

#DEFYHATENOW



منظمة تمكين المجتمع من اجل التقدم (سيبو) ، جوبا  
وكالة الثقافة المفتوحة والتحول الحاسم (روغ) ، برلين

## القاعدة السلوكية لمبادرة #كافح\_الكرهية\_الان في إستخدام وسائل التواصل الاجتماعية

تستند القاعدة السلوكية اوالمبادئ التوجيهية التالية على مواد من "مجلة أخلاقيات وسائل الإعلام الجماهيرية" لشانون .اي. بوين من كلية الصحافة والاتصال الجماهيري، جامعة ولاية كارولينا الجنوبية، الولايات المتحدة الأمريكية.

هناك أشكال عديدة من المبادئ التوجيهية وأفضل الأنشطة الممارسة للتفاعل مع وسائل الاعلام الاجتماعية، وهذا تلخيص لأهم النقاط ذات الصلة بعبارات واضحة وبعبارة صريحة ، في حين انه من غير الممكن – ولا مرغوب فيه لضبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعية ، الوعي والتطبيق الصارم لهذه المبادئ التوجيهية هو أيضا في المصلحة المهنية الخاصة بك أيضا !

في النظر وتطبيق هذه المبادئ التوجيهية للعمل الخاص بك، يرجى أن تكون على علم أنه في معظم الحالات ما تكتبه، تصله وترجعه إلى الانترنت هي معلومات عامة ومشاركة مع الجميع. عموما ليس هناك تفريق بين (الخاص) والاراء (المهنية) ، البيانات، العلامات أو غيرها من الإجراءات، بالإضافة الى الإعجاب او التعليق ..الخ في الفيسبوك يمكن أن تفسر على أنها انعكاس مباشر لرأيك بغض النظر عن السياق. هذه الإجراءات، حتى إذا لم تكن لديك النية، يمكن أن تؤخذ خارج السياق ويمكن استخدامها ضدك، زملائك، عمك الخ .. انظر "تحدد بوضوح" أدناه في نهاية المطاف، الاتفاق على، والتمسك بمجموعة مشتركة من المبادئ التوجيهية ستعزز العمل الخاصة بك في خطاب الكراهية وتخفيف التحريض على الانترنت عن طريق المساعدة في تحديد المخالفات، والخدع أو الطرق التي تنتشر بها الشائعات !.

المبادئ التوجيهية	الأساس المنطقي / التنفيذ
1. كن عادل وحكيم	النظر للإنصاف ، العدالة، والحصول على المعلومات
2. تجنب الخداع	إذا كانت خادعة ،حتى يمكن القول، ببساطة لا تفعل ذلك
3. حافظ على الكرامة والاحترام	ضمان أن البلاغ يحافظ على الكرامة والاحترام
4. تجنب السرية	منع الأسرار التجارية / المنافسة، وإذا كان مذكرات المبادرة سرية ، فسيحتاج فحص الأخلاق
5. هو ذات وجهين ؟	كيف سيكون شعورك عند الطرف المتلقي للرسالة؟ فعلا لا يزال أخلاقي بعد ذلك؟
6. كن شفاف	الخطاب المدفوع ينبغي ان يكون شفاف واضح على نحو

(الرسائل المدفوعة) أو الصياغة المشابهة	
7. تحديد واضح ينبغي تحديد الخطاب الشخصي و خطاب الرأي المقابل كممثل للمنظمة	
8. تحليل منطقي فحص الرسائل من جميع الاطراف: كيف يمكن أن ننظر إلى الجمهور الآخر: كيف يمكن أن يحتمل إساء فهمها؟	
9. التأكيد على الوضوح حتى لو كان المصدر أو الداعم واضح - أجعله أكثر وضوحا	
10. الكشف الشفافية في إنشاء الرسالة والحقائق / البيانات ضرورية للقرار الاكيد	
11. التحقق من المصادر والبيانات تكون ذات مصداقية باستمرار. عدم الاستخدام لتمرير الإشاعة أو المضاربة	
12. تحديد المسؤولية هل الرسالة تحافظ على مسؤوليتك لتفعل ما هو حق؟	
13. دراسة النية هل قرارك مصنوع من النوايا الحسنة وحدها؟	
14. تشجيع جيدة هل رسالتك لبناء الترابط، المشاركة، والمجتمع؟	
15. الاتساق يبني الثقة الاتساق يسمح للجمهور أن يعرفك ويفهمك ، ويمكنك أن تلبى توقعاتهم.	

### كن شفاف

التصرف بطريقة شفافة يمكن أن يمنع الجماهير من الانسياق الخاطئ حول معاني و نوايا مؤسستك عندما يساهم في وسائل التواصل الاجتماعية. ينبغي تحديد الاتصالات اما ان تكون كلام فردي أو كلمة نيابة عن المنظمة. جميع الأفراد المساهمين في وسائل التواصل الاجتماعية عن منطقتك يطلب منهم تحديد محتوى تفاعلاتهم في وسائل التواصل الاجتماعية اما ان تكون شخصية او نيابة عن المؤسسة على سبيل ان يكتب على المدونات "ان هذه اراء خاصة لاتعبر عن المنظمة التي اعمل بها او عملائها".

### كن واضح وثابت

ضع رسائل واضحة وتحمل مسؤولية ما نشرته ان يكون واضح فيه متى واين نشرته ، لأن هذا سيسمح لبناء الثقة والتفاهم مع الجمهور لان الثقة عنصر أساسي في العلاقات القوية .

### التحقق من الوقائع الخاصة بك

تحقق من الحقائق عن المعلومات التي نشرته . عليك أن تنظر في محتوى مشاركاتك بعقلانية قبل النشر ، ادرس الرسائل من جميع وجهات النظر الممكنة لمنع سوء الفهم من قبل الجمهور.

### كن جيد

تشجيع الجيد ، يساعد على بناء الترابط،المشاركة، والمجتمع. تتبع هذا المنطق، مع اي نشر والنظر لنية المساهمين ينبغي أن تعكس أهداف وسائل التواصل الاجتماعية للمنظمة بالبساطة حسن النية.

### كن محترفا

تصرف دائما بطريقة مهنية وبناءة واستخدم الحكم السليم قبل النشر، كن دائما مهذبا ومحترما لآراء الأفراد، وخصوصا عندما تصبح المناقشات ساخنة، واطهر النظر السليم لخصوصية الآخرين.

### كن عادلا ومحترما

لا تنشر الخبيث والمحتوى المضلل أو غير العادل حول مؤسستك والزملاء والمنافسين أو غيرها من أصحاب المصلحة، لا تنشر المحتوى الفاحش القاذف أو التهديدية أو التمييزية للفرد، والعلامة التجارية أو الكيان. ولا تنشر التعليقات التي لم تقلها مباشرة إلى شخص آخر وضع في الاعتبار كيفية ردود فعل الناس الآخرين على ما ستنشره قبل نشره. إذا كانت للتعليقات المنشورة ردود غير جيدة فهذا مشار في القسم (3) اعلاه، وبالذقة القسم (4) الاحتراف، ان تكون حقيقية، بناءة، ومحترمة.

### كن ذكيا

احترم الملكية الفكرية للآخرين بما في ذلك الأسماء التجارية والشعارات وحقوق الطبع ومادة النشر. انها أفضل الممارسات المفترضة أن كل محتوى على الانترنت محمية بموجب حقوق التأليف والنشر، تأكد ان لديك إذن لنشر عناصر حقوق التأليف والنشر، ارجع حق المؤلف بشكل صحيح لصاحب العمل عند الاقتضاء، و لا تستخدم أبدا عمل شخص آخر كما لو كان عمالك، واحترم جميع القوانين واللوائح فيما يتعلق بالخصوصية، والبريد المزعج وغيرها من القوانين المعمولة بها وذات الصلة عند النشر في وسائل التواصل الاجتماعية.