

## **Widoczność w Internecie**

Uczestnicy będą w stanie wskazać jeden typ informacji osobistych, którymi mogą zarządzać w Internecie, jedną formę informacji, których wcale nie mogą kontrolować w Internecie, oraz jedną rzecz, którą mogą zrobić w związku z niektórymi aspektami swoich informacji osobistych w Internecie będących poza ich bezpośrednią kontrolą.

# Profile w Internecie i narracja

## Część pierwsza

### Poinformuj uczniów

Informacje publiczne dostępne na nasz temat w Internecie pochodzą z wielu źródeł. Część z nich, np. udostępniane treści (zdjęcia, filmy, posty tekstowe itd.) można kontrolować z poziomu profilu w serwisie społecznościowym.

### Interakcja z klasą

Wyświetl przy użyciu projektora stronę Baracka Obamy na Facebooku. Następnie odczytaj lub wyświetl hipotetyczne negatywne komentarze internetowe na temat Obamy. Wyjaśnij uczestnikom, że treść komentarzy i zawartość kont jest fikcyjna. Materiały te zostały utworzone wyłącznie na potrzeby tego ćwiczenia.

1. @Luciano1782586: Barack Obama przypala wszystko, co wrzuci na ruszt, łącznie z gospodarką!
2. @Artemis4062456: Obama ma kiepską orientację w terenie. Bez GPS-u nie trafi nawet do Białego Domu!
3. @Sergei5639876: Obama nie wie, co to jest polityka zagraniczna, nawet gdyby dostał traktatem w twarz.

### Zwróć się do uczniów

Jaką reakcję powoduje u Was strona Baracka Obamy na Facebooku?

Co sądzicie o hipotetycznych negatywnych komentarzach wymierzonych w Obamę?

Jak Waszym zdaniem poczułby się sam Obama (np. urażony, rozbawiony)? Jak mogą zostać odebrane komentarze przez sympatyków i przeciwników Obamy?

## Część druga

### Poinformuj uczniów

Teraz skupmy się na Waszych profilach w serwisach społecznościowych.

### Zwróć się do uczniów

Co wyczytają na Wasz temat osoby odwiedzające Wasze profile?

Kto za tym stoi?

W jaki sposób można zarządzać tymi informacjami?

Na jakie treści internetowe na swój temat możecie wpływać?

Czego nie możecie kontrolować?

### **Poinformuj uczniów**

Spójrzcie na jeden ze swoich profili w serwisach społecznościowych (takich jak Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, WeChat itp.) lub na profil osoby publicznej (np. kogoś z branży muzycznej i/lub filmowej, polityka, biznesmena). Wybierzcie kilka przykładów treści (np. zdjęcia, filmy, posty tekstowe) widocznych w tym profilu.

### **Zwróć się do uczniów**

Kto utworzył te posty? Dlaczego?

Jak brzmią komentarze pod nimi?

Kto jest grupą docelową poszczególnych postów?

Jakie informacje zostały pominięte?

# Zadanie

## Zadanie

### Zadanie

Poproś uczestników o napisanie kilku akapitów na podstawie postów, które przeglądali w poprzednim ćwiczeniu. Niech odpowiedzą na następujące pytania:

Nad jakim typem zawartości Ty lub właściciel konta macie głównie kontrolę?

1. Proponowane odpowiedzi: nazwa użytkownika, aktualizacje statusu, posty, udostępnienia, tweety, zdjęcia lub filmy dodawane przez Ciebie do relacji lub wspomnień, komentarze do treści udostępnianych przez innych w serwisie społecznościowym.

Nad jakim typem zawartości Ty lub właściciel konta nie macie głównie kontroli?

1. Proponowane odpowiedzi: komentarze innych osób do treści udostępnianych przez Ciebie w serwisie społecznościowym (np. Twoje relacje, wspomnienia, aktualizacje statusu, tweety), treści udostępniane w serwisie społecznościowym przez inne osoby, sposób, w jaki znajomi, obserwujący lub inne osoby, z którymi masz połączenie, udostępniają przesłane przez Ciebie treści.

Jaką jedną rzecz możesz zrobić w związku z treścią napisaną na Twój temat przez kogoś innego, a która z jakiegoś powodu Ci się nie podoba (np. nie masz ŻADNEJ kontroli nad tą treścią)?

1. Proponowane odpowiedzi: odznaczyć siebie, skontaktować się z osobą, która udostępniła daną treść, i poprosić ją o jej usunięcie, zablokować użytkownika, w przypadku obaw o własne bezpieczeństwo powiadomić zaufaną osobę dorosłą, w zależności od platformy, zgłosić treść i/lub użytkownika w przypadku nękania lub prześladowania.