنية من الإلمام بالقراءة والكتابة والأطفال

وينبغي النظر في استخدام الصوتيات، ولا سيما البودكاست، لأن هذه أداة جيدة للوصول إلى الأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة. ويمكن إعادة إنتاجها وتكييفها مع قنوات أخرى مثل الراديو ومنصات بث الفيديو عبر الإنترنت، ويجب نشرها على قنوات التواصل الاجتماعي ومن خلال تطبيقات المراسلة، مثل الواتساب. عند مشاركتها في شكل رقمي، يكون للتسجيلات الصوتية أحجام بيانات صغيرة ويمكن أن تصل إلى الأشخاص الذين لديهم إشارة ضعيفة أو صبيب منخفض.

٦,٣ الاتصالات الهاتفية

تشمل الاتصالات الهاتفية خطوط المساعدة، والخطوط الساخنة، ومراكز الاتصال، والرسائل النصية الجماعية. وتسمح الاتصالات الهاتفية بإجراء اتصالات مباشرة ثنائية الاتجاه مع الحوار والمناقشة بين الوكالة والأشخاص المعنيين، مما يمكن من الاستجابة الفعالة والإحالة على الفور. تعتبر الاتصالات الهاتفية أيضًا فعالة للغاية للوصول إلى الأشخاص المعنيين دون أي تكلفة إضافية بالنسبة لهم. عادة لا يتكبد متلقي المكالمات الهاتفية أو الرسالة النصية أي تكلفة. وبالتالي فإن الاتصال الهاتفي هو وسيلة فعالة من حيث التكلفة للوصول إلى الأشخاص المعنيين الذين ليست لديهم وسائل أخرى لتلقي المعلومات أو الذين يوجدون في أماكن نائية.

لقد تطورت مراكز الاتصال لتصبح واحدة من القنوات الأكثر أهمية في إطار CwC. وفي بعض العمليات، يتم تشغيلها بالتعاون بين وكالتين أو أكثر وتجسد تعاونًا قويًا بين الوكالات.

- ✓ يمكن تسجيل الرسائل الصوتية لـ CwC مسبقًا واستخدامها بما يتناسب مع مراكز الاتصال وتوفير رسائل CwC بطريقة مباشرة (أي من خلال الاستجابة الصوتية التفاعلية - IVR) أو بطريقة غير مباشرة (أي عندما يكون الشخص المعني قيد الانتظار).
- ✓ ينبغي أن تتاح لجميع العاملين في مراكز المساعدة الهاتفية/ الخط الساخن ومراكز الاتصال إمكانية الاطلاع على الأسئلة الشائعة من خلال قاعدة معارف اللاجئين لكي يتمكنوا من الإجابة على الأسئلة.
- ✓ توفير نظام رقم هاتفي موحد، ومن الأفضل أن يكون الرقم مجانيًا مثل «الرقم الأخضر» في تونس أو خدمة إعادة الاتصال

نقاط القوة

- أداة تواصل ثنائية الاتجاه مناسبة للتعامل مع الشكاوى وردود الفعل
- يمكن تقديم معلومات محددة الهدف بالعديد من اللغات
- لا تعتمد على الموقع (تصل إلى عدد أكبر من الأشخاص مقارنة بالاتصال المباشر)
- يستخدم العديد من الأشخاص المعنيين في ليبيا وتونس الهواتف المحمولة
- يمكن الإتصال بالأشخاص المعنيين دون أي تكلفة إضافية بالنسبة لهم

التحديات

- البنية التحتية مدمرة مع انقطاعات متكررة للتيار الكهربائي
- تكاليف للمستخدم
- التغيير المتكرر للأرقام/ بطاقات الشرائح من طرف المستخدمين

يتم استخدام الرسائل النصية القصيرة على نطاق واسع في ليبيا وتونس نظرًا لأن المزيد من الأشخاص المعنيين يمكنهم الوصول إلى الهواتف المحمولة واتصالات مستقرة. وتزايد أهميتها لإرسال معلومات مخصصة إلى الأشخاص المعنيين بشأن القضايا التي تهمهم. بالنسبة للجمهور المستهدفة التي تضم نسبة كبيرة من الأشخاص ذوي المستويات المنخفضة من الإلمام بالقراءة والكتابة، فإن الرسائل الصوتية بدلاً من الرسائل النصية تكون مفيدة للغاية.

- ✓ بالإضافة إلى الرسائل النصية الجماعية، يجب إنتاج رسائل صوتية (مقاطع)، خاصة بالنسبة للأشخاص ذوي المستويات المتدنية من الإلمام بالقراءة والكتابة.
- ✓ يجب إرسال الرسائل القصيرة عن طريق رقم هاتف مركزي يشير بوضوح إلى المفوضية أو الشركاء باعتبارهم المرسل.
- ✓ عادة ما يكون الحد الأقصى لطول الرسائل القصيرة هو ١٦٠ حرف.

الموارد:

يمكن استخدام حاسبات طول الرسائل القصيرة عند صياغة رسائل CwC للتحقق من الطول:

<https://www.checkmarket.com/kb/maximum-length-of-a-text-message>

<https://www.textmagic.com/free-tools/sms-length-calculator>

<https://messente.com/documentation/tools/sms-length-calculator>

V. الأدوات الرقمية

نقاط مهمة يجب أخذها بعين الاعتبار

- المشاركة الرقمية عبر أدوات CwC هي مشاركة خاصة وعامة على حد سواء. وهذا يعني أنه يمكن بسهولة إعادة نشر المحادثات ومشاركة الرسائل الفردية المباشرة.
- عندما يرد حساب رسمي للمفوضية (تويتر، فيسبوك، إلخ) على سؤال أو تعليق على موضوع ما، تكون هذه الإجابة متاحة للجميع وتمثل المنظمة ككل.
- إن ردود الفعل المتسارعة أو المتهورة التي تُنشر باسم المفوضية تولد سلسلة من البيانات، أي آثارا رقمية، يمكن أن تضر بسمعة المفوضية، حتى عند نشرها من حساب شخصي على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تعتبر سياسة حماية البيانات الخاصة بالمفوضية وحقوق الأشخاص المعنيين في الخصوصية والأمان وفقاً لمبدأ "عدم الإضرار" أمراً بالغ الأهمية.

V.1 المشاركة الرقمية وتحسين وسائل التواصل الاجتماعي

يمكن أن تكون الأدوات الرقمية وسيلة جيدة لنشر الرسائل والمعلومات بكفاءة وفعالية. المشاركة الرقمية هي عملية العمل والتواصل مع الجماهير المستهدفة من خلال الأدوات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي.

وهناك تحديات كبيرة أثناء المشاركة الرقمية. تستخدم الوكالات منصات على موقع فيسبوك أو واتس آب لنشر المعلومات. ويتطلب ضمان الحوار المستمر عبر الإنترنت مع الأشخاص المعنيين أيضاً تعبئة الموارد البشرية. إن احتياجات المعلومات للأشخاص المعنيين مهمة وتتطلب مشاركة كثيفة ومستمرة. يمكن أيضاً تحقيق الكفاءة من خلال التنسيق على المستوى المشترك بين الوكالات.

معظم العمليات القطرية للمفوضية لديها صفحة على فيسبوك تُنشر فيها الأخبار والمعلومات للمانحين واللاجئين. إن مخاطبة جميع الجماهير المستهدفة في نفس الوقت على نفس صفحة الفيسبوك يخلق الارتباك لدى الأشخاص المعنيين. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تؤدي رسالة امتنان

تمثل الأدوات الرقمية مجالاً سريع التطور بالنسبة للتواصل مع المجتمعات المحلية. يستخدم اللاجئون وسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل مع الأسر والأصدقاء سواء في بلدهم أو في الشتات، وللاتصال باللاجئين الآخرين، والتحقق من الأمن خلال الرحلة، والتعرف على البيئات الجديدة، والحصول على معلومات عن المساعدة والخدمات المتاحة. وتعمل المفوضية بشكل متزايد على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تستخدمها لنشر المعلومات والتواصل مع الأشخاص المعنيين والمجتمعات المحلية المتضررة.

تشمل الأدوات الرقمية المستخدمة في CwC المواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني والتطبيقات المخصصة للاجئين وروبوتات الدردشة. تستخدم CwC أيضاً أدوات شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام وتيك توك ويوتيوب، وتطبيقات المراسلة مثل أشجار واتساب/ واتساب، سيجنال، تيليجرام، وفايبر.

استخدام الأدوات الرقمية في CwC له مزايا عديدة، وهي تتيح مشاركة سريعة وتفاعلية مع الأشخاص المعنيين، مما يسمح باستخدام أشكال متعددة من الوسائط (النصوص، الصور، الصوت والفيديو) ونشر المعلومات بسهولة على نطاق واسع والرصد المنهجي للتأثير. غير أنه في حالة اللاجئين، قد يتم استبعاد بعض الفئات من الوصول إلى الأدوات الرقمية، بما في ذلك النساء والمسنين والأشخاص المستضعفين في كثير من الأحيان.

وتجدر الإشارة إلى أن أدوات CwC التقليدية يمكن أيضاً جعلها متاحة من خلال القنوات الرقمية، ويمكن أن تعقد الاجتماعات المباشرة عن طريق مؤتمرات الفيديو. يمكن مشاركة الوسائط المطبوعة مثل كتيبات الخدمات في شكل إلكتروني قابل للتحميل، والتسجيلات في شكل بودكاست وما إلى ذلك.

ملحوظة هامة: عدم إلحاق الضرر

وسائل التواصل الاجتماعي تحمل مخاطر ومخاوف متعلقة بالحماية. وينبغي العمل بفعالية مع المجتمعات المحلية لإطلاعهم على المشاكل المحتملة المتعلقة بالخصوصية وأمن البيانات. وتحدد سياسة المفوضية بشأن حماية البيانات الشخصية للأشخاص الذين تُعنى بهم المفوضية التزامات على مراقب البيانات بضمن الحق في الخصوصية، وأمن البيانات، والسرية، والحقوق الأخرى لأصحاب البيانات.

يشمل تحسين وسائل التواصل الاجتماعي الإجراءات المستمرة المتخذة لضمان الوصول إلى الأشخاص المعنيين من خلال منصات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالمفوضية. ويتضمن التحسين ما يلي:

- ✓ التأكد من اكتمال صفحة «حول» في وسائل الإعلام الاجتماعية، مع تحديد الموقع واستخدام الشعار وصور حديثة.
- ✓ اتباع أفضل الممارسات التقنية حول كيفية تنظيم المنشورات لكل منصة اجتماعية: الطول، المرئيات، الوسوم (تويتر أقل، إنستغرام أكثر).
- ✓ التأكد من أن مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العملية يسهل العثور عليها.
- ✓ تخطيط المحتويات الخاصة بك من خلال جدول زمني لوسائل التواصل الاجتماعي.
- ✓ قم بتضمين مزيج من الأخبار والرسائل المتكررة وتأكد من أن الرسائل واضحة.
- ✓ استخدم الرسومات البيانية والصور والصوتيات والفيديو بقدر الإمكان.
- ✓ وضع جدول زمني للنشر وأداة للتخطيط (على سبيل المثال باستخدام ContentCal أو SproutSocial) لتنفيذ الجدول الزمني لوسائل التواصل الاجتماعي، والذي يمكن أن يستخدم بالاقتران مع صندوق أدوات CwC وكتيبات الخدمات في ليبيا وتونس.

فوائد الجدول الزمني لوسائل التواصل الاجتماعي

يتيح الجدول الزمني ل CwC:

١. تخطيط أنشطة CwC
٢. نشر الرسائل بانتظام
٣. ضمان التكرار المنتظم للرسائل والأسئلة الشائعة
٤. الحفاظ على قدر كاف من المرونة للأخبار والتعديلات المستجدة
٥. التأكد من أن رسائل CwC هي نشاط مشترك بين القطاعات
٦. الحفاظ على إنسجام الرسائل عبر القنوات المختلفة
٧. زيادة الثقة في المفوضية كمصدر للمعلومات
٨. زيادة إبراز دور المفوضية والتعرف على العلامة التجارية

وشكر إلى حكومة مانحة على مساهمتها لصالح المفوضية إلى ردود فعل سلبية من اللاجئين الذين يتساءلون عن سبب عدم تحسين حالتهم على الرغم من التمويل. ولذلك من المهم أن تكون هناك صفحات منفصلة على فيسبوك من أجل جماهير مختلفة، واحدة للمانحين ووسائل الإعلام، وأخرى لأغراض CwC تستهدف الأشخاص المعنيين.

كما تتخذ المشاركة الرقمية أيضا شكل منشورات أو تغريدات شخصية من قبل موظفي المفوضية. ومن الضروري أن يدرك الموظفون أنهم يمثلون مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين ولا يشاركون بصفتهم الشخصية. وبالتالي، يجب أن تخدم الرسائل أهداف استراتيجية التواصل الخاصة بالمفوضية.

RESOURCES

[وقد أصدرت المفوضية مرجعا هاما للقراءة \(باللغة الإنجليزية\): « دليل استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في الحماية المجتمعية »](#)

من أجل تحقيق مشاركة رقمية فعالة وتحسين منصات الوسائط الاجتماعية، يجب عليك القيام بما يلي:

- ✓ تحليل المشهد الرقمي ومستوى الاتصال بالإنترنت في المنطقة التي تستهدفها.
- ✓ تعرف على جمهورك المستهدف:
- ✓ من هي المجموعات المستهدفة الرئيسية؟
- ✓ ما هي قنوات الانترنت التي يفضلونها؟
- ✓ ما هي اللغات الرئيسية التي يجب استخدامها؟
- ✓ تخصيص صفحات منفصلة على فيسبوك من أجل الجماهير المختلفة، واحدة للمانحين ووسائل الإعلام، وأخرى لأغراض CwC تستهدف الأشخاص المعنيين.
- ✓ تأكد من توفر الموارد البشرية الكافية لتنفيذ عملية مشاركة رقمية واضحة ومنسجمة.
- ✓ ضع استراتيجية لوسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك مبادئ توجيهية للمشاركة التفاعلية، واستخدام المراسلة المباشرة والاستجابة للتعليقات السلبية.
- ✓ إنشاء نماذج للرسائل الأساسية.
- ✓ تأكد من استخدام تحليلات الوسائط الاجتماعية لقياس التأثير (M&E) والتكيف وفقًا لذلك.

حسب الاقتضاء، يمكنك مزامنة المنشورات مع إصدار وتوزيع أدوات أخرى مثل الملصقات أو الكتيبات أو عروض الفيديو للرسالة نفسها.

يمكنك أيضا استخدامه لاحقا كجزء من المراقبة والتقييم لمعرفة الرسائل الأكثر تأثيرا، ومجالات اهتمام الجمهور، ونطاق التأثير وما إلى ذلك.

يجب إعداد الجدول الزمني لوسائل التواصل الاجتماعي لكل شهر لطرح منشورات وسائل التواصل الاجتماعي في أوقات منتظمة ومخطط لها اعتمادا على تفضيلات الجمهور المستهدف وعاداته. يساعد تنظيم المحتوى بهذه الطريقة على تقليل فجوات المحتوى وضمان وصول المعلومات إلى الجمهور المستهدف. ويمكن التخطيط للتعاون مع القطاعات الأخرى من خلال الجدول الزمني وضمان وجود وقت كافي للتحقق من محتويات رسائل CwC والتأكد من صحتها.

قالب نموذجي لجدول زمني لوسائل التواصل الاجتماعي ل CwC

يوم الأسبوع / التاريخ / الوقت	مثال للموضوع	الرسالة والشكل	الجمهور المستهدف	عضو فريق CwC المسؤول	التحقق من المحتوى
اليوم 1 / الإثنين، 12:00	التسجيل	النموذج رقم 1 / نص + صورة	الوافدون الجدد - العربية، إلخ	أ + عضو فريق CwC مترجمون	+ موظف التسجيل
اليوم 2 / الثلاثاء 17:00 مساءً	متعلق بالصحة	النموذج رقم 2 / نص	PWSN المجموعة أ، الفرنسية / الأمهرية	عضو فريق CwC ب	الصحة FP
اليوم 3 / الأربعاء، الساعة 10:00	تحديد وضع اللاجئ	النموذج رقم 3 / نص + صورة	دون جنسية مجموعة أ	عضو فريق CwC ج	موظف تحديد وضع اللاجئ
اليوم 4 / الخميس	التعليم	فيديو	الآباء والأمهات، العربية / الفرنسية	عضو فريق CwC أ	موظف تعليم
اليوم 5 / الجمعة	منحة نقدية	النموذج رقم 4 / نص + فيديو	الإنجليزية / الأمهرية	عضو فريق CwC ب	موظف قسم المنح النقدية
اليوم 6 / السبت	قصص	نص أو فيديو	جميع PoC المؤهلين (+18)، إلخ	عضو فريق CwC ج	الخ
اليوم 7 / الأحد	تذكير بأرقام الهواتف	النموذج رقم 5 / نص + فيديو	كل الأشخاص المعنيين	الخ	
مخصص، إضافة الأسبوع أو الشهر عند معرفة ذلك	أخبار وأحداث ومقالات إخبارية	النموذج رقم 6 / نص + صورة	كل الأشخاص المعنيين		
أسبوعي / نصف أسبوعي / شهري	إعلان خاص	النموذج رقم 7 / نص + صورة	كل الأشخاص المعنيين		

٧.٢ قياس نجاح المشاركة الرقمية

يتطلب نجاح المشاركة الرقمية المراقبة المستمرة والاستماع والتقييم. وتشمل المراقبة رصد التقدم المحرز ومراقبته وتتبعه مع مرور الوقت، بينما ينطوي الاستماع على السمع والتفسير والفهم.

نظرا للشكل الرقمي للبيانات التي يتم التقاطها من خلال الأدوات الرقمية، يمكن تحليل البيانات مثل المشاركات والمحادثات وردود الفعل وغيرها من الاستجابات في شكل مقاييس رقمية، وهذه المقاييس متاحة بسهولة من خلال منصات وسائط التواصل الاجتماعي.

ويمكن أيضا تصنيف هذه البيانات حسب العمر والجنس واعتبارات التنوع الأخرى، وفقا للمبادئ التوجيهية للمفوضية المتعلقة بالسن ونوع الجنس والتنوع. لقياس مدى نجاح المشاركة الرقمية، يجب عليك أن تأخذ في الاعتبار ما يلي:

١. استخدم المقاييس

تقييم نسبة الاستخدام وسلوك المستخدم ومستويات المشاركة.

٢. تحليل ردود الفعل

ما هو رد فعل جمهورك؟ إيجابي / سلبي / متقبل؟

٣. تقييم ردود الفعل

هل تقدم معلومات مفيدة وملائمة للسياق وفي الوقت المناسب؟ سهلة الفهم / صعبة الفهم؟

٤. حافظ على المرونة

هل تقوم باستمرار بتعديل رسائلك استجابة للتغيرات في الموقف؟

٥. كن استراتيجيا

قياس الأداء الرقمي بالقياس إلى المؤشرات المختارة في مرحلة التخطيط.

٧.٣ منصات رقمية تقدم معلومات عن CwC

HELP.ORG

تدير مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين الموقع الإلكتروني help.unhcr.org الذي يركز على تزويد الأشخاص المعنيين بمعلومات موثوقة عن خدمات الحماية والمساعدة المقدمة في تونس. ويتيح الموقع للأشخاص المعنيين إمكانية زيارة قسم الأسئلة الشائعة للحصول على معلومات سريعة عن المفوضية في تونس، والإبواب، والمساعدة المالية، والتعليم وغيرها من الخدمات المفيدة.

وبما أن موقع help.unhcr.org يركز على توفير المعلومات للأشخاص المعنيين، فيمكن الترويج له من خلال أنشطة CwC عن طريق تقديم روابط مفيدة إلى الموقع على وسائل التواصل الاجتماعي ومن خلال الجدول الزمني لوسائل التواصل الاجتماعي.

رابط الموقع : Help.unhcr.org

قاعدة معارف اللاجئين

قاعدة معارف اللاجئين (RKB) هي مصدر معلومات إلكتروني خاص للاستخدام فقط من قبل مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين والشركاء. وهي ليست مفتوحة لعامة الناس أو للأشخاص المعنيين وتتطلب تسجيل دخول المستخدم. وهي عبارة عن منصة تربط الأسئلة الشائعة العامة والمحددة السياق المتعلقة باللاجئين بمعلومات مرجعية ومحتويات إعلامية.

قاعدة المعرفة متاحة بالكامل عبر الإنترنت ويمكن الوصول إليها في أي وقت ومن أي مكان، بما في ذلك عبر الأجهزة المحمولة. يمكن للموقع تقديم المعلومات بثلاث لغات: الإنجليزية والعربية والفرنسية.

وهي أيضا بمثابة مستودع رقمي للمواد المطبوعة المخصصة للأشخاص المعنيين، وتتضمن قسما مخصصا للوسائط الإعلامية المتعددة. ويُقدم الموقع محتويات في أشكال مختلفة، بما في ذلك النصوص والصور وأشرطة الفيديو أو غيرها من أشكال المحتوى مثل الرسوم البيانية والرسوم التوضيحية.

يمكن للمستخدمين الذين لديهم حق الوصول المناسب أيضا إضافة الأسئلة الشائعة أو تحديثها في النظام، والتي سيتم استخدامها خلال العملية.

شاهد [فيديو](#) التعليمات

لأية أسئلة أو طلبات مساعدة، يرجى الاتصال على:

info@refugeeknowledgebase.org

المراقبة والتقييم في CwC



دراسة حالة: تسجيل الأطفال المولودين للاجئين

من المهم جدا مراقبة وتقييم تأثير وأداء عمليات التواصل فيما يتعلق بالأهداف التي حددها المكتب. يرجى النظر في مؤشرات التأثير والأداء في المثال التالي.

يواجه اللاجئون في المناطق الحضرية صعوبات في تسجيل المواليد الجدد، وتقوم مفوضية شؤون اللاجئين بطباعة منشورات إعلامية تشرح العملية. يتم توزيع هذه الكتيبات من قبل قادة المجتمع المحلي ومن خلال موقع المفوضية على شبكة الإنترنت وعلى الفيسبوك للتحميل الرقمي.

مؤشرات الأداء

- تم طباعة عدد أ من المنشورات بعدد ب من اللغات
- تم توزيع عدد ج من النسخ بواسطة متطوعين من المجتمع المحلي
- تمت مشاهدة منشورات فيسبوك من طرف عدد أ من الأشخاص

وتبين هذه المؤشرات أن الإجراءات قد تم تنفيذها، ولكنها لا تكشف عما إذا كان قد تم الوصول إلى الجمهور المستهدف بالضبط (الآباء والأمهات) وما إذا كانت المعلومات مفيدة لهم. وبما أن الهدف هو تيسير تسجيل المواليد الجدد للاجئين، يجب قياس التأثير بمعايير خارج إطار CwC :

- زيادة عدد الأطفال اللاجئين المسجلين لدى السلطات
- انخفاض عدد الاستفسارات على الخط الساخن بشأن تسجيل المواليد الجدد

إن تنفيذ استراتيجيات CwC مهمة تتطلب موارد كبيرة وتشمل الموظفين العاملين في CwC وجميع الوحدات ذات الصلة في المكتب. إنها تستهلك الكثير من الوقت وتتطلب موارد بشرية ومالية. ولهذا السبب، فإن مراقبة وتقييم تأثير وأداء كل نشاط فيما يتعلق بالأهداف أمر بالغ الأهمية. ويتم تحقيق ذلك من خلال جمع البيانات الكمية والنوعية لمواصلة تكييف الرسائل وأنشطة التواصل.

هناك أنواع مختلفة من التقييمات ومؤشرات مختلفة لقياس النجاح في CwC :

المراقبة هي تقييم مستمر للأداء. في إطار CwC، إنها تتيح للمديرين ملاحظة التقدم المحرز في إجراءات ومنتجات CwC. كما تسمح للمسؤول بفحص حجم الإجراءات وتوقيتها وإجراء التعديلات والتصحيحات في الحين عند الضرورة.

التقييم هو ممارسة دورية يتم إجراؤها بأثر رجعي، وعادة ما يقوم بها أشخاص غير مشاركون في تنفيذ المشروع. ويدرس التقييم مدى ملاءمة وفعالية وكفاءة وتأثير الأنشطة ويقيسها وفقا لأهداف استراتيجية CwC.

يعد قياس نجاح استراتيجيات التواصل أكثر تعقيداً من الأشكال الأخرى للتدخلات الإنسانية. تقيس المؤشرات المختلفة أنواعاً مختلفة من الإنجازات.

يتم استخدام نوعين من المؤشرات لعمليات التقييم، ويشار إليهما بمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) ومؤشرات التأثير الرئيسية (KIs).

مؤشرات الأداء توفر معلومات عن كمية ونوعية النتائج ويسهل تحديدها عادة.

مؤشرات التأثير تقيس التغييرات في رفاه الأشخاص الذين تعنى بهم المفوضية وسلوكهم، وتحديدها أكثر صعوبة.



مؤشرات الأداء ومؤشرات التأثير في CwC تقيس النجاح على مستويات مختلفة : عدد الاجتماعات المباشرة التي عقدت

مؤشرات التأثير

- من يتلقى رسائل CwC؟ هل هو الجمهور المقصود؟
- هل هناك أي مجموعات/مجتمعات محلية تم استبعادها؟
- هل يستجيب الجمهور المستهدف لرسائل CwC؟
- هل تغيرت احتياجات التواصل لدى الجمهور المستهدف؟
- هل كانت المعلومات مفيدة في حل المشاكل التي يواجهها الأشخاص المعنيون؟

مؤشرات الأداء

- عدد المكالمات التي تمت معالجتها بواسطة خط المعلومات
- عدد ملصقات المعلومات المطبوعة
- عدد المنشورات الموزعة
- عدد المشاركات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي
- عدد الأشخاص المشاركين في الاجتماعات المباشرة (رجال/نساء)
- زيادة المكالمات على خط المعلومات (حسب الجنسية / الجنس، الهشاشة...)
- بالنسبة إلى الوسائط الرقمية، من السهل جدا جمع بيانات الجمهور، وذلك بفضل أدوات التحليل ذات الصلة: عدد الزيارات إلى النصوص أو المقالات أو الروابط، وعدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي، والتفاعل مثل الإعجابات والمشاركات أو التعليقات، مشاهدات الفيديو، إلخ.

٩. وضع استراتيجية وخطة عمل CwC موضع التنفيذ



الخطوة ٣: تقسيم الجماهير المستهدفة

- ✓ من هم؟
 - ✓ ما هي عاداتهم في التواصل؟
 - ✓ ما هي احتياجاتهم من المعلومات؟
- يقوم فريق CwC بالبحث وجمع المعلومات عن الجماهير المستهدفة.

الخطوة ٤: تحديد الرسائل

- ✓ ما نوع المعلومات التي نريد نشرها؟
- ✓ كيف يجب تقديمها؟
- ✓ كيف يمكننا صياغة الرسالة؟

يتم تعريف الرسائل الرئيسية والتحقق منها من قبل الوحدات المعنية. لاحظ أن هذا يتعلق بصحة محتوى الرسالة وليس الصياغة. تعتمد الصياغة على الشكل المستخدم حيث سيتم تكيف نفس المحتوى بشكل مختلف على ملصق أو في كتيب أو في فيديو.

يجب تنفيذ استراتيجيات CwC في ليبيا وتونس مع مراعاة الإمكانية العملية. CwC هي عملية تتطلب خطة للشروع في تنفيذها. ومن أجل التنفيذ العملي لأهداف وأنشطة CwC، يتم تقديم نهج تدريجي إرشادي أدناه.

٩,١ الخطوات التي يجب اتخاذها

الخطوة ١: تحديد هدف استراتيجي CwC.

- ✓ ما الذي نريد تحقيقه؟
- ✓ في أعقاب اجتماعات التخطيط المتعددة الوظائف، يتم ربط أهداف CwC بالجماهير والقطاعات المستهدفة.

الخطوة ٢: تحديد خطة العمل الخاصة بك

- ✓ حدد من سيكون مسؤولا عن فعل ماذا.
- ✓ مراعاة احتياجات الميزانية، والاحتياجات من الموظفين، والأطر الزمنية

وتجدر الإشارة إلى أن العمليات في ليبيا وتونس قد أنشأت مؤخرا سجلات للأسئلة الشائعة مع أدوات لتحديثها، والتي يمكن أن تشكل أساسا لتحديث رسائل CwC.

الخطوة 5: أي تركيبة من أدوات وقنوات CwC ستعمل بشكل أفضل؟

✓ ما هي الأدوات والقنوات المناسبة والمتاحة لكل جمهور مستهدف؟

✓ ما هي الوسائط التي ستصل إلى الجمهور المستهدف؟

✓ ما هي القنوات التي تعتبر موثوقة؟

بناءً على معلومات حول الجماهير المستهدفة والرسائل المحددة، يقرر فريق CwC أنسب الأشكال للتواصل.

الخطوة 6: إيصال الرسالة إلى الجمهور

✓ بمجرد تحديد الجمهور المستهدف والرسائل والشكل، يجب أن يبدأ فريق CwC في التواصل مع الأشخاص المعنيين.

✓ قم بتتبع الإجراءات المتخذة والرسائل الموجهة لقياس الجهود.

الخطوة 7: مراقبة وتقييم أنشطة CwC

✓ إلى أي درجة تم الوصول إلى الجمهور المستهدف؟ هل النتيجة جيدة؟

✓ هل تم فهم الرسائل والوثوق بها؟

✓ هل تمت تلبية احتياجات المعلومات للجمهور المستهدف؟

تحدد وحدة البرنامج آليات المراقبة والتقييم التي سيتم استخدامها وتضع مؤشرات الأداء الرئيسية ومؤشرات التأثير الرئيسية المناسبة.

الخطوة 8: هل تواصل أي من الأشخاص المعنيين مع المفوضية؟

✓ هل توجد آليات لردود الفعل وآليات لتقديم الشكاوى؟ هل هي معروفة لدى الأشخاص المعنيين؟

✓ كيف ستقوم المفوضية بالتأكد من تسجيل ردود الفعل واتخاذ إجراءات بشأنها؟

✓ من المسؤول عن التصرف بشأن ردود الفعل أو الشكاوى؟

٩,٢ نموذج لخطة عمل CwC

أفضل طريقة لتصميم استراتيجية CwC ومراقبة التقدم في العديد من أنشطة CwC المتوازية هي خطة عمل تحتوي على العناصر التالية:

الغرض / الهدف، الرسائل الرئيسية، القناة (القنوات)، التكرار / التواريخ، الميزانية، المسؤولية، التأثير / التقييم، الحالة / الملاحظات.

طالبو اللجوء الناطقون بالعربية في تونس وصفاقس وسوسة

الرسائل الرئيسية	القنوات	التكرار / التواريخ	الميزانية	المسؤولية	التأثير / التقييم	الحالة/ملاحظات
هدف 1) تقديم معلومات عن خيارات الرعاية الصحية: في غضون عام، زادت نسبة اللاجئين الذين يسعون للحصول على رعاية طبية بنسبة 30%						
عناوين وساعات عمل خدمات الرعاية الصحية المحلية؛ شرح الإجراءات والتكاليف ذات الصلة	ملصقات في مكاتب المفوضية والشركاء؛	السنة/1 الإنتاج في مارس نسخة لكل 100 مدينة	2000 دولار أمريكي	حسن	تحقق كل شهرين إذا كانت الملصقات معروضة؛ التحقق من عدد اللاجئين المترددين على المستشفيات في 3 مدن	طباعة الملصقات وإرسالها بالبريد إلى الشركاء
	منشورات يوزعها متطوعون	السنة//1 الإنتاج في مارس نسخة لكل 1500 مدينة	6000 دولار أمريكي	حسن	تحقق من عدد المنشورات الموزعة كل شهر، قم بتوفير المزيد أو إعادة طباعتها حسب الضرورة	المنشورات مطبوعة، المتطوعون في تونس وصفاقس متوفرون، سوسة في الانتظار
	المشاركات على فيسبوك	الشهر/1		خديجة	تحقق من المتابعين، التفاعل	أول رسالة نشرت في 2 مارس؛
هدف 2) إبلاغ الوافدين الجدد بأرقام خط الاتصال المباشر						

٩،٣ مطابقة أدوات وقنوات CWC مع الاحتياجات

هناك العديد من الأشياء التي يجب أخذها في الاعتبار عند اختيار أداة أو قناة التواصل المناسبة. يعتمد الاختيار إلى حد كبير على تقييمات مشاهد الاتصالات التي تم إجراؤها أثناء مرحلة التصميم والتخطيط. وبناء على ذلك، فإن مدى ملاءمة كل أداة للغرض المقصود والجمهور واحتياجاتهم سيختلف. كما أن بيئة الاتصالات تتغير في كثير من الأحيان، لذا فمن المهم تحويل التركيز من قناة إلى أخرى والتعلي بالمرونة في الجمع بين أدوات متعددة لتحقيق أقصى قدر من التأثير.

ستساعدك المصفوفة أدناه على مطابقة وتحديد الأداة أو القناة الأكثر ملاءمة وفقا لخصائص الجمهور المستهدف واحتياجاته. ويتم استعمال نظام التصنيف ثلاثي المستويات المستخدم عبر هذا الدليل.

المفتاح: ✓ مناسب جدًا، + مقبول، - غير مثالي، ✗ غير مناسب تمامًا، ? يتوقف على الحالة

التواصل وجها لوجه

الزيارات المنزلية الموجهة	أكشاك المعلومات	العروض (موسيقى، مسرح)	التواصل من خلال أفراد المجتمع	التقييمات التشاركية	اجتماعات جماعية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	جماهير صغيرة
✗	✗	✗	+	-	✗	جماهير كبيرة (الآلاف)
✓	✓	✓	✓	✓	✓	معرفة القراءة والكتابة منخفضة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	جماهير مستقرة
✗	?	-	✓	?	-	أشخاص في حالة تنقل
+	-	+	-	+	+	رسائل معقدة
✓	✓	✓	✓	✓	✓	رسائل بسيطة
+	+	+	-	-	-	رسائل طويلة الصلحية
✓	✓	?	✓	✓	✓	رسائل قصيرة الصلحية
الإدماج مع المواد المطبوعة		الإدماج مع المناقشة	تزويدهم بالمواد المطبوعة	الإدماج مع المواد المطبوعة والفيديو..		ملاحظات

المفتاح: مناسب جدًا ، مقبول ، غير مثالي ، غير مناسب تمامًا ، يتوقف على الحالة

الأدوات التقليدية

مراكز الاتصال، خطوط المساعدة / الخطوط الساخنة	رسائل صوتية جماعية	رسائل نصية جماعية	لوحات إعلانية، ملصقات	الكتيبات	النشرات والمنشورات الإعلانية	
						جماهير صغيرة
						جماهير كبيرة (الآلاف)
						معرفة القراءة والكتابة منخفضة
						جماهير مستقرة
						أشخاص في حالة تنقل
						رسائل معقدة
						رسائل بسيطة
						رسائل طويلة الصلابة
						رسائل قصيرة الصلابة

الأدوات الرقمية

روبوت الدردشة	تطبيقات للاجئين	بريد إلكتروني	مواقع (متوافقة مع الجوال)	البودكاست	منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك / ماسنجر واتساب / أشجار واتساب سيجنال يوتيوب التغريد إنستغرام فأير تيك توك	
						جماهير صغيرة
						جماهير كبيرة (الآلاف)
						معرفة القراءة والكتابة منخفضة
						جماهير مستقرة
						أشخاص في حالة تنقل
						رسائل معقدة
						رسائل بسيطة
						رسائل طويلة الصلابة
						رسائل قصيرة الصلابة
						ملاحظات إذا كانت الرسائل معقدة، فمن المفيد تكرارها أو إضافة روابط إلى مواقع أو مستندات...

١٠. موارد متاحة على الإنترنت للتعلم الذاتي

[The Listening Post Collective Playbook](#)

تم إنشاء The Listening Post Collective لتمكين المجتمعات المحلية في الولايات المتحدة من مشاركة المعلومات. وهو يوفر الموارد والأدوات ودعم الأقران، ومساحة تعلم مشتركة لجماعات المجتمع المحلي التي تسعى إلى تجديد أنظمة المعلومات الخاصة بها. الموقع تفاعلي للغاية ويحتوي على تعليمات بسيطة وتدرجية، وأدوات ونصائح عملية من أجل المشاركة المجتمعية الفعالة.

[دائرة الابتكار في مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين: التواصل مع المجتمعات المحلية](#)

دليل موجز يجمع أفكار وخبرات دائرة الابتكار التابعة للمفوضية في التواصل مع المجتمعات، ويتضمن مجموعة مختارة من الأدوات ومقاطع الفيديو لمساعدة العاملين الميدانيين على تحسين ممارساتهم.

بالإضافة إلى التدريب المقدم بالنيابة عن المفوضية، يمكن للموظفين العاملين في مجال التواصل مع المجتمعات المحلية الحصول على عدة موارد إضافية على الإنترنت:

[BBC Media Action / Our insight and impact \(Online database\)](#)

BBC Media Action هي منظمة ذات خبرة كبيرة متخصصة في التوعية المجتمعية. وتشمل قاعدة بياناتها على الإنترنت تقارير بحثية ومذكرات إعلامية وأوراق عمل منذ عام 2012. يمكن للمستخدمين الإشتراك في النشرة الإخبارية المنتظمة ل BBC Media Action التي تعرض التطورات في قطاع الاتصالات.

[CDAC tools and resources - a comprehensive overview \(Online toolbox\)](#)

يقدم هذا الموقع أدوات وإرشادات ممتازة. توفر المنصة دروس، ومواد للقراءة، ومقاطع فيديو، وقوالب نموذجية، ورسائل نموذجية، والعديد من الأدوات الأخرى لتخطيط وتنفيذ أنشطة CwC.

[Accountability to Affected Populations: A handbook for UNICEF and partners](#), UNICEF, June 2020

[A Red Cross/Red Crescent Guide to Community Engagement and Accountability](#), ICRC and International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, 2016.

[Communicating with Communities and Accountability: A Current Debate](#), CDAC

[Communicating with Communities during COVID, and what are they telling UNHCR?](#) UNHCR MENA, April 2020

[Communicating with Communities - Handbook for Greece Version 1.1](#), National CwC Working Group, July 2016.

[Daadab Kenya - Humanitarian Communications and Information needs Assessment among Refugees in the Camps: Findings, Analysis & Recommendations](#), Internews, August 2011

[EMERGING PRACTICES: Mental health and psychosocial support in refugee operations during the COVID-19 pandemic](#), UNHCR, June 2020

[How to Establish and Manage a Systematic Community Feedback Mechanism](#), IFRC, 2018

[Humanitarian Futures for Messaging Apps](#), ICRC, June 2020

Mass communication with communities, a chapter in [UNHCR Emergency Handbook Minimum Quality Standards and Indicators for Community Engagement](#), UNICEF, March 2020

[Placing accountability at the heart of humanitarian assistance](#) Listen Learn Act Project, April 2017

[The Core Humanitarian Standard on Quality and Accountability](#). CHS Alliance, Groupe URD, 2014.

[UNHCR Operational Guidance on Accountability to Affected People \(AAP\)](#), UNHCR, September 2020

Policy on the Protection of Personal Data of People of Concern to UNHCR

[Using social media in Community-Based Protection](#), A Guide: January 2021, UNHCR.

