



REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

МОДУЛЬ 2: Вступ до платформ соціальних мереж План заняття



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Project no. **2023-1-PL01-KA220-ADU-000156610**

Project website <https://www.remcreadwomen.eu/>



Модуль 2. Вступ до платформ соціальних мереж

Вступ:

Модуль "Вступ до платформ соціальних мереж" зосереджується на тому, щоб навчити учасників стратегічно та безпечно використовувати основні платформи соціальних мереж для особистого самовираження, налагодження контактів, адвокації чи просування продуктів та послуг.

Він розроблений в інтерактивному форматі, який може бути використаний у різних умовах: як окремий воркшоп або багатоетапне навчання, онлайн чи офлайн, а також у змішаному форматі. Матеріали легко адаптувати та використовувати повністю або лише окремі вправи. Рекомендується адаптувати їх відповідно до потреб групи.

Метою цього модуля є забезпечення учасників знаннями, навичками та вміннями, необхідними для роботи на різних платформах — Facebook, Instagram, TikTok та YouTube, з розумінням їх ключових функцій, аудиторії, можливостей та пов'язаних ризиків. Учасники також навчаються оцінювати заходи онлайн-безпеки та розробляти користувацький профіль для більш точного налаштування контенту під конкретні цільові групи.

Структура модуля базується на плані заняття, який включає:

- **Розминки**, що досліджують поточні звички та вподобання учасників у соціальних мережах.
- **Ознайомлення** з термінологією та функціями платформ для ознайомлення учасників з ключовими поняттями та інструментами, специфічними для кожної платформи.
- **«Полювання за скарбами»** у соціальних мережах, де невеликі групи вивчають функції та налаштування безпосередньо в кожній платформі.
- **Обговорення сценаріїв ризику** для розробки стратегій безпечного та етичного використання соціальних мереж.
- **Вправи** зі створення персонажів користувачів для допомоги учасникам у визначенні цільової аудиторії та розробці контенту, що резонує з нею.
- **Підсумкові та рефлексивні вправи** для закріплення знань та опрацювання запитань.

Викладачі можуть використовувати модуль як повний пакет або обирати окремі вправи відповідно до потреб учасників, рівня володіння мовою та цифрових навичок. Кожен розділ містить очікувані результати навчання, чіткі інструкції, списки матеріалів, рекомендації щодо тривалості занять, а також поради для фасилітаторів для забезпечення зручного проведення заняття.

Зрештою, цей модуль надає викладачам можливість спрямовувати мігранток і біженок у використанні платформ соціальних мереж як безпечних, креативних та цілеспрямованих інструментів для спілкування, самовираження та особистісного або професійного розвитку.



Нижче наведено матрицю результатів навчання, яка аналізує знання, навички та ставлення, на яких базується модуль.

	ЗНАННЯ	ВМІННЯ	СТАВЛЕННЯ
2.1 Вступ до соціальних мереж та 4 різних платформ	Розуміння загальної термінології, різних типів онлайн-платформ та їхніх функцій/сервісів. Розуміння потенційних онлайн ризиків або небезпек, пов'язаних з використанням соціальних мереж.	Здатність виявляти потенційні загрози, такі як крадіжка персональних даних або кібербулінг. Вміння розрізняти безпечний та фейковий контент у соціальних мережах. Впевненість у використанні платформ соціальних мереж як цінного інструменту для особистого брендингу.	Визнання важливості критичного мислення. Зручність і простота використання соціальних медіа-платформ для просування та залучення бізнесу. Креативність та адаптивність у створенні контенту відповідно до вподобань аудиторії. Впевненість в усвідомленні основних загроз, з якими можна зіткнутися, і в здатності ефективно протистояти їм.
Youtube	Розуміння основного використання платформи YouTube, включаючи знання її функцій. Розуміння можливостей цієї платформи для використання її для особистого просування та брендингу. Розуміння основних ризиків або небезпек, пов'язаних з використанням платформи.	Можливість використовувати різні функції платформи YouTube, такі як створення облікового запису, перегляд відео, завантаження відео, вподобання відео, створення списків відтворення та обмін відеопосиланнями. Вміння виявляти потенційні загрози та впроваджувати заходи для мінімізації впливу такого контенту.	Слід визнати, що обізнаність з навігацією на платформі зазвичай покращується з часом. Впевненість у використанні платформи для просування та брендингу.



Facebook	Розуміння можливостей цієї платформи для використання її для особистого просування та брендингу. Розуміння типових демографічних характеристик користувачів для вибору цільової аудиторії. Розуміння основних ризиків або небезпек, пов'язаних з використанням платформи.	Можливість використовувати різні функції платформи, такі як створення облікового запису, створення дописів, коментування, завантаження історій, зображень та відео. Вміння виявляти потенційні загрози та впроваджувати заходи для мінімізації впливу такого контенту.	Слід визнати, що обізнаність з навігацією на платформі зазвичай покращується з часом. Впевненість у використанні платформи для просування та брендингу.
TikTok	Розуміння основного використання платформи TikTok, включаючи знання її особливостей. Розуміння можливостей цієї платформи для використання її для особистого просування та брендингу. Розуміння типових демографічних характеристик користувачів для вибору цільової аудиторії. Розуміння основних ризиків або небезпек, пов'язаних з використанням платформи.	Можливість використовувати різні функції платформи TikTok (запис/завантаження/редагування відео, прямі трансляції, поширення, фоловінг, геолокація). Вміння виявляти потенційні загрози та впроваджувати заходи для мінімізації впливу такого контенту.	Слід визнати, що обізнаність з навігацією на платформі зазвичай покращується з часом. Впевненість у використанні платформи для просування та брендингу.
Instagram	Розуміння основного використання платформи Instagram, включаючи знання її функцій. Розуміння можливостей цієї платформи для просування бізнесу та брендингу. Розуміння типових демографічних характеристик	Можливість використовувати різні функції платформи Instagram, такі як створення облікового запису, підписка на людей, обмін відео/зображеннями у вигляді постів/сторіз/виділених	Слід визнати, що обізнаність з навігацією на платформі зазвичай покращується з часом. Впевненість у використанні платформи для просування та брендингу.



	користувачів для вибору цільової аудиторії. Розуміння основних ризиків або небезпек, пов'язаних з використанням платформи.	моментів, чат з іншими учасниками. Вміння виявляти потенційні загрози та впроваджувати заходи для мінімізації впливу такого контенту.	
2.2 Створення персонажа для цільової аудиторії	Розуміння цільової аудиторії Розуміння того, як достукатися до цільової аудиторії через різні платформи.	Вміння визначати основні характеристики цільової аудиторії Здатність визначити правильний тип контенту, який би відповідав цільовій аудиторії.	Впевненість у створенні образу для своєї цільової аудиторії Креативність та адаптивність у створенні контенту відповідно до вподобань аудиторії.

Результати навчання:

Після завершення цього заняття учасники зможуть:

- Розуміти загальноприйняту термінологію, різні типи онлайн-платформ та їхні функції/послуги.
- Вибирати відповідну платформу для своєї цільової аудиторії.
- Визначати ризики безпеки на платформах соціальних мереж.
- Ознайомитися зі створенням персонажа для своєї цільової аудиторії.

Тривалість: приблизно 4 години

Діяльність	Мета	Поради для тренера	Матеріали	Хронологія	Додаткова література/посилання на ресурси
РОЗМИНКА: Тренер представляється групі, якщо він/вона не проводив інші тренінги раніше. На цьому етапі група вже має бути знайома між собою, але фасилітатор може запропонувати невелику вправу, щоб активізувати групу. Приміщення буде поділено на зони «ТАК/НІ/МОЖЛИВО» (або інші варіанти), і учасники повинні розташувати себе відповідно до своєї відповіді. Після кожного	- Познайомитися ближче зі своїми колегами та заглибитися в тему тренінгу	Залежно від того, знайома група чи ні, варто почати з називання імен, щоб учасники почувалися комфортніше і могли познайомитися ближче. Твердження можуть бути змінені відповідно до фокусу тренінгу або рівня знань учасників.	Велика тренінгова кімната, де учасники можуть розділитися на менші групи.	20 хв	

питання/твердження тренер просить учасників, які сидять посередині (зона «можливо»), пояснити, чому вони обрали це місце. Можливі твердження, які можна змінювати залежно від обговорень попереднього дня: • Я переважно користуюся Facebook / Instagram / TikTok. • Я проводжу в соціальних мережах більше 2 годин на день. • Я використовую соціальні мережі, щоб бути в курсі новин та поточних подій. • Я завів(ла) нових друзів або контакти через соціальні мережі. • Соціальні мережі в якийсь момент негативно вплинули на мою продуктивність. • Іноді я відчуваю потребу зробити перерву від соціальних мереж.		Також твердження з вправи БІНГО можуть бути адаптовані до групи, щоб зробити її більш індивідуальною.			
--	--	--	--	--	--

Або соціальне медіа-бінго Ведучий роздає всім учасникам роздатковий матеріал з БІНГО, де є різні твердження. Учасники повинні ходити по колу і запитувати інших, чи ідентифікують вони себе з цим твердженням, та записувати їхні імена. Імена не повинні повторюватися. Коли одна людина заповнить один рядок або всю сторінку (тут залежить від того, скільки часу відведено на вправу), вправа закінчується, і учасників запрошують повернутися на свої місця.	- Познайомитися ближче зі своїми колегами та заглибитися в тему тренінгу - Дізнатися один про одного та про те, яким соціальним мережам кожен з них надає перевагу і якими регулярно користується		Велика тренінгова кімната, де учасники мають можливість розділитися на менші групи Роздаткові матеріали з БІНГО в соціальних мережах	20-30 хв	
Вправа 2.1 Вступ до платформ соціальних мереж - теоретична частина - термінологія Почніть з короткого вступу про важливість соціальних мереж у сучасному світі, особливо в контексті жінок-імігранток і біженок, які можуть використовувати ці платформи для зв'язку зі своїми громадами, доступу до ресурсів і самовираження. Поясніть, що заняття буде присвячене чотирьом основним платформам: Instagram, Facebook, TikTok та YouTube. На основі презентації тренер знайомить учасників зі специфічною термінологією світу соціальних мереж, запитуючи, чи	- Ознайомлення з основною термінологією та функціями кожної платформи - Визначення прогалин у знаннях - Детальніше вивчення теми платформ соціальних мереж	Уся термінологія та інформація міститься у презентації PPT, яку також можна адаптувати до потреб групи.	Відеопроєктор, ноутбук та ВСТУП ДО СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.pdf	40 хв	https://www.ubiquitousinfluence.com/post/tiktok-slang#

знають вони деякі терміни, які не є загальноновживаними. Потім запитайте учасників, чи хотіли б вони додати інші терміни, з якими вони стикалися під час навігації на платформах соціальних мереж. У другій частині тренер пояснює характеристику кожної платформи, включаючи ключові особливості, демографічні дані користувачів, в яких випадках можна використовувати тощо. Перевірте PPT для отримання детального вмісту, який буде використано для цього сеансу					
Вправа 2.2 "Полювання на сміття" в соціальних мережах Розділіть учасників на менші групи та закріпіть за кожною групою одну соціальну мережу. Для цього тренінгу оптимально сформувати 4 групи, щоб обговорити лише такі платформи: Facebook, Instagram, TikTok та YouTube. Кожна група отримує конверт із завданнями, пов'язаними з цією конкретною платформою, які вони мають виконати та представити наприкінці заходу. Через 30 хвилин перевірте, на якому етапі перебуває група, і за потреби надайте їм додатково 10 хвилин.	- Самостійно відкривати нові функції та налаштування на різних соціальних медіа-платформах - Поглиблювати знання та навички шляхом безпосереднього використання платформ - Посилювати командну роботу та співпрацю	На цьому етапі тренер повинен уже мати приблизне уявлення про рівень знань учасників щодо певних платформ, тому варто змішати більш обізнаних учасників із тими, хто знає менше, щоб забезпечити найкращий навчальний досвід.	Роздруковані завдання, достатньо простору в аудиторії або на відкритому повітрі, щоб учасники могли працювати в спокійній обстановці. Роздатковий матеріал "Полювання на сміття в соціальних мережах"	40 хв	

Потім попросіть кожну групу представити результати своєї роботи — таким чином вони презентують унікальні особливості кожної соціальної медіа-платформи.					
Захід 2.3 Ризики та заходи безпеки на платформах соціальних мереж Розділіть групу на менші групи, роздайте їм різні сценарії і попросіть обговорити в групах, як діяти в такому випадку. Обговоріть у великій групі всі сценарії та можливі дії, які слід вжити, щоб запобігти шахрайству, крадіжкам тощо. Занотуйте на фліпчарті всі ризики, з якими ви зіткнулися, створивши таблицю з найчастішими ризиками. Наприкінці запитайте групу, чи не хотіли б вони додати ще якісь ризики. Більш детальну інформацію про налаштування конфіденційності можна знайти в Модулі 3	- Допомогти учасникам розпізнати та зрозуміти потенційні ризики на платформах соціальних мереж - Ознайомити учасників зі стратегіями підвищення безпеки та захисту в Інтернеті - Зрозуміти, як захистити себе та свої громади - Підвищити обізнаність про ризики, на які можуть наражатися люди з низьким рівнем цифрової та медіаграмотності	Рекомендується спочатку використати знання групи, перш ніж навчати їх, що є найкращою практикою в таких випадках.	Роздруковані сценарії , фліпчарт або дошка, маркери, проектор та екран для презентації	40-50 min	Social Media Safety Tips
Вправа 2.4 Створення образу для вашої цільової групи 1. Розуміння вашої цільової групи	- Розуміння своєї цільової групи - Розуміння того, як достукатися до своєї цільової	Під час роботи з жінками-мігрантами/біженками вони повинні зосередитися на людях, яким, на їхню думку, сподобається їхня продукція,	Роздрукований шаблон для створення профіля користувача ,	45-60 min	https://www.qualtrics.com/experience-management/research/user-personas/

Обговоріть, що таке персона і як важливо розуміти потреби, вподобання та цифрові навички жінок-імігранток і біженок. 2. Попросіть учасників створити в малих групах образ своєї цільової групи - в даному випадку на основі людей, з якими вони працюють. Кожна група отримає шаблон для створення персонажа та 3 ідеї контенту для свого персонажа. Попросіть групи по черзі представити свій образ і запитайте решту групи, що вони про нього думають, та надайте зворотній зв'язок. Наприкінці обговоріть на основі запитань для роздумів, які є в презентації.	групи в соціальних мережах • Навчитися створювати персони для своїх цільових груп	можливо, на знайомих, друзях тощо. Для змішаних мовних груп з низьким рівнем володіння місцевою або англійською мовою надайте роздаткові матеріали мовою, якою вони добре володіють. Нагадайте учасникам, що вони повинні бути неупередженими та уникати припущень.	проектор та екран для презентації.		
Вправа 2.5. Підсумки та запитання Підбиваємо підсумки воркшопу та відповідаємо на всі додаткові запитання, що виникли.	• Висвітлення ключових принципів та вирішення проблемних питань.			5-10min	
Щоб дізнатися більше про створення контенту, перегляньте Модуль 4.					

БІНГО в соціальних мережах

Знайдіть того, хто...

Поділився відео на YouTube.	Пробував трендовий челендж TikTok.	Використовує Facebook, щоб підтримувати зв'язок зі старими друзями або родиною.	Викладав фотографію їжі в Instagram.
Знає, як запланувати ідеальний пост для максимального залучення.	Навчився новій навички, переглядаючи відеоуроки на YouTube.	Відчуває трепет, коли пост стає вірусним (або напіввірусним!).	Витрачає занадто багато часу на вибір ідеальної фотографії профілю.
Позначив друзів у дописі, який їх розсмішив.	Завжди ділиться фотографіями зі своїх подорожей на своїх сторінках в IG або FB.	Публікував відеоблог про подорожі на YouTube	Відповідає за соціальні мережі НУО/бізнесу
Поділився смішним мемом, який отримав багато лайків.	Пробував відтворити танець TikTok (вдало чи ні!).	Знає, як планувати пости через Meta.	Познайомився з кимось через соціальні мережі

Полювання на сміття в соціальних мережах

Група 1: Facebook

1. **Створення приватної групи та встановлення правил:**
Створіть умовну приватну групу на Facebook для проєкту чи громадської ініціативи. Розробіть та погодьте правила групи, ролі для учасників (наприклад, модератор, адміністратор) та настанови щодо публікацій і коментарів. Створіть вітальний пост та обговоріть, як ефективно модерувати групу.
2. **Планування події на Facebook:**
Уявіть, що ви організовуєте подію для спільноти (наприклад, майстер-клас з цифрових навичок). Як група, створіть подію на Facebook та заповніть усі необхідні дані (назва, опис, місце проведення тощо).
3. **Сценарій модерації контенту:**
Ви керуєте групою на Facebook, і один із учасників публікує матеріал, що порушує правила спільноти. Розіграйте сценарій, у якому один учасник виступає модератором і реагує на ситуацію, а решта – члени групи, що відповідають. Обговоріть, як професійно та справедливо вирішити проблему.
4. **Створення кастомного списку друзів:**
Створіть новий список друзів з принаймні трьома «друзями» (реальні або умовні профілі) та встановіть видимість посту лише для цього списку.
5. **Створення публікації з урахуванням конфіденційності:**
Як група, оберіть тему для публікації на Facebook – щось освітнє або позитивне, що пов'язане з вашою громадською діяльністю. Створіть пост на особистому профілі одного з учасників групи, роблячи його одночасно цікавим та дружнім до конфіденційності.
 - Дослідіть та відрегулюйте налаштування конфіденційності посту (наприклад, «Публічно», «Друзі», «Друзі, окрім...», «Конкретні друзі»).
 - Експериментуйте з параметрами тегування: додайте місцезнаходження, позначте друга (якщо зручно) або додайте відчуття/дію до посту.
 - Обговоріть переваги та недоліки різних налаштувань конфіденційності та чому ви могли б обрати один варіант замість іншого.

Група 2: Instagram

1. Дослідження та використання інтерактивних функцій Instagram:

Як група, дослідіть різні інтерактивні функції, доступні в Instagram Stories. Кожен учасник повинен створити історію, використавши щонайменше одну з наступних функцій:

- Опитування
- Поле для запитань
- Стікери вікторини
- Слайдер емодзі
- Таймер зворотного відліку

Поділіться своїми історіями в групі (за бажанням використовуючи список «Близькі друзі») та обговоріть, як працює кожна функція, який тип відповідей ви отримуєте та в яких ситуаціях можна їх використовувати.

1. Дослідження хештегів та стратегія їх використання:

Як група, дослідіть та складіть список із 10 релевантних хештегів для вашої щоденної роботи в НУО. Обговоріть, які хештеги є занадто загальними, які занадто вузькими та як збалансувати їх для кращого охоплення.

2. Аналіз сторінки Explore в Instagram:

- Зайдіть на сторінку Explore як група. Кожен учасник шукає конкретний хештег, що стосується спільного інтересу (наприклад, #refugeecommunity або #digitalinclusion). Спостерігайте за контентом, який з'являється, та зауважте, які типи акаунтів і публікацій популярні.
- Обговоріть у групі, які типи контенту зазвичай з'являються у стрічці Explore і чому певні пости можуть виділятися над іншими. Що ви помічаєте щодо популярних типів публікацій (фото, Reels, Stories)?

3. Розуміння налаштувань конфіденційності Instagram:

- Перейдіть до налаштувань конфіденційності разом як група. Кожен учасник повинен дослідити опції конфіденційності в розділах «Конфіденційність акаунту», «Налаштування історій» та «Заблоковані акаунти».
- Обговоріть різні функції конфіденційності та їхнє призначення. Спробуйте налаштувати конфіденційність для історій (наприклад, приховати історії від конкретних підписників) та експериментувати з обмеженими та заблокованими акаунтами. Подумайте, як ці налаштування можуть допомогти у забезпеченні онлайн-безпеки.

4. Експерименти з фільтрами та ефектами Instagram:

- У парах або групою дослідіть камери фільтри та AR-ефекти, доступні в Instagram Stories. Кожен учасник обирає фільтр або ефект для експерименту, робить фото або відео та ділиться ним із групою (можна використати функцію «Близькі друзі» для обміну).
- Обговоріть, як фільтри та ефекти змінюють сприйняття посту або історії. Які ефекти здавалися веселими, професійними або привабливими? Як використання фільтрів змінює взаємодію з підписниками?

Група 3: TikTok

1. Дослідження сторінки "For You" (FYP) у TikTok:

- Проведіть деякий час, переглядаючи сторінку "For You" разом як група. Кожен учасник повинен записати типи контенту, що з'являються (наприклад, танцювальні челенджі, освітні відео, комедії тощо).
- Обговоріть, який контент з'являється і чому він може бути на FYP. Порівняйте, що бачив кожен учасник — чи були відео схожі, чи зовсім різні? Обговоріть, як алгоритм TikTok персоналізує контент.

2. Експерименти з ефектами та фільтрами TikTok:

- У парах або групою дослідіть різні ефекти та фільтри в редакторі відео TikTok. Кожен учасник повинен створити коротке розважальне відео з ефектом або фільтром, який він раніше не використовував, та зберегти його як чернетку (не публікуючи).

- Поділіться чернетками в групі та обговоріть, як працюють різні ефекти та фільтри. Які ефекти було легше використовувати? Для якого типу контенту підходить кожен ефект?

3. Відкриття та збереження популярних звуків:

Як команда, дослідіть популярні звуки, натискаючи на іконку «Sounds» під час створення відео або шукаючи популярні звуки на сторінці Discover. Кожен учасник повинен знайти та зберегти звук, який його зацікавив.

4. Детальне вивчення налаштувань конфіденційності та безпеки TikTok:

- Перейдіть у меню «Privacy and Settings» разом як група. Дослідіть різні налаштування конфіденційності, наприклад, хто може коментувати, робити дуети, стічити або надсилати вам повідомлення.
- Обговоріть переваги та недоліки різних налаштувань конфіденційності. Які заходи доступні для захисту користувачів і як їх можна налаштувати, щоб зробити TikTok безпечнішим для певної аудиторії?

5. Виклик: участь у TikTok-тренді без публікації:

Виберіть разом популярний тренд або челендж у TikTok (наприклад, танець або ліпсінк) і відтворіть його у стилі вашої групи. Запишіть відео, експериментуйте з функціями редагування, як-от обрізка, регулювання швидкості або додавання тексту, але збережіть його лише як чернетку без публікації.

Група 4: YouTube

1. Дослідження пошуку та фільтрів YouTube:

Як група, оберіть тему, яка вас цікавить (наприклад, освітній контент, навчальні відео або культурні історії). Використайте пошуковий рядок YouTube для пошуку відео з цієї теми та дослідіть параметри фільтрації (наприклад, за датою завантаження, кількістю переглядів або типом відео).

2. Експеримент із субтитрами та титрами YouTube:

Оберіть одне відео як група та перегляньте його з увімкненими субтитрами. Перевірте як автоматично згенеровані субтитри, так і ті,

що додані автором відео (якщо доступні). За можливості змініть мову субтитрів, щоб перевірити, наскільки добре працює переклад YouTube.

3. Відкриття плейлистів YouTube:

- Разом дослідіть плейлисти на YouTube, обравши тему, що вас цікавить (наприклад, уроки з цифрових навичок або культурні історії). Кожен учасник повинен знайти та поділитися одним плейлистом, який здається добре організованим або корисним.
- Обговоріть, чому деякі плейлисти були цікавішими за інші. Дослідіть, як плейлисти можна використовувати для впорядкування контенту, збереження відео «на потім» або дотримання структурованої навчальної програми.

4. Дослідження та тестування функцій коментарів YouTube:

Як група, оберіть популярне відео та дослідіть розділ коментарів. Зверніть увагу на закріплені коментарі, найпопулярніші коментарі та відповіді. Обговоріть, як організовано розділ коментарів і які коментарі отримують найбільшу видимість.

5. Вивчення налаштувань конфіденційності та контролю контенту YouTube:

- Разом дослідіть налаштування конфіденційності персонального облікового запису YouTube. Ознайомтеся з опціями, такими як збереження плейлистів у приватному доступі, обмеження видимості відео, керування історією переглядів та батьківський контроль (наприклад, обмежений режим).
- Обговоріть, що робить кожна функція конфіденційності та як вона може бути корисною для збереження контролю над акаунтом. Експериментуйте з увімкненням та вимкненням функцій і обговоріть, чому певні налаштування можуть бути доречними для різних аудиторій.

Сценарії ризиків у соціальних мережах:

1. Instagram:

Сценарій 1:

Луїза, соціальна працівниця, яка працює у школі для дорослих жінок-біженок, часто ділиться фото та відео зі своєї щоденної роботи, включно з контентом за участю її спільноти. Одного дня вона публікує відео з сесії майстер-класу, не помітивши, що на задньому плані видно конфіденційну особисту інформацію однієї з учасниць. Відео стає дуже популярним, набираючи багато лайків, коментарів та поширень. Поки Луїза усвідомлює це, відео вже переглянули сотні людей.

Пункти для обговорення:

1. Які ризики конфіденційності існують у цій ситуації?
2. Як Луїза могла б запобігти цьому порушенню конфіденційності?
3. Які кроки вона повинна зробити негайно, щоб зменшити потенційну шкоду?
4. Як вона може краще керувати налаштуваннями конфіденційності, щоб уникнути подібних випадків у майбутньому?

Сценарій 2:

Айша, жінка-біженка з Сирії, яка живе в Бельгії, починає користуватися Instagram, щоб ділитися своєю інтеграцією в новій країні. Вона публікує фото, святкуючи свою першу роботу в Бельгії. Однак, крім позитивних повідомлень, вона отримує багато ненависних і дискримінаційних коментарів від анонімних акаунтів, а також приватні повідомлення від незнайомих людей. Це змушує її почуватися небезпечно та впливає на її самооцінку.

Пункти для обговорення:

1. З яким небезпечним або небажаним поведінкою стикається Айша?
2. Що вона може зробити, щоб уникнути таких повідомлень у майбутньому?
3. Якими функціями вона може скористатися, щоб захистити себе та керувати ситуацією?

2. Facebook:

Сценарій 1:

Аннабель, доросла педагогиня, керує групою на Facebook для жінок-імігранток, які живуть в Австрії, де вони обмінюються ресурсами та підтримують одна одну. Одного дня учасниця ділиться статтею, у якій стверджується, що іммігрантам пропонують безкоштовні медичні послуги в одній із місцевих клінік. Інформація швидко поширюється в групі, але Аннабель виявляє, що стаття від 2015 року і клініка більше не надає цих послуг. Це призводить до плутанини та розчарування серед учасниць групи.

Пункти для обговорення:

1. Яка ризикована поведінка представлена в цьому сценарії?
2. Як Аннабель мала б відреагувати перед тим, як дозволити публікацію статті в групі?
3. Які інструменти Facebook надає для керування та модерації контенту групи?
4. Як Аннабель повинна вирішити цю проблему в групі, щоб запобігти майбутній дезінформації?

Сценарій 2:

Нур, соціальна працівниця, отримує повідомлення у Facebook Messenger від акаунту колеги з проханням допомогти з терміновим фінансовим питанням. Повідомлення містить посилання на платіжний сайт. Довіряючи колезі, Нур переходить за посиланням і вводить свої платіжні дані, але пізніше з'ясовує, що акаунт колеги був зламаний, і вона втратила гроші, а її власний акаунт був скомпрометований.

Пункти для обговорення:

1. Яка ситуація ризику представлена в цьому сценарії?
2. На які ознаки Нур мала б звернути увагу, щоб зрозуміти, що повідомлення є шахрайським?
3. Які кроки вона повинна зробити негайно після того, як усвідомила, що її обманули?
4. Якими функціями Facebook слід скористатися, щоб повідомити про зламаний акаунт та захистити свій акаунт і дані від майбутніх шахрайств?

3. Tik-Tok

Сценарій 1:

Хая, молода жінка-біженка, приєднується до TikTok і бере участь у вірусному челенджі, який передбачає виконання ризикованого фізичного трюку. Вона записує себе, намагаючись виконати завдання, але під час спроби травмується, і все одно публікує відео онлайн. Відео швидко стає популярним, привертаючи також негативні коментарі, де ставлять під сумнів, чому вона взяла участь у такому небезпечному челенджі.

Пункти для обговорення:

1. Які небезпеки виникають при участі у челенджах на TikTok?
2. Як Хая мала б оцінити ризики перед спробою виконати челендж?
3. Які кроки вона може зробити, щоб видалити відео та впоратися з негативною увагою?

4. Як вона може використовувати налаштування конфіденційності TikTok, щоб контролювати, хто бачить її майбутні пости?

Сценарій 2:

Міра, 15-річна дівчина, яка живе в таборі для біженців в Італії, починає користуватися TikTok, щоб скоротати час і спілкуватися з іншими. Вона починає отримувати відео з насильницьким або відверто сексуальним змістом, що викликає у неї дискомфорт. Вона не знає, як уникнути такого контенту, і продовжує бачити його, прокручуючи свою стрічку.

Питання для обговорення:

1. Яким ризикам піддається Міра, коли стикається з невідповідним контентом у TikTok?
2. Як Жасмін може використовувати функції безпеки TikTok для фільтрування такого контенту?
3. Як її опікуни або вихователі можуть допомогти їй безпечно користуватися TikTok?

4. YouTube

Сценарій 1:

Кеті, захисниця прав біженців, завантажує відео на YouTube, у якому розповідає про свою роботу з жінками-біженками. Відео отримує багато позитивних відгуків, але також привертає низку ненависних та принизливих коментарів від тролів. Кеті почувається пригнічено через негатив і не знає, як впоратися з ситуацією, а також втрачає мотивацію продовжувати свою адвокаційну роботу.

Пункти для обговорення:

1. Як Кеті може керувати та модерувати коментарі під своїми відео?
2. Як вона може повідомляти про образливі коментарі та блокувати користувачів, які її переслідують?
3. Які функції YouTube надає для фільтрування коментарів або їхнього попереднього перегляду?

4. Які емоційні наслідки виникають при роботі з негативними коментарями, і де вона може шукати підтримку?

Сценарій 2:

Антоні, соціальний працівник, створює освітні відео для дітей-біженців і завантажує їх на YouTube. В одному з відео він використовує популярну пісню, яку завантажив із інтернет-сайту. Через кілька тижнів Антоні отримує повідомлення про порушення авторських прав від YouTube, що впливає на його можливість завантажувати новий контент і може призвести до видалення відео.

Пункти для обговорення:

1. Які ризики пов'язані з використанням матеріалів, що захищені авторським правом, на YouTube?
2. Як Антоні міг перевірити, чи музика, яку він використав, є безкоштовною або потребує ліцензії?
3. Які кроки він повинен зробити після отримання повідомлення про порушення авторських прав?
4. Як уникати проблем з авторськими правами у майбутньому та які функції YouTube надає для творців контенту?

Створіть свій профіль користувача

Ім'я - дайте їм назву	
Основні факти - Вік, країна походження, поточне міське домогосподарство (діти/старші), мови, якими розмовляють, рівень грамотності.	

Цифровий профіль та пристрої - Пристрій, що використовується(ються) (смартфон, функціональний телефон, планшет), ситуація з даними (обмежений/необмежений), доступ до Інтернету (домашній Wi-Fi / громадський Wi-Fi / мобільні дані / немає).	
Цифрові навички - Початковий / базовий / середній - чи можуть вони завантажувати програми, фотографувати, надсилати голосові повідомлення, дивитися відео?	
Розпорядок дня та час в Інтернеті - Коли вони можуть отримати доступ до Інтернету (вранці/вдень/ввечері) і як довго?	
Цілі та мотивації (топ-3) - Для чого вони використовують соціальні мережі? (залишатися на зв'язку, вивчати мову, знаходити роботу, розваги, підтримку)	
Виклики (топ-3) - Наприклад, мовний бар'єр, страх ділитися особистою інформацією, догляд за дітьми, низький рівень грамотності, недовіра до контенту, низький бюджет на дані.	
Довірені джерела та мережі - Кому вони довіряють?	
Вподобання щодо контенту - Формати, яким вони надають перевагу (короткі відео, аудіоповідомлення, зображення, текст, прямі ефіри), мовні потреби (субтитри рідною мовою), тон (формальний/неформальний).	

Питання конфіденційності та безпеки	
Потреби доступності - Великий текст, спочатку аудіо, прості візуальні ефекти, переклади, субтитри.	
Топ 2-3 платформи, які вони найімовірніше будуть використовувати (початкове припущення)	

Додаткові питання, які можна обговорити:

- Ставлення: Яке їхнє ставлення до релігії, політики, соціальних класів, навколишнього середовища тощо?
- Інтереси: Які їхні інтереси та хобі?
- Середовище користувача: Користувач комп'ютера чи мобільного пристрою?