أداة 19: مصفوفة قنوات التواصل

محتويات هذه الوثيقة

1. الغرض من هذه الأداة

2. نظرة عامة على قنوات التواصل

3. اختيار القناة المناسبة للتواصل بشأن البرنامج

4. اختيار القناة المناسبة للتواصل بشأن المخاطر والمشاركة المجتمعية وتغيير السلوك

5. نظرة عامة على قناة التواصل

6. إرشادات قناة التواصل ومواردها

1. الغرض من هذه الأداة

توضح هذه الأداة مزايا وعيوب قنوات الاتصال المختلفة، بما في ذلك القنوات الأكثر ملاءمة لنوع الأنشطة ،ونصائح لاستخدامها. يتضمن ذلك مخططات هيكلية لمساعدتك في تحديد القناة التي تناسب احتياجاتك بشكل أفضل ونظرة عامة على نقاط القوة و نقاط الضعف ونصائح حول استخدام القنوات المختلفة، بالإضافة إلى روابط لمصادر مفيدة.

2. نظرة عامة على قنوات التواصل

|  |  |
| --- | --- |
| عدم القدرة على الوصول/الوصول عن بعد | |
| الرسائل القصيرة ذات الاتجاه الواحد  الإعلانات أو البرامج التلفزيونية  برامج الراديو  الدراما الإذاعية  الصحف | وسائل التواصل الاجتماعي  تطبيقات المراسلة  الخطوط الساخنة  برامج إذاعية مع مكالمات هاتفية  الرسائل القصيرة ذات الاتجاهين  روبوتات الدردشة  الاستجابة الصوتية التفاعلية  حلقات النقاش المركزة الافتراضية |
| اتجاه واحد | اتجاهان |
| مكبرات الصوت  الموسيقى التصويرية  المنشورات والملصقات  لافتات التنبيه  الجداريات  صندوق الاقتراحات\* | من منزل الى منزل  اللقاءات المجتمعية  مكاتب المعلومات  السينما المتنقلة  المسرح المجتمعي  حلقات نقاش مركزة  إذاعة متنقلة |
| الوصول المادي | |

اعتبارات عامة عن اختيار قناة التواصل:

* استخدم القنوات والمصادر المفضلة لدى المجتمع
* بشكل عام، يفضل الناس التواصل الوجاهي
* مستويات الإلمام بالقراءة والكتابة في المجتمع
* الوصول إلى معدات الاتصالات، على سبيل المثال، أجهزة الراديو والتلفزيون والإنترنت والهواتف، ونحو ذلك.
* قدرة الجمعية الوطنية - والوقت والتمويل والخبرة.
* خطورة الوضع.
* فكر في الأشخاص الذين قد يتم استبعادهم بسبب القناة المختارة، على سبيل المثال،كبار السن والنساء والشباب، ونحوهم.
* استخدم دائمًا مزيجًا من القنوات المختلفة، ذلك أن الأسلوب الواحد لا يصل إلى جميع الفئات.
* فكر في التأثير الذي قد يحدثه اختيار القناة على ثقة الناس في المعلومات التي تُشارك.

3.اختيار القناة المناسبة للتواصل بشأن البرنامج

يوفر هذا المخطط الانسيابي إرشادات حول القنوات التي تعمل بشكل أفضل لمشاركة معلومات البرنامج وجمع التغذية الراجعة. لا يقدم المخطط قواعد جامدة وسريعة، لذا ينبغي إلقاء نظرة عامة على قنوات التواصل أدناه ، لتحديد القناة الأكثر ملاءمة لاحتياجاتك.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3. اختيار القناة المناسبة للتواصل بشأن البرنامج | | | | | | | |
| هل تحتاج إلى جمع التغذية الراجعة؟ | | | | | | | |
| الوصول إلى المجتمع؟ | | | | الوصول إلى المجتمع؟ | | | |
| الوصول إلى الكثير من الناس على مساحات كبيرة؟ | | معلومات مفصلة للغاية للمشاركة؟ | | ناقش القضايا على انفراد؟ | | ناقش القضايا على انفراد؟ | |
| لقاءات مجتمعية،  مكبرات الصوت،  الموسيقى التصويرية  المنشورات (L (  النشرات الإعلانية (L (  لوحات الملاحظات (L (  الملصقات (L (  تطبيقات المراسلة (L ( | لقاءات مجتمعية  من منزل إلى منزل  تطبيقات المراسلة (L ( | الرسائل النصية القصيرة الإعلانات  البرامج التلفزيونية الإعلانات الإذاعية  الصحف (L (  روبوتات الدردشة (L (  تطبيقات المراسلة (L (  وسائل التواصل الاجتماعي (L ( | الصحف  تطبيقات المراسلة  وسائل التواصل الاجتماعي  الاستجابة الصوتية التفاعلية | تطبيقات المراسلة (1 في 1 (  الخطوط الساخنة الرسائل النصية القصيرة (L ( | وسائل التواصل  الاجتماعي (L (  تطبيقات المراسلة (المجموعات) (L (  حلقات النقاش المركزة الافتراضية | لقاءات مجتمعية  حلقات نقاش مركزة  الخطوط الساخنة | مكاتب المعلومات  من منزل إلى منزل  الخطوط الساخنة  صندوق الاقتراحات (L ( |

مفتاح

=( L ) القناة تتطلب مستوى جيد في الإلمام بالقراءة والكتابة

3.اختيار القناة المناسبة للتواصل بشأن المخاطر وتغيير السلوك

يوفر هذا المخطط الانسيابي إرشادات حول القنوات التي تعمل بشكل أفضل لمشاركة معلومات البرنامج وجمع التغذية الراجعة. لا يقدم المخطط قواعد جامدة وسريعة، لذا ينبغي إلقاء نظرة عامة على قنوات التواصل أدناه ، لتحديد القناة الأكثر ملاءمة لاحتياجاتك.

.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| اختيار القناة الصحيحة للتواصل بشأن المخاطر وتغيير السلوك | | | | | | | | | | | | |
| هل هي حالة طارئة؟ أي المراحل الأولى للوباء؟ | | | | | | | | | | | | |
| الوصول إلى الكثير من الناس على مساحة كبيرة؟ | | | | | | | | | الوصول إلى الكثير من الناس على مساحة كبيرة؟ | | | |
| الوصول إلى المجتمع؟ | | | | الغرض الرئيسي هو جمع التعليقات والتتبع  التصورات؟ | | | | | الوصول إلى المجتمع؟ | | جمع التغذية الاجعة و تتبع التصورات؟ | |
| الغرض الرئيسي لجمع ردود الفعل؟ | | | | مناقشة المعلومات المركبة ؟ | | | جمع تغذية راجعة متعمقة ؟ | | جمع التغذية الاجعة أو تتبع التصورات؟ | | البرامج الإذاعية البرامج الإذاعية\* الإعلانات/العروض التلفزيونية\* وسائل التواصل الاجتماعي (L) الرسائل القصيرة (L) الصحف (L) روبوتات الدردشة (L)\* | وسائل التواصل الاجتماعي (L) تطبيقات المراسلة (L)  رسائل نصية قصيرة باتجاهين (L)\* روبوتات الدردشة (L)\* عرض الاتصال اللاسلكي\*  حلقات النقاش المركزة الافتراضية  الخطوط الساخنة\*\* |
| مناقشة المعلومات المركبة ؟ | | مناقشة التغذية الراجعة المركبة ؟ | | إعلانات إذاعية إعلانات تلفزيونية وسائل التواصل الاجتماعي (L) الرسائل القصيرة (L) تطبيقات المراسلة (L) الصحف (L) روبوتات الدردشة (L)\* الاستجابة الصوتية التفاعلية | الدراما الإذاعية برنامج إذاعي برنامج تلفزيوني | إعلانات إذاعية إعلانات تلفزيونية وسائل التواصل الاجتماعي (L) الرسائل القصيرة (L)) | | مجموعات التركيز الافتراضية  الخطوط الساخنة | لقاءات مجتمعية  مكبرات الصوت  الموسيقى التصويرية\* المنشورات/النشرات الإعلانية (L) الملصقات (L) تطبيقات المراسلة (L) الرسائل القصيرة (L | من منزل إلى منزل  مناقشة جماعية افتراضية  تطبيقات المراسلة (L)  سينما متنقلة\*  مسرح المجتمع |
| تطبيقات المراسلة (L) اللقاءات المجتمعية الرسائل القصيرة (L) مكبرات الصوت الموسيقى التصويرية  المنشورات أو النشرات أو الملصقات الجدارية (L)  الجداريات | من منزل إلى منزل  لقاءات مجتمعية السينما المتنقلة المسرح المجتمعي الراديو المحمول | لقاءات مجتمعية  وسائل التواصل الاجتماعي (L)  تطبيقات المراسلة (L) | من منزل إلى منزل  مناقشة جماعية افتراضية  الخطوط الساخنة |

4. نظرة عامة على قنوات التواصل

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| القناة | نقاط القوة | نقاط الضعف | الأنسب في مجال | الموارد |
| **من منزل الى منزل** | تدعم المحادثات التفصيلية  • أكثر خصوصية  • سرعة البدء وبقيادة المتطوعين | • تتطلب عمالة كثيفة  • نطاق جغرافي محدود  • يتطلب الوصول المادي (إلى المجتمع)  • يلزم المتطوعون مهارات تواصل جيدة | • جمع التغذية الراجعة  • مناقشة القضايا  الحساسة أو المعقدة  • تغيير السلوك  • الإبلاغ عن المخاطر | انظر تدريب مهارات الاتصال الذي مدته يوم واحد |
| **اللقاءات المجتمعية** | • يمكن للأشخاص تقديم تغذية راجعة وطرح الأسئلة والحصول على إجابات  • الشفافية، حيث يحصل الجميع على نفس المعلومات في نفس الوقت  • تكلفة منخفضة وتكنولوجيا منخفضة | • نطاق جغرافي محدود  • تتطلب الوصول المادي  • لا يشعر الجميع بالقدرة على التحدث في اللقاءات العامة  • يمكن استبعاد الأشخاص ذوي القدرة المحدودة على الحركة | • مشاركة معلومات البرنامج التفصيلية  • مناقشة قضايا البرنامج بشكل جماعي مع المجتمعات  • جمع تغذية راجعة عامة  • شرح المعلومات المعقدة،  • تغيير السلوك | أداة 17:  اللقاءات المجتمعية |
| **مكاتب المعلومات / المساعدة** | • يمكن للأشخاص الحصول على استجابة أسرع لملاحظاتهم  • الخصوصية  • تخدم الأشخاص في المجتمع  • تكلفة منخفضة وتكنولوجيا منخفضة | • نطاق جغرافي محدود  • تتطلب الوصول المادي  • قد لا يرغب بعض الأشخاص في أن يظهروا أثناء وجودهم في المكتب  • حاجة موظفي مكتب المساعدة إلى التدريب | • إدارة التغذية الراجعة وشكاوى البرنامج  • مفيدة بشكل خاص خلال عمليات التوزيع للتعامل مع الأسئلة والشكاوى بخصوصية وبسرعة | أداة 15:  مجموعة التغذية الراجعة |
| **حلقات النقاش المركزة** | • يمكن مناقشة القضايا بعمق وجمع ردود فعل مفصلة حول مواضيع محددة  • يمكن أن تستهدف مجموعات محددة، على سبيل المثال، النساء والأشخاص ذوي الإعاقة  • تكلفة منخفضة وتكنولوجيا منخفضة | • تقتصر على مجموعات صغيرة، وبالتالي فإن البيانات ليست تمثيلية  • نطاق جغرافي محدود  • تتطلب الوصول المادي  • تطلب وسطاء ذوي اخبرة ومهارة | • فهم السياق والاحتياجات والقدرات  • تخطيط البرامج ورصدها وتقييمها  • استكشاف التصورات والمفاهيم المتعلقة بتغيير السلوك | أداة 16:  دليل حلقات النقاش المركزة |
| **المسرح المجتمعي أو الدراما** | • تفاعلية وجاذبة  • تجمع أفراد المجتمع معًا لمناقشة القضايا بشكل جماعي | • يحتاج إلى إعداد جيد وتدريب ليكون فعالاً، أو الاستعانة بشركة خارجية  • نطاق جغرافي محدود | • تغيير السلوك  • الإبلاغ عن المخاطر - قد يكون البدء بطيئًا | استخدام الأشكال المحلية من المسرح والرقص |
| **السينما المتنقلة –** عرض الأفلام في المجتمعات | • تفاعلية وجاذبة  • يمكن لمقاطع الفيديو تبسيط المعلومات المعقدة، على سبيل المثال، انتشار العدوى  • تجمع أفراد المجتمع معًا لمناقشة القضايا بشكل جماعي | • يلزم إعداد جيد وتدريب لتكون فعالة  • تتطلب معدات ومهارات فنية، مثل جهاز العرض  • نطاق جغرافي محدود  • تتطلب محتوى فيديو عالي الجودة | • تغير السلوك  • الإبلاغ عن المخاطر - ولكن ليس في المرحلة الأولى من الوباء حيث قد يكون إعداده بطيئًا للغاية | اطلع على موارد السينما المتنقلة في مركز المشاركة المجتمعية |
| **الراديو المحمول – البرامج الإذاعية المسجلة التي يتم تشغيلها للجميع في المجتمعات** | • في حال استخدام برامج إذاعية مسجلة مسبقًا، فقد يكون ذلك أمرًا بسيطًا  • يعد تشغيل البرامج الإذاعية المباشرة أمرًا تفاعليًا وجذابًا  • لا يحتاج الناس إلى أجهزة الراديو  • يجمع الناس معا | • يتطلب معدات ومهارات فنية مثل مكبرات الصوت والأدوات  • يتطلب محتوى برنامج إذاعي  • نطاق جغرافي محدود | • تغيير السلوك  • الإبلاغ عن المخاطر - ولكن ليس في المرحلة الأولى حيث قد يكون إعداده بطيئًا  • عندما يشكل التواصل الوجاهي خطرًا، على سبيل المثال، فيروس كورونا | تعرف على كيفية استخدام الصليب الأحمر الرواندي لموارد الراديو العامة للراديو المتنقل في الملتقى |
| **مكبرات الصوت** | • الوصول إلى الكثير من الأشخاص في وقت واحد في الأماكن المزدحمة  • سرعة البدء وبقيادة المتطوعين | • الاتصال في اتجاه واحد  • ليس جذاباً للغاية – قد ينزع الناس من الصوت المرتفع  • الحاجة إلى شراء مكبرات الصوت  • نطاق جغرافي محدود | مشاركة رسائل قصيرة وبسيطة  • إعلانات البرامج  • الإبلاغ عن المخاطر، ولكن في بداية الاستجابة فقط | فكر في تركيب مكبرات صوت في المجتمعات المحلية، حيث يمكنهم استخدامها بأنفسهم |
| **الموسيقى التصويرية** | • الوصول إلى الكثير من الأشخاص في وقت واحد في الأماكن المزدحمة  • نقل المعلومات بسرعة إلى مواقع متعددة في يوم واحد  • يمكن تشغيل الموسيقى للفت الانتباه | • الاتصال في اتجاه واحد  • ليست جذابة للغاية – قد ينزع الناس من الصوت المرتفع  • قد يكون من الصعب سماع الرسائل في حالة تحرك السيارة  • تتطلب مركبة ومكبرات الصوت | • مشاركة رسائل قصيرة وبسيطة  • إعلانات البرامج  • الإبلاغ عن المخاطر، ولكن فقط في المراحل المبكرة من الوباء | يمكن أن تكون الموسيقى التصويرية بسيطة مثل توصيل مكبر صوت ونظام النداء العمومي بشاحنة أو دراجة نارية |
| **المنشورات والملصقات** | • يمكن نشرها في المجتمع  • يدعم الأنشطة الوجاهية مثل السينما المتنقلة | • الاتصال في اتجاه واحد  • يمكن أن تستغرق الكتابة والتصميم وقتًا طويلاً  • يمكن أن تكون تكاليف الطباعة باهظة الثمن  • صعوبة الإلمام بالقراءة والكتابة  • أثر محدود على السلوكيات | • مشاركة معلومات البرنامج - على سبيل المثال، معايير الاختيار، والجداول الزمنية، ونحوها  • رسائل بسيطة تتعلق بالمخاطر أو رسائل تغيير السلوك، ولكن من غير المرجح أن تنجح إذا كانت هي الأسلوب الوحيد المستخدم |  |
| **الجداريات** | • ملونة وجذابة  • دائمة | • الاتصال في اتجاه واحد  • نطاق جغرافي محدود  • الكثير من النفقات والوقت للعثور على فنان جيد | • رسائل بسيطة لتغيير السلوك لا تتغير بشكل متكرر، مثل غسل اليدين | انظر الدليل الخاص بالجداريات المجتمعية من الأمريكتين |
| **لوحات الإعلانات** | • دائمة  • قد يستخدمها أفراد المجتمع أيضا  • رخيصة نسبيا | • التواصل في اتجاه واحد (ما لم يكن مع صندوق الاقتراحات)  • العمالة المكثفة للحفاظ على تحديث لوحة الإعلانات  • ليست جيدة لمنخفضي المعرفة بالقراءة والكتابة  • قد يستغرق البناء والتركيب وقتًا طويلاً ومكلفًا | • مشاركة معلومات البرنامج الخاصة بالمجتمع، على سبيل المثال، معايير الاختيار والقوائم، وتفاصيل التوزيع  • مكان مخصص للوائح تغير السلوك | انظر دليل المشاركة المجتمعية والمساءلة ، صفحة 61 للحصول على قائمة مرجعية بالمعلومات لمشاركتها مع المجتمعات |
| **صندوق الاقتراحات** | • يدعم التغذية الراجعة مجهولة المصدر  • تكنولوجيا منخفضة وتكلفة منخفضة على الجمعية الوطنية والمجتمع  • سهولة وصول المجتمع إليها | • يستبعد ذو المستوى المنخفض بالقراءة والكتابة  • يحتاج الناس إلى مواد الكتابة  • ثقة محدودة في المجتمعات، حيث أنهم لا يعرفون متى سيحصلون على رد أو من يرى التغذية الراجعة الخاصة بهم  • تستغرق عملية التثبيت وجمع التغذية الراجعة بانتظام وقتًا طويلاً | • عندما يرغب الأشخاص في تقديم التغذية الراجعة مجهولة المصدر ويكون هناك معدل مرتفع للقراءة والكتابة | ثنائي الاتجاه فقط إذا تلقت المجتمعات ردًا على التغذيات الراجعة أداة 15: مجموعة التغذية الراجعة |
| **برامج إذاعية مع مكالمات هاتفية** | • مسلية وجذابة  • يمكن أن تصل إلى أعداد كبيرة  • مناقشة المواضيع المعقدة وجمع التغذية الراجعة (المحدودة) والإجابة على أسئلة المتصل  • تعمل عن بعد  • الراديو شائع ومنتشر | • قد يكون وقت البث باهظ الثمن  • يتطلب تشغيل برنامج إذاعي منتظم موظفين ووقتاً وتمويلاً  • يلزم إمدادات ثابتة من الضيوف الخبراء  • يحتاج فريق الراديو إلى التدريب الجيد | • مناقشة قضايا الإبلاغ عن المخاطر وتغير السلوك  • تبادل المعلومات حول الجمعية الوطنية  • يمكن استخدامها للتواصل بشأن البرنامج إذا كان هناك الكثير من المستمعين للبرنامج | موارد الراديو على موقع المركز |
| **الخطوط الساخنة** | • توفر ردًا فوريًا  • قد تكون بسيطة أو معقدة، بناءً على الاحتياجات والموارد  • تغطي مساحات واسعة  • الخصوصية  • تعمل عن بعد | • تتطلب ميزانية وموارد بشرية للإعداد والإدارة  • يجب أن يتم تدريب موظفي الاتصال  • تغطية الهواتف وشبكة الافراد  • التكلفة، إذا لم يكن الخط مجانيًا  • يجب الإعلان عنها بشكل جيد | • جمع التغذية الراجعة ، بما في ذلك الشكاوى، والإجابة على الأسئلة حول البرنامج  • يمكن استخدامها لتتبع وجهات النظر ، لكنها ليست مثالية حيث يلزم الأشخاص الاتصال بنا | أداة 15:  مجموعة التغذية الراجعة ، صندوق الخط الساخن |
| **تطبيقات المراسلة** – واتس اب ، ونحوها | • متعددة الاستخدامات - يمكن استخداماه مع مجموعات كبيرة أو صغيرة لمشاركة المعلومات وتلقيها  • مشاركة النصوص والصور والفيديو  • تعمل عن بعد  • وصول ومشاركة واسعة النطاق وسريعة  • منخفضة التكلفة وسهلة الاستخدام | • يحتاج المستخدمون إلى هاتف ذكي و الوصول إلى الإنترنت  • غير مناسبة لغير الملمين بالقراءة والكتابة  • تستغرق وقتا طويلا للرد على الكم الهائل من الرسائل  • لا يمكن التحكم في ما تتم مشاركته، لذلك يحتاج إلى مراقبة مستمرة | • تبادل المعلومات البسيطة والإجابة على الأسئلة مع الكثير من الأشخاص في منطقة واسعة  • مشاركة تحديثات البرنامج بسرعة مع مجموعات محددة  • جمع التغذية الراجعة وتتبع وجهات النظر عن بعد | انظر الدليل حول استخدام واتساب للأعمال التجارية في الأمريكتين لدعم المهاجرين ودراسة الحالة من بيرو |
| **وسائل التواصل الاجتماعي -** فيسبوك، تويتر، إنستغرام وغيرها | • متعددة الاستخدامات - يمكن استخدامها للتواصل في اتجاه واحد أو في اتجاهين في الأماكن العامة، أو في مجموعات صغيرة أو بين شخصين  • مشاركة النصوص والصور والفيديو  • واسعة النطاق وسريعة الوصول  • تشجع على التفاعل  • تعمل عن بعد  • تكلفة منخفضة | • تعمل فقط في المناطق ذات الاستخدام العالي للهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي وإمكانية الوصول الجيد إلى الإنترنت  • لا تناسب غير الملمين بالقراءة والكتابة  • تحتاج إلى عدد كاف من المتابعين، ومحتوى منتظم مشوق  • تستغرق وقتا طويلا للرد على الكم الهائل من المشاركات  • لا يمكن التحكم في ما تتم مشاركته، لذلك يحتاج إلى مراقبة مستمرة | • تبادل المعلومات المتعلقة بالمخاطر وتغيير السلوك مع مجموعات كبيرة  • تتبع الآراء وطلب التغذية الراجعة حول قضايا محددة  • إجراء استطلاعات الرأي البسيطة  • تشجيع المناقشات العامة حول الجمعية الوطنية  • تبادل المعلومات العامة  • مشاركة التحديثات مع مجموعة مغلقة من مستخدمي البرنامج | انظر دليل اللجنة الدولية والاتحاد الدولي بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي  إرشادات حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكافحة فيروس كورونا و الموارد العامة حول وسائل التواصل الاجتماعي |
| **الرسائل القصيرة ذات الاتجاهين** | • إمكانية الوصول إلى أعداد كبيرة من الأشخاص بسرعة وبشكل مباشر  • تعمل عن بعد  • تعمل على الهواتف غير الذكية | • يتطلب تغطية الشبكة وملكية الهاتف  • لا تناسب غير الملمين بالقراءة والكتابة  • يجب أن تكون الرسائل قصيرة جدًا  • قد يكون إعداد نظام الرسائل النصية القصيرة ثنائي الاتجاه معقدًا  • قد يتكلف الناس الناس في الرد  • أصبح الرسائل النصية أقل شيوعاً | • جمع تغذية راجعة بسيطة وسريعة عن بعد من المجتمعات التي ليس لديها إمكانية الوصول إلى الإنترنت أو الهاتف الذكي  • استطلاعات بسيطة لتتبع الآراء أو المعتقدات للأشخاص الذين لا يتوفر لديهم إمكانية الوصول إلى الإنترنت أو الهاتف الذكي | يستخدم الاتحاد الدولي:  - تويلو  - رابيد برو  تواصل مع ian.odonnell@ifrc.org لمزيد من المعلومات |
| **روبوتات الدردشة** تعتبر خدمات آلية، عادةً ما تكون ضمن تطبيقات المراسلة، حيث يتم توفير المعلومات للأشخاص والحصول على رد آلي | • يمكن الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس بسرعة  • يمكن للناس أن يطلبوا المعلومات التي يحتاجون إليها  • يمكن التعامل مع حجم كبير من الطلبات في وقت واحد  • مجهولة المصدر، حتى يتمكن من الإجابة على الأسئلة التي قد يشعر الناس بالحرج من طرحها شخصياً  • تعمل عن بعد  • يمكن توفير المعلومات بلغات متعددة | يحتاج المستخدمون إلى الوصول إلى الإنترنت والهاتف الذكي  • لا تناسب غير الملمين بالقراءة والكتابة  • تتطلب تكنولوجيا متخصصة للإعداد  • تحتاج البرامج إلى "التدريب" للرد بدقة، الأمر الذي يستغرق وقتًا  • الإجابات آلية، لذلك قد لا يحصل المستخدمون على الإجابة الصحيحة لسؤالهم ويشعرون بالإحباط لعدم التحدث إلى شخص طبيعي | • للرد على الأسئلة الشائعة من أعداد كبيرة من الناس  • عندما يكون هناك ما يكفي من الوقت والميزانية لتجربة أساليب مبتكرة جديدة  • عندما يكون الوصول المادي إلى المجتمعات محدودًا  • يمكن استخدام برامج الدردشة الآلية لرصد احتياجات الأشخاص من المعلومات بناءً على الأسئلة التي يطرحونها | دراسة حالة من كازاخستان  تتطلب روبوتات الدردشة دعمًا متخصصًا.  يستخدم الاتحاد الدولي:  - توليو  اتصل بالاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر في جنيف، ian.odonnell@ifr c.org  لمزيد من المعلومات |
| **الرد الصوتي التفاعلي**  خط ساخن يحتوي على معلومات مسجلة، ويختار الأشخاص ما يستمعون إليه | • التعامل مع عدد كبير من المكالمات دون الحاجة إلى موظفي الخط الساخن  • يقوم الأشخاص باختيار المعلومات التي يرغبون في الاستماع إليها  • يوفر معلومات مفصلة دون الحاجة إلى معرفة القراءة والكتابة  • طلب معلومات حساسة دون إحراج  • يعمل عن بعد  • يمكن توفير المعلومات بلغات متعددة | • يتطلب تغطية الشبكة وملكية الهاتف  • يتطلب تكنولوجيا متخصصة  • يستغرق وقتا طويلا لتسجيل المعلومات والحفاظ عليها  • قد يشعر الأشخاص بالإحباط لعدم التحدث إلى شخص طبيعي  • التواصل في اتجاه واحد وعدم القدرة على الرد على التغذية الراجعة  • قد يضطر الأشخاص إلى الدفع مقابل الاتصال | • للرد على الأسئلة المتداولة من أعداد كبيرة من الناس - وخاصة في الحالات التي يكون فيها مستوى المعرفة بالقراءة والكتابة منخفضا  • عندما يكون هناك ما يكفي من الوقت والميزانية لإعداد هذا الأمر  • عندما يكون الوصول المادي إلى المجتمعات محدودًا  • يمكن استخدامها لرصد احتياجات الأشخاص من المعلومات بناءً على ما يستمعون إليه | يتطلب الرد الصوتي التفاعلي برامج متخصصة. يستخدم الاتحاد الدولي:  - رابيد برو  اتصل بالاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر في جنيف،  ian.odonnell@ifrc.org لمزيد من المعلومات، دراسة حالة هايتي |
| **حلقات نقاش مركزة افتراضية**  استخدام المنصات عبر الإنترنت | • طريقة عن بعد لتنفيذ حلقات نقاش مركزة عندما يكون الوصول إليها غير ممكن  • يمكن استهداف مجموعات محددة، على سبيل المثال، النساء والشباب ، ونحوهم  • سهلة الاستخدام نسبيًا - يحتاج المشاركون فقط إلى النقر فوق رابط من هواتفهم أو أجهزة الكمبيوتر المحمول | • تتطلب الوصول إلى الإنترنت والهواتف الذكية  • يجب أن يكون المشاركون على دراية بالهواتف الذكية  • يحتاج الوسطاء إلى خبرة في التعامل مع الهواتف الذكية وتسهيل المناقشات عبر الإنترنت | • عندما لا يكون الوصول المادي ممكنًا وتحتاج إلى إجراء مناقشات أكثر تعمقًا مع المجتمعات، على سبيل المثال، من أجل التقييمات والرصد ونحو ذلك  • عندما لا تسمح الميزانية/الوقت بالتخطيط الشخصي للبرامج مع المجتمعات | أداة 16: دليل حلقات النقاش المركزة  جرب جيتسي: https://meet.jit.si/ |
| **الرسائل القصيرة ذات الاتجاه الواحد** | يمكن أن تصل إلى أعداد كبيرة من الناس بسرعة وبشكل مباشر  • تعمل عن بعد  • تعمل على الهواتف غير الذكية | • تتطلب تغطية الشبكة وملكية الهاتف  • لا تناسب غير الملمين بالقراء والكتابة  • يجب أن تكون الرسائل قصيرة جدًا  • يلزم معرفة أرقام الأشخاص | • مشاركة تحديثات البرامج القصيرة مع المجتمعات  • تبادل رسائل قصيرة وبسيطة للتواصل بشأن المخاطر بسرعة مع أعداد كبيرة من الأشخاص | انظر أدلة الرسائل القصيرة على موقع المركز  يستخدم الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر جهة اتصال Twilio: ian.odonnell@ifrc.org |
| **الإعلانات أو البرامج التلفزيونية**  إعلانات مدتها 30 إلى 60 ثانية حول موضوع محدد | • وصول واسع وسريع  • جذابة ومقنعة  • سهولة نقل المعلومات المعقدة بشكل مرئي  • يمكن بث الإعلانات بانتظام طوال اليوم على محطات متعددة | • مكلفة في الإنتاج والبث  • التواصل في اتجاه واحد  • يستغرق إنتاج المحتوى وقتًا طويلاً وعادة ما يتطلب شركة إنتاج  • ملكية التلفاز أقل شيوعاً في المناطق الريفية أو المحرومة | • تغيير السلوك أو معلومات الإبلاغ عن المخاطر - إذا كان من الممكن إنتاج الإعلانات بسرعة  • عندما يكون هناك ما يكفي من الوقت والتمويل | في بعض البلدان، من الممكن بث البرامج الحوارية التلفزيونية بسعر رخيص على الإنترنت أو محطات تلفزيون الرئيسية |
| **برامج الراديو**  **، والأناشيد، والإعلانات**  إعلانات مدتها 30 إلى 60 ثانية حول موضوع محدد | • وصول واسع وسريع  • مسلية وجذابة  • تعمل عن بعد  • الراديو شائع ومنتشر  • عادة ما يكون تنفيذها سريعًا ورخيصًا  • يمكن أن يكون بلغات متعددة  • يتم بثها على محطات متعددة | • الاتصال في اتجاه واحد فقط  • قد يكون وقت البث مكلفًا  • تتطلب المواقع مهارات التسجيل والتحرير  • يمكن تقديم معلومات محدودة فقط | • تغيير بسيط في السلوك ومعلومات الإبلاغ عن المخاطر  • إعلانات البرامج إذا كان مستمعو الراديو يتوافقون بشكل جيد مع مجال البرنامج | يمكن إنتاج اللقطات داخل الشركة أو عن طريق محطة الراديو أو شركة الإنتاج |
| **الدراما الإذاعية** | • مسلية وجذابة  • تستطيع معالجة القضايا المعقدة أو الحساسة بعمق  • تغطية قضايا متعددة مع مرور الوقت  • فعالة في تغيير السلوكيات  • الراديو شائع ومنتشر  • تعمل عن بعد  • يتم بثها على محطات متعددة | • اتصال أحادي الاتجاه - ما لم يكن مقترنًا ببرنامج اتصال إذاعي  • قد يكون وقت البث مكلفًا  • يستغرق الأمر وقتًا ومهارات متخصصة لإنتاج دراما عالية الجودة، لذا قد تحتاج إلى شركة متخصصة  • عادة بلغة واحدة فقط | • التواصل المعقد لتغيير السلوك  • الإبلاغ عن المخاطر - في وقت لاحق من الاستجابة بسبب الوقت اللازم لإعداد دراما إذاعية  • النظر في إقامة شراكات مع منظمات أخرى لتقاسم عبء إنتاج تلك البرامج | للحصول على أمثلة انظر:  <https://www.devel>  opmentmedia.net/  <https://www.popul>  ationmedia.org/pro  jects/  <https://www.soulci>  ty.org.za/media/so  ul-city-series |
| **الصحف** | • تغطية مساحات واسعة  • الجمع بين النصوص والصور  • يمكن تقديم معلومات مفصلة | • الاتصال في اتجاه واحد فقط  • لا تناسب غير الملمين بالقراءة والكتابة  • عادة ما يتعين عليك دفع ثمنها  • قد يكون شراء المساحة مكلفًا  • أقل انتشاراً خارج المناطق الحضرية  • قد تخدم حزب سياسي معين | • إعلانات حول الجمعية الوطنية أو البرنامج - إذا كان القراء يتوافقون مع مجال البرنامج  • الإبلاغ البسيط عن المخاطر أو معلومات تغيير السلوك  • عندما يكون الوصول المادي صعبًا، أو عندما تحتاج إلى الوصول إلى العديد من الأشخاص في منطقة واسعة |  |