



Note d'information

Influenceurs des Médias Sociaux Communautaires

Introduction

Les opérations du HCR ont une expérience considérable dans l'engagement communautaire qui inclut, entre autres, le travail avec les structures élues des dirigeants communautaires, jeunes leaders communautaires, les représentants des groupes de femmes, etc. Dans de nombreux contextes où le HCR travaille, les membres de la communauté utilisent les médias sociaux pour communiquer, partager des idées et accéder à l'information. Pour certains membres de la communauté, les médias sociaux sont un outil de communication privilégié et fiable. Au sein de ces communautés, certains individus construisent de vastes réseaux en ligne et sont en mesure d'avoir une influence importante sur les réseaux des médias sociaux. Ces influenceurs (qui comptent environ 1 000 à 5 000 adeptes) sont souvent appelés "nano-influenceurs" ou même "nanos".

Ces "influenceurs" sont souvent capables de faire le lien entre le monde en ligne et hors ligne, en reflétant les réalités hors ligne dans leur contenu en ligne - par exemple des vidéos filmées localement, du contenu utilisant le langage local et des réponses à des incidents "réels". Grâce à leur proximité - et à la création de contenus pertinents et attrayants - ces influenceurs sont souvent en mesure d'établir la confiance et de façonner des récits au sein des communautés. Issus de la communauté elle-même, ces influenceurs peuvent établir des liens sur le plan émotionnel en créant un contenu nuancé qui a une résonance significative avec les communautés avec lesquelles ils travaillent.

Contexte

Le travail avec les influenceurs des médias sociaux communautaires a le potentiel de renforcer la capacité du HCR à établir la confiance dans une communauté en soutenant la création de contenu en ligne, en partageant et en répondant aux communautés en ligne. Cependant, travailler avec des personnes influentes dans les médias sociaux n'est pas sans défis - souvent liés à la sélection, au devoir de diligence raisonnable, au risque de renforcer des inégalités déjà bien ancrées par des stéréotypes et à l'exclusion des voix minoritaires.

Au niveau global, DER (Division of International Relation) a également acquis une expérience considérable en matière de collaboration avec les influenceurs en ligne, qu'il s'agisse de ceux qui comptent des milliers d'adeptes ou des "nanos". Ces connaissances sont utilisées dans l'élaboration d'une boîte à outils destinée à soutenir les opérations du HCR dans leur engagement avec les influenceurs.

Alors que cet engagement était initialement axé sur les relations extérieures - y compris par le biais de partenariats avec le secteur privé - un certain nombre d'opérations du HCR ont commencé à s'engager avec ces nano-influenceurs pour renforcer les approches de protection communautaires. Ces initiatives comprennent l'engagement des "nanos" au niveau national ou plus local (c'est-à-dire dans une zone d'installation ou un camp spécifique), la création de contenus créatifs et attrayants pour un public divers.

Le Service Innovation - avec le soutien de DER - souhaite tirer des enseignements des opérations des pays d'intervention du HCR visant à tester la pratique émergente consistant à exploiter les réseaux de nano-influenceurs pour soutenir la protection des réfugiés.

Portée et objectifs

Dans le monde hors ligne, l'identification des "représentants de la communauté" et des parties prenantes de la communauté suit généralement une cartographie/évaluation approfondie et des processus de sélection transparents. Ces processus de cartographie visent à identifier les parties prenantes dans toute la diversité d'une communauté - en veillant à ce que des points focaux soient identifiés pour représenter les groupes les plus marginalisés. Les intervenants communautaires sont également souvent appuyés par un soutien de renforcement des capacités et des compétences et sont équipés de "boîtes à outils" qui les aident à intervenir auprès des communautés. La formation couvre généralement les questions de protection et des sujets spécifiques (par exemple la santé publique, l'éducation) - cela inclut aussi des sessions régulières de remise à niveau. L'engagement entre les principaux points focaux communautaires, les partenaires et le HCR est fréquent - souvent quotidien.

Cette expérience hors ligne peut être traduite en ligne, car les stratégies de protection communautaire du HCR englobent les communautés en ligne. Il y a bien sûr quelques différences avec les approches communautaires en ligne, qui nécessitent une supervision et un suivi. Néanmoins, des stratégies similaires d'identification des individus (qui garantissent une approche en matière d'âge, de genre et de diversité) ainsi que le renforcement des capacités et le mentorat peuvent être adoptés.

Le soutien aux intervenants communautaires dans le monde en ligne inclut le renforcement des capacités sur les concepts clés en matière des médias sociaux liés à la vérification des sources d'information, à la validation des informations, à la protection des données, à la vie privée et à la gestion des attentes. Ce soutien pourrait également s'étendre à la création de contenu - couvrant des sujets tels que l'utilisation du contenu audiovisuel, les méthodes de design inclusif, la manière de reconnaître les préjugés et préjugés personnels et aux méthodologies en matière d'essai des utilisateurs. Il porterait également sur la manière d'aider les influenceurs à reconnaître et à référer de manière appropriée les problèmes de protection qui leurs sont signalés directement ou via leurs réseaux

Appel à propositions

Le Service d'Innovation a reçu des demandes de soutien de la part d'opérations souhaitant tester des modalités pour identifier et soutenir les influenceurs des médias sociaux communautaires. Le Service d'Innovation a donc développé ce "Défi" pour soutenir les opérations visant à développer des solutions créatives pour travailler avec les intervenants communautaires en ligne. Les propositions retenues obtiendront une subvention pour mettre en place des solutions qui soutiennent:

1. La mise en place d'une équipe de projet multifonctionnelle (c'est-à-dire Protection, Communication, ITC, PSP) afin de tirer parti des avantages comparatifs des différentes fonctions;
2. La cartographie et l'identification des nano-influenceurs au sein de la communauté qui seraient en mesure de représenter et cibler différents groupes en matière d'âge , de genre et de diversité (c'est-à-dire par une cartographie à tous les niveaux et en collaboration avec l'équipe d'ambassadeurs GoodWill du département des relations externes (anglais: DER)). Cela peut se faire tant à un niveau national/local selon qu'il convient;
3. Le développement d'une stratégie d'engagement pour les influenceurs qui ont été identifiées - y compris la manière dont la sélection et les engagements seront communiqués au sein de la communauté;
4. La réalisation de diligence raisonnable et de processus vérification sur les influenceurs identifiés avant de s'engager avec eux;
5. La planification et mise en œuvre d'un program de renforcement des capacités avec les "influenceurs" (en ligne/en personne si possible) - c'est-à-dire sur la création de contenu multimédia, la sauvegarde et le code de conduite, la confidentialité et la protection des données, la diversité et l'inclusion, et la gestion des attentes;
6. La mise en relation des activités des influenceurs communautaires avec les activités sur les réseaux sociaux effectuées par le HCR (c'est-à-dire au niveau national, régional et/ou mondial) et;
7. Déploiement, suivi et évaluation des activités des nano-influenceurs.

Pour soumettre une manifestation d'intérêt à ce défi, cliquez sur le bouton Appliquer maintenant.

(Vous devrez vous connecter à votre compte HCR)