



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

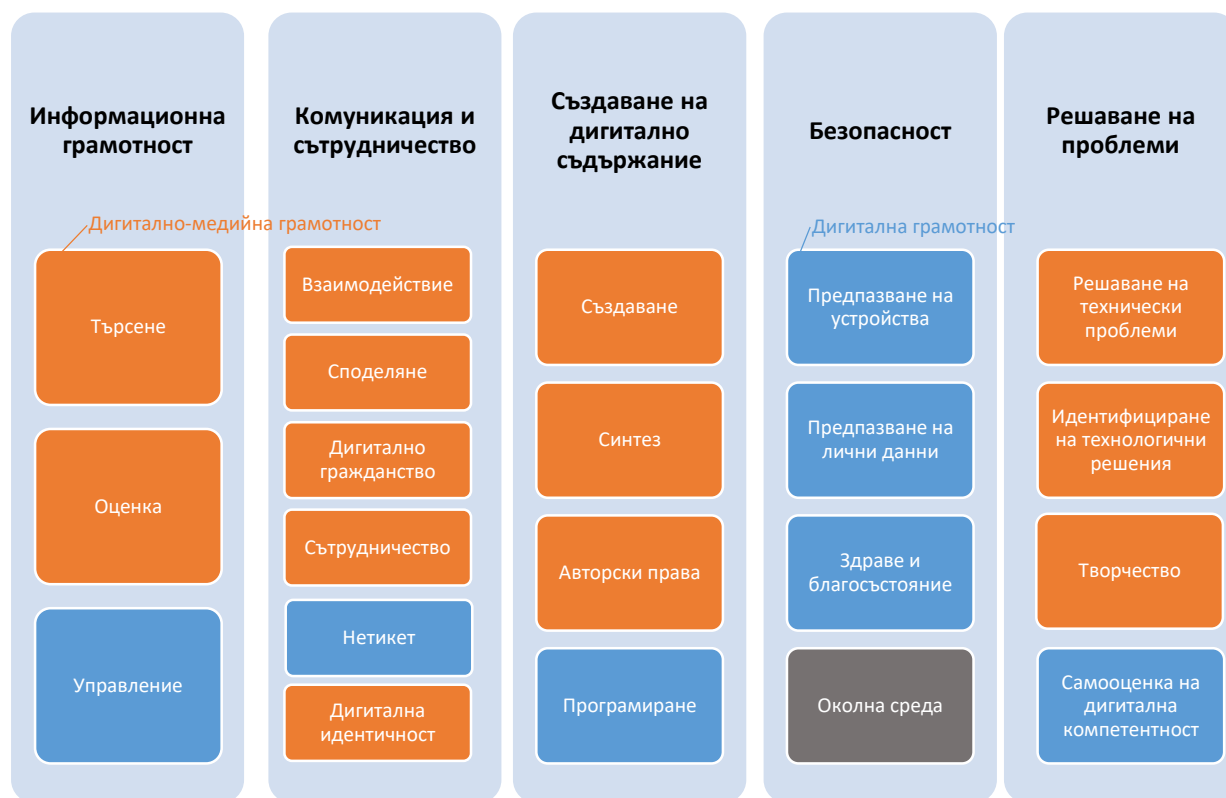
ПРИЛОЖЕНИЕ към програма „МЛАД^{вз}ИТЕ ДЕЙСТВАТ”



Съдържание на приложения

Приложение към Философия и принципи на методиката: Европейски рамки за дигитална и медийна грамотност	2
Приложение към модул 1 „Сплотяване на групата и идентифициране на общностни проблеми“: Въпросник на журналиста	3
Приложение 3: Дейности за обратна връзка от участниците	4
Приложение към модул 2 „Светът – платно за нашето въображение“: ТМ кръгове	5
Приложение към модул 3 „Създай и изиграй: как стереотипите влияят на общността“: Стереотипи и предразсъдъци	6
Приложение към модул 6 „Моят еко свят“: Екологичен отпечатък: Въпросник и бланка за отговори	7
Приложение към модул 8 „Социално предприемачество“: Пример за социално предприемачество	1
Приложение към модул 8 „Социално предприемачество“: Предприемачески план	4
Приложение към модул 9 „Управление на проекти“: Бланка за проектно кандидатстване	7
Приложение към модул 11 „Създаване с цел и мобилна кинопродукция“: Композиции, кадри и ъгли	9
Приложение към модул 11 „Създаване с цел и мобилна кинопродукция“: Критичен анализ на медийно съдържание	13
Приложение към модул 12 „Превенция и реакция при проблеми онлайн“: Настройки за поверителност	15
Приложение към модул 12 „Превенция и реакция при проблеми онлайн“: Настройки за поверителност: верни отговори	17
Приложение към модул 12 „Превенция и реакция при проблеми онлайн“: Реакция при проблеми в интернет	18

Приложение към Философия и принципи на методиката: Европейски рамки за дигитална и медийна грамотност



Измерения на дигиталната грамотност:

- **Информационна грамотност:** Формулиране на информационни нужди; търсене и намиране на данни, информация и съдържание; анализ, сравнение и критична оценка на информационни източници; организиране, съхраняване и извличане на данни, информация и дигитално съдържание.
- **Комуникация и сътрудничество:** Взаимодействие, комуникация и сътрудничество чрез дигитални технологии с осъзнатост за разнообразието от култури и поколения; гражданска активност чрез публични и частни дигитални услуги; прилагане на поведенчески норми на комуникация в дигитална среда; управление на дигиталната идентичност.
- **Създаване на дигитално съдържание:** Създаване и редактиране на дигитално съдържание; подобряване и синтез на съществуващо дигитално съдържание; прилагане на принципи за авторски права и интелектуална собственост; разработване на разбираеми инструкции за компютърни системи.
- **Безопасност:** Предпазване на устройства, съдържание, лични данни и поверителност в дигитална среда; предпазване на физическото и психическото здраве; използване на дигиталните технологии за социално включване и благополучие; осъзнатост за ефекта на технологиите върху околната среда.
- **Решаване на проблеми:** Идентифициране и решаване на проблеми и проблемни ситуации в дигитална среда; използване на дигитални средства за създаване на оригинално съдържание; самооценка на дигиталната компетентност.

Приложение към модул 1 „Сплотяване на групата и идентифициране на общностни проблеми“: Въпросник на журналиста

Въпрос 1. Кои са засегнатите хора и как точно страдат от проблема? Бележки:
Въпрос 2. Каква част от хората в общността засяга проблемът? Бележки:
Въпрос 3. Какви са последствията от проблема за общността? Бележки:
Въпрос 4. Защо се е достигнало до този проблем? Бележки:
Въпрос 5. От колко време се случва този проблем? Бележки:
Въпрос 6. Има ли неравноправие (т.е. една конкретна група хора да страда за сметка на други)? Бележки:
Въпрос 7. Хората в общността възприемат ли това като проблем? Бележки:

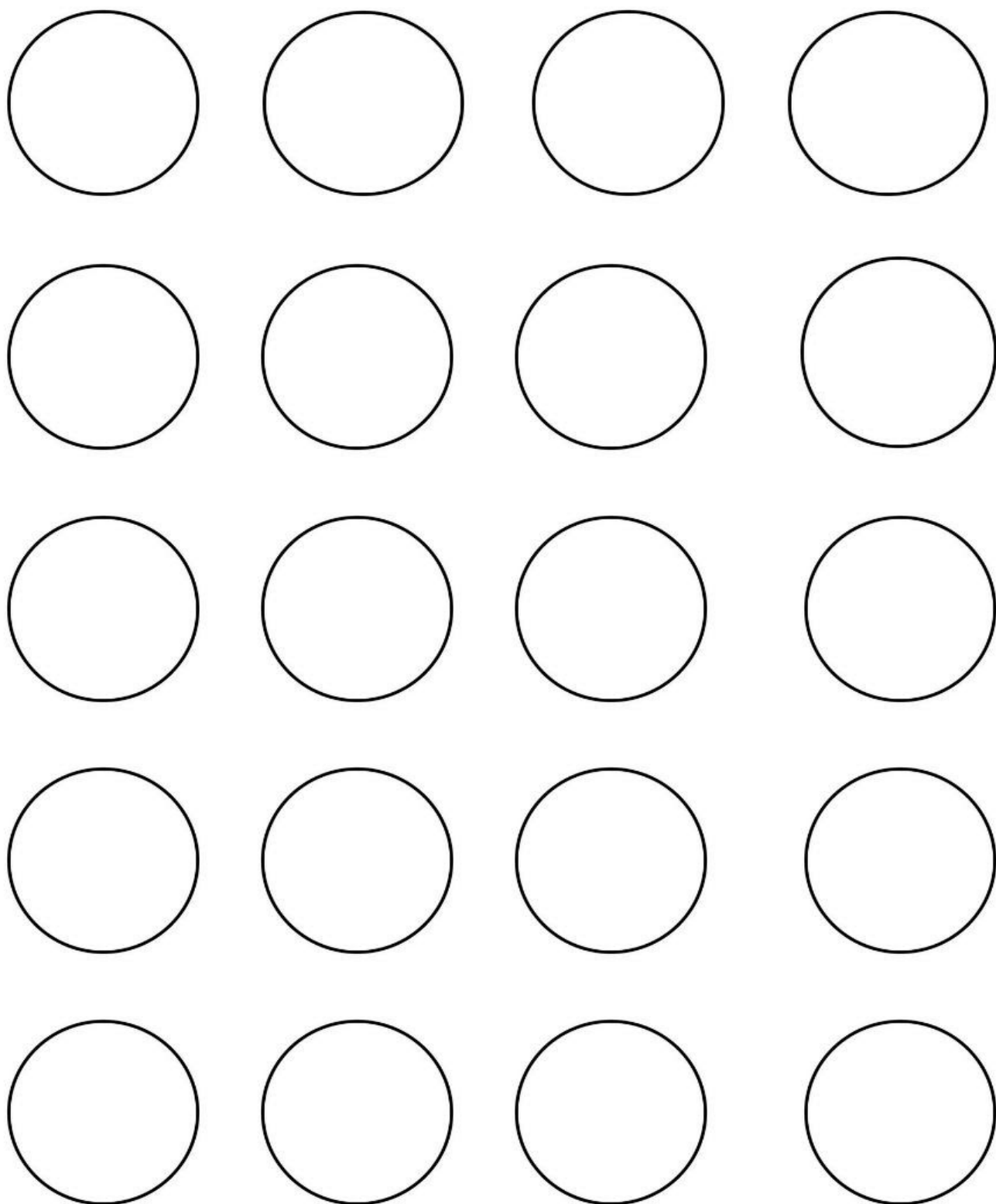
Приложение 3: Дейности за обратна връзка от участниците

Продължителност: 5 мин.

Цел: Участниците дават обратна връзка на занятията, аргументират добри и лоши страни на преживяното и споделят как се чувстват

Въвеждаща дейност	
Водещи	Участници
Раздава картончета в трите цвята на светофара (зелен, жълт и червен) и дава инструкции за начина на използването им. Зелено – удовлетворен съм; Жълто – хареса ми, но имах нужда от повече; Червено – не останах удовлетворен от дейността. Допитва се до мнението на всеки участник след вдигането на картончетата.	Всеки участник получава по три картончета в цвята на светофара. В зависимост от удовлетвореността им вдигат картончето, което съответства на начина, по който се чувстват. Всеки участник споделя мнението си от проведената дейност, споделяйки защо е избрал съответното картонче.

Приложение към модул 2 „Светът – платно за нашето въображение“:
ТМ кръгове



Приложение към модул 3 „Създай и изиграй: как стереотипите влияят на общността“: Стереотипи и предразсъдъци

Задача: Срещу всяка личност запишете възприетите за тях стереотипи

Личност	Стереотип/предразсъдък
Банкер	
Студент по право	
Музикант	
Безработен младеж	
Модел	
Самотна майка на три деца	
Автомонтьор	
Лекар	
Тракторист	
Полицай	
Таксиметров шофьор	
Неомъжена жена над 40те	
Войник	
Домакия	
Политик	
Библиотекар	
Блондинка	
Спасител на плажа	
Програмист	

Приложение към модул 6 „Моят еко свят“: Екологичен отпечатък: Въпросник и бланка за отговори

Прочетете всеки от въпросите и запишете стойността на своя отговор в квадратчето до въпроса. Например: ако вземате душ обикновено за от 3 до 6 минути, в квадратчето на въпроса запишете 70 т.

ВОДА

- | | | | |
|---|----------------------|---|----------------------|
| 1. В нормален ден обикновено взимам душ за средно:
▶ не взимам душ (0)
▶ за 1-2 минути (50)
▶ за 3-6 минути (70)
▶ за 10 или повече минути (90) | <input type="text"/> | 4. Днес измих колата си/полях ливадата.
▶ Да (80)
▶ Не (0) | <input type="text"/> |
| 2. Пускам водата на тоалетната:
▶ Всеки път, когато я използвам (40)
▶ Понякога (20) | <input type="text"/> | 5. Вкъщи използваме водоспестяващи тоалетни (6-9 литра/пускане)
▶ Да (-20)
▶ Не (0) | <input type="text"/> |
| 3. Докато мия зъбите си, оставям водата да тече.
▶ Да (40)
▶ Не (0) | <input type="text"/> | 6. Вкъщи използваме душ с нисък поток.
▶ Да (-20)
▶ Не (0) | <input type="text"/> |
| | | 7. Вкъщи обикновено използваме миялна.
▶ Да (50)
▶ Не (0) | <input type="text"/> |

ОБЩО ТОЧКИ В РАЗДЕЛ ВОДА

ХРАНА

- | | | | |
|--|--|--|----------------------|
| 1. Обикновено през деня се храня с/със: (отбележете всичко, което се отнася за вас)
▶ Телешко (150/порция)
▶ Пилешко (100/порция)
▶ Риба от развъдник (80/порция)
▶ Дива риба (40/порция)
▶ Яйца (40/порция)
▶ Мляко/млечни пр. (40/порция)
▶ Плодове (20/порция)
▶ Зеленчуци (20/порция)
▶ Зърнени: хляб, мюсли, ориз (20/п) | ☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐ | 3. ___, с което се храня, е местно производство.
▶ Всичко (0)
▶ Част от това (30)
▶ Нищо (60) | <input type="text"/> |
| 2. ___ от храната ми е органично/а.
▶ Всичко (0)
▶ Част (30)
▶ Нищо (60) | <input type="text"/> | 4. Компостирам отпадъците от плодове и зеленчуци.
▶ Да (-20)
▶ Не (0) | <input type="text"/> |
| | | 5. ___ от храната ми е обработено/а.
▶ Всичко (100)
▶ Част (30)
▶ Нищо (0) | <input type="text"/> |
| | | 6. Обикновено изхвърлям ___ от храната си:
▶ Нищо (0)
▶ Една четвърт (100)
▶ Една трета (150)
▶ Половината (200) | <input type="text"/> |

ОБЩО ТОЧКИ В РАЗДЕЛ ВОДА

Приложение към модул 8 „Социално предприемачество“: Пример за социално предприемачество

РАБОТИЛНИЦА ЗА САПУНИ "HOPE SOAP" – заетост за млади хора от уязвими групи

<https://www.fscibulgaria.org/en/social-entrepreneurship/soaps-workshop/>

Фондацията за социална промяна и включване (ФСПВ) е създадена през 2008 г. с основна цел да работи за социалното развитие и интеграция на непривилегировани лица, групи и общности в България. Приоритет на фондацията е програмата "Дом Възможност" - мрежа от домове от семеен тип за млади хора, напускащи държавните домове за деца, лишени от родителска грижа. На тях се предлага обучение и подкрепа при намирането и запазването на работа; развиване на трудови навици; управление на лични финанси; адекватна лична грижа за здравето; социални умения и адаптация за независим живот. Социалното предприятие, наречено "HOPE SOAP", стартира през март 2012 г. като част от програмата. Процесът на производство на сапуни е много подходящ за младите хора, които поради своите специфични характеристики не са в състояние да бъдат успешни на пазара на труда. Тази дейност ангажира времето им с продуктивни дейности, като им дава чувство за полезност, развива уменията им за справяне с проблеми и им дава възможност за достоен доход.

Работилниците за сапун осигуряват активност на младите хора в неравностойно положение и генерират средства в подкрепа на програмата "Дом Възможност". Ръчно изработените сапуни са идеални подаръци за различни поводи - фирмени събития или лично тържество.

Източник: Уебсайт Hope Soap



СОЦИАЛНА ЧАЙНА – работни места за млади хора, израснали в институции

<http://thesocialteahouse.bg/>

Социалната чайна е социално предприятие, създадено през 2014 г. във Варна, което предоставя възможност и подкрепа на млади хора от проблемна социална и/или семейна среда, като им се създава възможност за независим начин на живот и им се предоставя възможност да се формират в личностен и професионален план. В това пространство на едно място можете да пиете чай или различни здравословни напитки, да се социализирате или включите в някоя работилница, но най-вече е първото работно място за младежи, израснали в различни домове. През 2015 г. Социалната чайна официално отвори врати като алтернативно социално пространство, където младите хора с ограничен достъп до пазара на труда могат да получат първата си работа.

Идеята за социалната чайна е основана на три основни етапа:

- 1. Менторска програма, която помага на младите хора да развиват социални и комуникационни умения, знания за своите права и задължения.**
- 2. Практическо обучение, където обучаемите получават професионални компетенции в обслужването на клиентите.**
- 3. Първо работно място, което помага на младите хора да имат шанс да работят и да подобряват качеството си на живот.**

Източник: Социалната чайна



Хлебни Къщи – Замеси се с нас

<https://www.bread.bg/>

Идеята на мрежата хлебни къщи е да вдъхновява хората и общностите по света да откриват и развиват своя творчески потенциал, да социализират и общуват чрез хлебопроизводство, развивайки по този начин тяхната креативност и екологични познания. Всички дейности са организирани от хора повярвали в мисията на Мрежата Хлебни Къщи. Посредством нея се оформят места за среща, където сред уюта на огъня и аромата на топъл хляб различни хора, познати и непознати, българи и чужденци, да се сближават и подкрепят като взаимно се обогатяват и развиват, да откриват неподозираните си артистични заложби. **Хлебните къщи са 3 вида:**

1) Физически пространства (къщи), някои с традиционна пещ на дърва, които функционират като културно-социални центрове. Такива има в Търново, Габрово, Златарица, Пловдив, Стара Загора, Копревщица, Свиленград, с. Лобош.

2) Физически пространства (къщи), които функционират като фурни-социални предприятия, които спомагат за устойчивостта на безплатните социални програми. Такива има в София и Габрово.

3) Програма „Хлебна Къща“, в която си партнираме с местни институции (дневни центрове за хора с увреждания, училища, читалища, православни църкви, музеи и др.), като ги обучаваме да осъществяват събития с месене и печене на хляб с уязвими групи. Такива програми има във Варна, Нова Загора, Бургас, Видин, Плевен и др.

Програмите на хлебните къщи са изключително богати и разнообразни от към дейности и инициативи подходяща за хора от всякакви възрасти. Например: програма „Хлебна терапия“, пригодена за малки групи от хора с различни специални нужди; програми за учене през целия живот „Bread Breaking Boundaries“; тиймбилдинг програма „Bread Building“; детска програма „HedgeHope“; програма за екологично и хранително обучение; „Кухненската Музика“ базирана е на спонтанността, при нея в музикалните инструменти за обикновените всекидневни кухненски съдове и много други.

Източник: breadhousesnetwork.org



Бримки - защото единственото по-добро от подарък, е подарък с кауза

<https://www.facebook.com/brimkie>

„Бримки“ е бизнес, чиято кауза е да отговори на две предизвикателства на съвременното общество-социалното неравенство и последиците от замърсяването с текстилни отпадъци. Това се случва чрез наемането на дами от уязвими групи, които на ръка плетат детски играчки, аксесоари, сувенири и фирмени подаръци от рециклирана памучна прежда, получена чрез преработка на памучни текстилни отпадъци. Готовите продукти са хипоалергични, безопасни дори за най-малките и подходящи за пране в пералня. Всеки един продукт е уникален, благодарение на суровините и ръчния труд.

Плетенето на продуктите е времеемък процес, изискващ търпение и усет към детайлите. Тъй като е надомна работа е възможност за доход и социално включване на дами от уязвими групи, които приоритетно получават работа в „Бримки“. Продукти за Бримки са изработвали и продължават да творят дами, живеещи под прага на бедността, самотни майки и бивши жертви на домашно насилие, както и дами с увреждания- всички те имат ограничен достъп до пазара на труда, но са напълно способни и мотивирани да работят и да се развиват.

В асортимента си за 8-ми март 2021г. Бримки включва и текстилни цветя, за които се използват директно платове, събрани чрез онлайн кампания, призоваваща да не се изхвърлят текстилни отпадъци, а да се дарят за да получат втори живот. Текстилните цветя са нестандартен букет, който няма да увехне и цената и разнообразието им ги прави подходящи за всеки повод- Деня на майката, годишнина, рожден ден, първи или последен учебен ден.

Източник: фейсбук страницата на „Бримки“



Приложение към модул 8 „Социално предприемачество“: Предприемачески план

В това приложение ще намерите насочващи въпроси, чрез които да разпишете Вашата първа идея за социално предприемачество. По този смело да поставите началото на реализирането на една ваша мечта. Отговорите можете да запишете в свободното пространство или да използват друг документ, в който по-подробно да ги разгледате.

1. ПРОБЛЕМ – Причини за проблема? В какво се корени?

*Фокусирайте се върху един проблем, като определите неговата рамка. **Пример:** Жените, които са пострадали при домашно насилие имат големи трудности при последваща ре-социализацията в обществото и намирането на подходяща и добре платена работа на пазара на труда.*

2. ИДЕЯТА – Какво искате да постигнете с вашата идея? На кого искате да помогнете и по какъв начин? Какво послание изпращате?

*Избистрете ясно своята идея и с кратки изречения се опитайте да я опишете. **Пример:** Адаптиране, подпомагане и социално включване на жени пострадали от домашно насилие. Посредством ангажирането им в дейности по изработка на детски играчки и сувенири от прежда.*

- 3. ЦЕЛЕВА ГРУПА** – Коя е **целевата група**, към която ще насочите вашия проект? Как ще я достигнете? По какъв начин ще ги ангажирате?

Бъдете конкретни при формулирането на целевата група, всяка голяма промяна започва с една малка стъпка. Пример: Момичета и жени, пострадали от домашно насилие в град Враца.

- 4. ФИНАНСИРАНЕ** - По какъв начин ще съберете средствата необходими за реализиране на вашата идея? Какъв бюджет е необходим за започване на вашия бизнес? Как мислите да генерирате своите приходи?

При търсене на финансиране, проучете различни възможности и преценете, която е по силите ви. Пример: Осигуряване на финансиране, посредством кандидатстване по програми за насърчаване на предприемачеството, частни инвеститори, микро грантове, краудфъндинг и др.

5. РЕШЕНИЕТО – По какъв начин вашата идея решава даденият проблем? Какво ще се промени?

Подробно описание на стъпките, през които преминава вашия план за решаване на този проблем.

6. ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ – Как ще убедите хората, че идеята ви е полезна за обществото? Какви канали за популяризиране ще използвате?

Пример: Популяризиране на вашия бизнес през различни социални канали, насочвайки го към хората, които биха имали интерес от покупка на вашия продукт. Използване на мрежа ви от приятели и познати, както и местни вестници и телевизии.

Приложение към модул 9 „Управление на проекти“: Бланка за проектно кандидатстване

**В това приложение ще намерите насочващи въпроси, чрез които да подготвите Вашето проектно предложение за решаване на идентифицирания от Вас общностен проблем. С цел подпомагане на Вашите отговори сме поставили примерни отговори, вдъхновени от проект „Генерация на социална солидарност“ на НФГ „Изключителните“.*

1.ЗАЩО? – какъв е проблемът? <i>Пример: Социална изолация на три групи млади хора: младежи от малцинствени групи; чужденци, които живеят и учат в Стара Загора; младежи с увреждания;</i>	
2. КАКВО? – какво искате да постигнете, какви цели си поставяте и доколко тяхното постигане спомага за решаване на идентифицирания проблем? <i>Пример: Социално включване на младежи от малцинствени групи; чужденци, които живеят и учат в Стара Загора; младежи с увреждания;</i>	
3. КОЙ? – кои са целевите групи, към които ще насочите своя проект? <i>Пример: Младежи в град Стара Загора между 15 и 29 години и по-специално младежи от посочените три фокус групи – виж т.1.</i>	

4. КАК? – с какъв набор от **дейности** ще постигнете набелязаните цели?

.....

.....

.....

Пример: Използва културата и изкуството като средство за приобщаване в обществения живот на града.

5. КОГА? – в какъв период от време/времева рамка ще се изпълнява проекта?

.....

.....

.....

Пример: В рамките на 6 месеца.

6. КОЛКО? - какъв **бюджет** ви е необходим за реализацията на проекта и за постигане на неговите цели?

[illegible]

Подробно планиране на дейностите и изчисляване на необходимите ресурси.

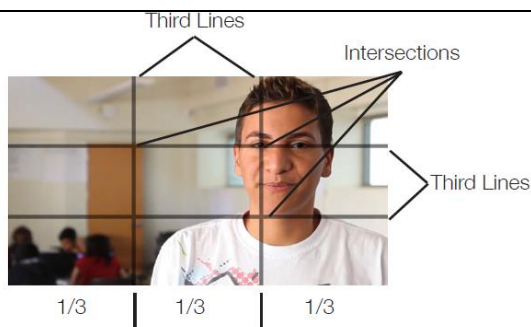
Приложение към модул 11 „Създаване с цел и мобилна кинопродукция“: Композиции, кадри и ъгли

Композиции. Общото между всички добри снимки и видеа е, че те са добре композирани. Композицията е забавна за обсъждане, тъй като няма верни и грешни отговори. Единственото правило е, че няма правила. Все пак, ето няколко съвета как да подобрите композицията на кадъра си:

Фрейминг – Внимавайте с фрейминга. Нищо не разваля композицията повече от разсейващи детайли на фона на снимката - не ги пренебрегвайте. Преди да снимате, огледайте се хубаво за дървета, стълбове, кофи за боклук и се запитайте: „това ли искам в снимката си“?



„Правило на третините“ – Научете „правилото на третините“. Човешкото око има център на зрението, към който естествено се фокусира. Начертайте си мислени линии хоризонтално и вертикално по снимката, така че да я разделите на 9 равни части. Най-добре фокусът на снимката да е там, където линиите се пресичат, а не в центъра.



Преден и заден план – Всяка снимка има преден и заден план. Как ги използвате зависи от това, което искате да бъде забелязано в снимката ви. Можете да замъглите задния план, да увеличите мащаба на предния план и т.н.



Отправна точка – Използвайте интересни и изненадващи отправни точки. Снимайте на колене, от стълба, или дори легнали на земята. Дигитални камери с различни опции, като LCD, допълнително увеличават възможностите ви. Сменянето на ъгли създава нови перспективи и увеличава драматичния ефект.



Водете очите – Търсете елементи от средата, които да водят очите на публиката към фокуса на снимката. Това може да са улици, мостове, пътеки, наредени шезлонги на плажа и т.н.	
Търсете любопитни комбинации – Направете снимките си интересни като откривате любопитни комбинации, като вълни в морето, ято птици, натрупани тръби до строеж и т.н.	
Снимайте отблизо – Приближете се към обекта на снимката, вгледайте се детайлите (мъха по дървото, бръчките по лицето и т.н.) и снимайте отблизо.	
Изрязване – Изрязването на снимките ги прави по-живи. Ако редактирате снимката с компютър, или телефон, лесно може да я изрежете и да постигнете съвсем нов ефект.	
Видове кадри	
Далечен план – Служи за представяне на нова локация и за създаване на усещане на пространство. Трябва да бъде заснет далеч от субекта.	

Общ план – Включва целия субект на снимката. Използва се за да представи съотношението между него и средата.



Среден план – Включва половината субект (напр. главния герой от кръста нагоре).



Близък план – Фокусира се върху субекта отблизо. Най-често се използва при интервю на човек.



Грос план – Още по-близък план, целящ да акцентира върху детайлите.



Ъгли на камерата

Птичи поглед – Снима субекта далеч отгоре.



Висок ракурс – Отново снима отгоре, но по-близо от птичия поглед.



Нисък ракурс – Снима под субекта, създавайки впечатление за големина и величие. Президентите често се снимат от нисък ракурс.



Разклатен ракурс – Небалансиран ракурс, често използван за внушаване на липса на равновесие



Приложение към модул 11 „Създаване с цел и мобилна кинопродукция“: Критичен анализ на медийно съдържание

Може да използвате този работен лист както за задачите на програма МАП, така и докато гледате и обсъждате медийно съдържание за забавление. Той предлага общ език, фокусирайки се върху 4 неща: История, Аудитория, Послание и Стил.



История

Каква история разказва медийното съдържание?

Какво се променя от началото до края на творбата?

Аудитория

За каква аудитория е предвидено медийното съдържание?

Кои елементи от творбата водят до това заключение?

Послание

Какво е основното послание на медийното съдържание? Има ли и други послания? Какви са те?

--

Стил

Какъв е стилът на медийното съдържание? Документален ли е, или измислен? Поетичен ли е? Лична история ли е?

Какви техники са използвали авторите? Използвали ли са интервюта, текст, представление, музика и др. за да предадат посланието си?
--

Какво е качеството на аудиовизуалните елементи? Ясни ли са? Адекватна ли е силата на звука? Има ли елементи, които разсейват и излишно отнемат вниманието от основната тема?
--

Как аудиовизуалните елементи за предаване на посланието?
--

Приложение към модул 12 „Превенция и реакция при проблеми онлайн“: Настройки за поверителност

Инструкции: Видеото за решение на общностен проблем във вашето населено място, което създадохте, бързо става хит и за нула време събира над 5000 гледания и над 500 лайка! Решавате да използвате Фейсбук и Инстаграм профилите на един от членовете на вашия екип за по-бързо разпространение на видеото, но той започва да се сблъсква със странни проблеми заради голямата аудитория, до която достига видеото. Помогнете му да ги разреши, като запишете съответната настройка/настройки (може да е една или повече) за поверителност, които трябва да промени за всеки проблем. Менютата с настройките са на следващата страница.

Проблем 1: Непрестанно получава покани от непознати във Фейсбук, някои от които са със странни профили и от други населени места.

Настройки (Фейсбук): ...

Проблем 2: Някои от тях казват, че са намерили профила му чрез личната информация, която е оставил на края на видеото.

Настройки (Фейсбук): ...

Проблем 3: Други пък казват, че просто са му написали името в Google и веднага намерили профила.

Настройки (Фейсбук): ...

Проблем 4: Въпреки че той не приема поканите, армията от досадни непознати коментира видеото и снимките му.

Настройки(Фейсбук): ...

Проблем 5: В Инстаграм го заливат от тормоз и подигравки, веднага щом си влезе в профила.

Настройки (Инстаграм): ...

Проблем 6: Негови напълно непознати се сдобиват със снимките му в Инстаграм, правят неприятни колажи с тях и си ги качват в профилите си.

Настройки (Инстаграм): ...

Проблем 7: Покрай всичко останало, той сега забелязва, че щом снима с телефона си, изображението само се качва в Инстаграм!

Настройки (Инстаграм): ...

Настройки и инструменти за поверителност

Вашата дейност	Кой може да вижда бъдещите ви публикации?	Публично	Редактиране
	Преглед на публикациите ви и местата, където сте отбелязани	Използване на Регистър на дейността	
	Ограничавате ли аудиторията за публикации, които сте споделили с приятели на приятели или публично?	Ограничаване на стари публикации	
Как могат хората да ви намират и да се свързват с вас	Кой може да ви изпраща покани за приятелство?	Всички	Редактиране
	Кой може да вижда списъка ви с приятели?	Приятели	Редактиране
	Кой може да ви търси по имейл адреса, който сте предоставили?	Всички	Редактиране
	Кой може да ви търси по телефонния номер, който сте предоставили?	Всички	Редактиране
	Искате ли търсачките извън Facebook да имат връзка към профила ви?	Да	Редактиране

Поверителност на акаунта

☐ Поверителен акаунт

Когато акаунтът ви е поверителен, само одобрени от вас хора могат да виждат снимките и видеоклиповете ви в Instagram. Съществуващите ви последователи няма да бъдат засегнати

Състояние на активност

☐ Показване на състоянието на активност

Разрешавайте на акаунтите, които следвате и всеки, на когото пишете съобщение, да види кога за последно сте били на линия в приложенията на Instagram. Когато изключите тази функция, няма да можете да виждате състоянието на активност на другите акаунти.

Снимки с вас

☒ Автоматично добавяне

☐ Ръчно добавяне

Приложение към модул 12 „Превенция и реакция при проблеми онлайн“: Настройки за поверителност: верни отговори

Инструкции: Видеото за решение на общностен проблем във вашето населено място, което създадохте, бързо става хит и за нула време събира над 5000 гледания и над 500 лайка! Решавате да използвате Фейсбук и Инстаграм профилите на един от членовете на вашия екип за по-бързо разпространение на видеото, но той започва да се сблъсква със странни проблеми, заради голямата аудитория, до която достига видеото. Помогнете му да ги разреши, като запишете съответната настройка/настройки (може да е една или повече) за поверителност, които трябва да промени за всеки проблем. Менютата с настройките са на следващата страница.

Проблем 1: Непрестанно получава покани от непознати във Фейсбук, някои от които от странни профили и от други населени места.

Настройки (Фейсбук): Кой може да ви изпраща покани за приятелство? – приятели на приятели

Проблем 2: Някои от тях казват, че са намерили профила му чрез личната информация, която е оставил накрая на видеото.

Настройки (Фейсбук): Кой може да ви търси по имейла адреса, който сте оставили? – никой; Кой може да ви търси по телефонния номер, който сте оставили? – никой;

Проблем 3: Други пък казват, че просто му написали името в Google и веднага намерили профила.

Настройки (Фейсбук): Искате ли търсачките извън Facebook да имат връзка към профила ви? - не

Проблем 4 (Фейсбук): Въпреки, че не приема поканите, армията от досадни непознати коментира по снимките му.

Настройки: Кой може да вижда бъдещите ви публикации? – приятели

Проблем 5: В Инстаграм го заливат от тормоз и подигравки, веднага щом си влезе в профила.

Настройки (Инстаграм): Показване на състояние за активност - изключено

Проблем 6: Негови напълно непознати се сдобиват със снимките му в Инстаграм, правят неприятни колажи с тях и си ги качват в профилите

Настройки (Инстаграм): Поверителен акаунт - включено

Проблем 7: Покрай всичко останало, той сега забелязва, че щом снима с телефона си, изображението автоматично се качва в Инстаграм!

Настройки (Инстаграм): Снимки с вас – ръчно добавяне

Приложение към модул 12 „Превенция и реакция при проблеми онлайн“: Реакция при проблеми в интернет

Инструкции: След като оправяте настройките си във всички социални мрежи, проблемите, с които се сблъсквате покрай видеото ви драстично намаляват. Скоро обаче в YouTube започват да се натрупват коментари, които никак не ви допадат. Разгледайте всеки един от следните коментари и преценете как бихте се почувствали, дали това е пример на онлайн тормоз / хейт и защо, както и как бихте реагирали.

Коментар	Как бихте се почувствали?	Това онлайн тормоз / хейт ли е? Защо	Как бихте реагирали на коментара?
1. Мега тъпо видео!			
2. Потърси по-добра светлина в следващия клип.			
3. Много си грозна!			
4. Чува се супер зле!			
5. Много си черен!			
6. Не съм съгласен! Според мен...			