ఆన్‌లైన్ ఖ్యాతి

పాఠం లక్ష్యం

బహిరంగంగా లభించే ఆన్‌లైన్ సమాచారం వారి గురించి ఇతరుల అభిప్రాయాలను రూపొందించడంలో ఎలా సహాయపడుతుందనేది విద్యార్థులు పరిశీలిస్తారు. వారు వివిధ రకాల ఆన్‌లైన్ కమ్యూనికేషన్ కోసం ప్రేక్షకులను గుర్తిస్తారు, ఎవరైనా వారి పేరు కోసం శోధిస్తున్నప్పుడు వారు ఏ సమాచారం కనిపించాలనుకుంటున్నారో పరిశీలిస్తారు మరియు వారు ఇష్టపడని వాటి గురించి ఇంటర్నెట్ కంటెంట్‌కు ప్రతిస్పందించడానికి వివిధ మార్గాలను తెలుసుకుంటారు.

ముఖ్యమైన ప్రశ్నలు	ఆన్‌లైన్‌లో మీ గురించి సమాచారం ఆధారంగా, ఇతర వ్యక్తులు మిమ్మల్ని గ్రహించే మార్గాలను ఎలా రూపొందించగలరు?
వయస్సు	13-18 సంవత్సరాలు
మెటీరియల్స్	"మీరు ఏమి చేయాలి?" - హ్యాండ్అవుట్ మీరు ఏమి చేయాలి? - హ్యాండ్అవుట్ - అధ్యాపకుల కాపీ
సిద్ధం కావడం	ప్రతి విద్యార్థికి ఒక కరపత్రాన్ని ముద్రించండి ఈ పాఠం కోసం విద్యార్థులకు ఇంటర్నెట్ సదుపాయం అవసరం
ISTE DIGCITCOMMIT కాంపిటెన్సీ	ఇన్క్లూసివ్: నేను బహుళ దృక్కోణాలను వినడానికి మరియు గౌరవంగా గుర్తించడానికి సిద్ధంగా ఉన్నాను మరియు నేను ఆన్‌లైన్‌లో ఇతరులతో గౌరవం మరియు మర్యాదతో నిమగ్నమవుతాను.

సపోర్ట్ మెటీరియల్స్

ఈ రోజు విద్యార్థులు వెల్నెస్ గురించి తీసుకున్న పాఠం పూర్తి చేయగల తల్లిదండ్రులు మరియు యువకుల కోసం వనరులను యాక్సెస్ చేయడానికి facebook.com/fbgetdigital ని సందర్శించండి

మూలం: ఈ కంటెంట్‌ను ఫేస్‌బుక్ హోస్ట్ చేస్తుంది మరియు క్రియేటివ్ కామన్స్ అట్రిబ్యూషన్ - షేర్అలైక్ 4.0 అంతర్జాతీయ లైసెన్స్ క్రింద ప్రస్తుతం హార్వర్డ్ విశ్వవిద్యాలయంలోని బెర్క్‌మన్ క్లీన్ సెంటర్ ఫర్ ఇంటర్నెట్ & సొసైటీలో యూత్ అండ్ మీడియా నుండి నేర్చుకునే వనరులను కలిగి ఉంది.మీరు యూత్ మరియు మీడియాను అసలు మూలంగా ఆపాదిస్తున్నంతవరకు మరియు లైసెన్స్ యొక్క ఇతర నిబంధనలను అనుసరిస్తూ, అదే నిబంధనల ప్రకారం ఏవైనా ఇతర పనులను పంచుకుంటున్నంతవరకు, వాణిజ్య లేదా వాణిజ్యేతర, ఉత్పన్న రచనలను కాపీ చేయడం మరియు సిద్ధం చేయడం సహా మీరు వాటిని ఉపయోగించుకోవచ్చు.

ఎవరికీ తెలుసు మీ రహస్యాలు?

భాగం1

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

మీ గురించి మీకు ఉన్న రహస్యం ఏమిటి?ఈ రహస్యాన్ని మీ మనస్సులో ఉంచుకోండి.మీరు ఈ రహస్యాన్ని ఎవరితోనూ పంచుకోవాల్సిన అవసరం లేదా రాయవలసిన అవసరం లేదు.

ఇప్పుడు ఈ ప్రశ్నలకు మీ మనస్సులోనే సమాధానం ఇచ్చుకోండి - మీ సమాధానాలను బిగ్గరగా చెప్పవద్దు లేదా రాయవద్దు:

1. ఈ గదిలో ఎంత మందికి ఆ రహస్యం తెలుసు?

2. మీ ఇరుగుపొరుగువారిలో ఎంత మందికి ఈ రహస్యం తెలుసు?

3. మీరు ముఖాముఖిగా కలవని ఎంత మందికి ఈ రహస్యం తెలుసు?

మీరు ఆ రహస్యాన్ని ఒక కాగితం ముక్క మీద వ్రాయవలసి ఉందని మరియు ఈ గ్రూపులో ఎవరో ఒకరు దానిని చదవాలని ఊహించుకోండి. ఇక్కడ మరికొన్ని ప్రశ్నలున్నాయి - మళ్ళీ, మీ మనస్సులో మాత్రమే వాటికి సమాధానం అనుకోండి, బయటకి చెప్పొద్దు లేదా రాయవద్దు. ఒక వారం గడిచిన తరువాత:

1. ఈ గదిలో ఎంత మందికి ఇప్పుడు రహస్యం తెలుస్తుంది?

2. మీ ఇరుగుపొరుగుల్లో ఎంత మందికి ఇప్పుడు రహస్యం తెలుస్తుంది?

3. మీరు ముఖాముఖిగా కలవని ఎంత మందికి ఇప్పుడు రహస్యం తెలుస్తుంది?

భాగం2

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

మీ గురించి ఒక రహస్యాన్ని లేదా ఇతర సమాచారాన్ని “ప్రేక్షకులు” గా చూడగలిగే వ్యక్తుల గురించి మీరు ఆలోచించాలి.

ప్రేక్షకులపై మంచి అవగాహన కలిగి ఉండటం వలన మీరు చక్కగా పంచుకునే అనుభూతిని మరియు ఇతరులతో ఏ సమాచారాన్ని పంచుకోకూడదో అనే విషయాలు సులభంగా గుర్తించడంలో మీకు సహాయపడుతుంది. ప్రేక్షకులు ఒక నిర్దిష్ట సమాచారాన్ని పొందగల వ్యక్తి లేదా వ్యక్తుల సమూహంగా ఉంటారు.

ఈ రోజు కొత్త టెక్నాలజీలతో, ప్రేక్షకులు చాలా త్వరగా పెరుగుతారు.వేగవంతమైన ప్రేక్షకుల పెరుగుదలకు ఈ సంభావ్యత ఉన్నందున, మీ ఆన్‌లైన్ సమాచారం మరియు కార్యకలాపాల కోసం ప్రేక్షకులను తెలుసుకోవడం లేదా పరిమితం చేయడం మీకు కష్టం-లేదా అసాధ్యం అవుతుంది. మీరు మీ పనిని చాలా మందితో పంచుకోవాలనుకున్నప్పుడు ప్రేక్షకులు త్వరగా ఎదగడం అనేది చాలా గొప్ప విషయం అయినప్పటికీ, మీరు ప్రైవేట్‌గా ఉంచాలనుకునే సమాచారానికి ఇది జరిగినప్పుడు ఇది మంచిది కాదు.

దురదృష్టవశాత్తు, ప్రైవేట్ సమాచారం-ముఖ్యంగా ఇబ్బందికరమైన సమాచారం-ప్రజలు చూసినప్పుడు వారికి చాలా ఉత్సాహంగా ఉంటుంది, కాబట్టి ఈ రకమైన సమాచారం ఆన్‌లైన్‌లో ఉన్నప్పుడు, ఈ కంటెంట్‌ను ఎవరు చూస్తారో నియంత్రించడం చాలా సవాలుగా ఉంటుంది.

మీరు ఆన్‌లైన్‌లో సమాచారాన్ని పంచుకున్నప్పుడల్లా (నేరుగా ఒక వ్యక్తితో, టెక్స్ట్ లేదా ప్రైవేట్ సందేశంలో కూడా), మీరు చేరుకోవాలనుకున్న ప్రేక్షకులకు మించి
అది వ్యాప్తి చెందే అవకాశం ఉంది కనుక అందుకు మీరు సిద్ధంగా ఉండాలి.

భాగం 3

మీ విద్యార్థులను అడగండి

- మీరు స్టేటస్ అప్డేట్, ఫోటో లేదా ఇతర సమాచారాన్ని సోషల్ మీడియాలో పోస్ట్ చేసినప్పుడు మీరు ఉద్దేశించిన వీక్షకులు ఎవరు?
- అది సోషల్ మీడియా ప్లాట్‌ఫాంపై ఆధారపడి ఉంటుందా? లేక సందర్భంపైనా?

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

ఇది మీ గోప్యతా సెట్టింగ్‌లతో పాటు మీరు ఎంచుకున్న సోషల్ మీడియా ప్లాట్‌ఫారమ్ పై ఆధారపడి ఉంటుంది. కానీ ప్రేక్షకులు మీకు అత్యంత సన్నిహితులు/అనుచరులు/కనెక్షన్లు కలిగి ఉంటారు లేదా తగినంత విశాలహృదయంతో ఉండి మీ కోసం ఆన్లైన్లో శోధించే ఆ సోషల్ మీడియా ప్లాట్‌ఫారమ్‌ను ఉపయోగించే ఎవరినైనా గానీ లేదా మీ కోసం ఆన్‌లైన్‌లో శోధించే ఎవరినైనా చేర్చవచ్చు. కానీ ప్రేక్షకులు ఎవరు ఉన్నా, సమాచారాన్ని కాపీ చేసి మరెక్కడైనా పోస్ట్ చేయవచ్చు, ఎవరైనా కంటెంట్ లేదా సమాచారం యొక్క ఫోటో / స్క్రీన్ షాట్ తీసుకోవచ్చు, వ్యక్తిగతంగా మరియు ఆన్‌లైన్ సంభాషణల ద్వారా అవి షేర్ చేయవచ్చు.

మీ విద్యార్థులను అడగండి

- మీరు సోషల్ మీడియాలో కంటెంట్‌ను జోడించినప్పుడు ఉద్దేశించిన ప్రేక్షకులు ఎవరు?
- ఉదాహరణకు, మీరు వేరొకరి ఫేస్బుక్ టైమ్‌లైన్‌లో పోస్ట్ చేసినప్పుడు లేదా మీరు మరొక వ్యక్తి యొక్క సోషల్ మీడియా అకౌంట్లో కంటెంట్‌ను జోడించినప్పుడు మీడియా ఖాతా (ఉదా., వాటిలో ఒకదానిపై వ్యాఖ్యానించడం ద్వారా ఫోటోలు, ఆ పోస్ట్ లేదాఫోటోకు మీరు ఉద్దేశించిన ప్రేక్షకులు ఎవరు?

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

ఇది మీది మరియు అవతలివారి గోప్యతా సెట్టింగ్‌లపై ఆధారపడి ఉంటుంది, కానీ తరచుగా కంటెంట్ వారి స్నేహితులు/ ఫాలోయర్లు/ కనెక్షన్లకు కనిపిస్తుంది, ఇందులో మీకు తెలియని వ్యక్తులు కూడా ఉంటారు - మరలా వారిలో కుటుంబ సభ్యులు లేదా నిర్వాహకులు లేదా వారి పాఠశాలలో ఉపాధ్యాయులు కూడా ఉండవచ్చు.

మీ విద్యార్థులను అడగండి

మీరు సందేశం పంపినప్పుడు (ఉదా., టెక్స్ట్, ఇమెయిల్, ప్రైవేట్/ ప్రత్యక్ష సోషల్ మీడియా సందేశం), మీరు ఉద్దేశించిన ప్రేక్షకులు ఎవరు?

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

మీరు పంపే వ్యక్తి మీ ప్రేక్షకులు ఐనా కానీ జాగ్రత్తగా ఉండండి-ఇతరులు కూడా దీనిని చూడవచ్చు.

మీ విద్యార్థులను అడగండి

- మీ సందేశం మీరు పంపిన వ్యక్తికి మించి ఇతరులకు ఎలా చేరుతుంది?
- ఫోటోలు/స్క్రీన్ షాట్ల ఫార్వార్డింగ్ మరియు వ్యక్తిగత ఫోన్ షేరింగ్ ద్వారా సాధ్యమయ్యే మార్గాలు ఉన్నాయి
- ఏ సందర్భాలలో ఎక్కువ మంది ప్రేక్షకులను చేరుకోవచ్చు?

- సందేశాన్ని పెద్దగా వ్యాప్తి చేయాలనే ఆశతో అధిక ప్రేక్షకులు, ప్రజలను సమీకరించడం, అవగాహన పెంచడం వంటి సాధ్యమైన ఉదాహరణలున్నాయి
- ఏ సందర్భాలలో ఉద్దేశించిన వీక్షకులకంటే ఎక్కువమందికి చేరడం సమస్యాత్మకం అవుతుంది?
- ఉద్దేశించిన ప్రేక్షకులకు మించి షేర్ చేయడం మీకు సంస్యలను, ఇబ్బందులను మరియు ప్రతిష్ఠాభంగం కలిగించగలదు.
- మంచి ఆన్‌లైన్ ఖ్యాతి నిర్వహించవలసిన కొన్ని ముఖ్యమైన పరిస్థితులు ఏమిటి?
- సాధ్యమైన ఉదాహరణలలో పాఠశాల/కళాశాల/విశ్వవిద్యాలయ అప్లికేషన్లు, ఉద్యోగ దరఖాస్తులు, మరియు క్రొత్త స్నేహితులను సంపాదించడం ఉన్నాయి.

మీ పరపతి పరిశోధన

భాగం1

క్లాస్ ఇంటరాక్షన్

ఉపాధ్యాయుడు విద్యార్థులకు బాగా తెలిసిన పబ్లిక్ ఫిగర్‌ను ఎంచుకుంటాడు (ఉదా., ఎవరైనా సంగీతకారుడు మరియు/ లేదా ఫిల్మ్ (సినిమాలు/టీవీ) పరిశ్రమ, రాజకీయ నాయకుడు, వ్యాపారవేత్త).ఆన్‌లైన్ సెర్చ్ ఇంజిన్లో వారి పేరును గూగుల్/శోధించండి మరియు విద్యార్థులతో, శోధనలో వచ్చిన కొన్ని అంశాలను పరిశీలించండి (దయచేసి శోధన ఫలితాలను తెరపై ప్రొజెక్ట్ చేయండి).అలాగే, పబ్లిక్ ఫిగర్ యొక్క సోషల్ మీడియా ఉనికిని అన్వేషించండి.కొన్ని నిమిషాలు చూసిన తరువాత, ఇద్దరు విద్యార్థులను పబ్లిక్ ఫిగర్ మరియు అభిమాని మధ్య జరుగునట్లుగా ఊహాత్మక ఇంటరాక్షన్ చేయమని అడగండి.

మీ విద్యార్థులను అడగండి

- వారి గురించి చాలా సమాచారం తెలుసిన ఒకరిని ఎదుర్కోవడం ఎలా అనిపిస్తుంది?
- ఆ సమాచారం తప్పుగా ఉంటే వారు ఎలా భావిస్తారు?
- ఈ సమాచారాన్ని ఎంత మంది యాక్సెస్ చేయవచ్చు?
- వారి గురించి ఆన్‌లైన్‌లో అందుబాటులో ఉన్న ఏ సమాచారాన్ని ఐనా వారు ఎలా నియంత్రించగలరు?

భాగం 2

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

మీరు కలుసుకున్న వ్యక్తులు మీ గురించి మరింత సమాచారం పొందడానికి సెర్చ్ ఇంజన్లను ఉపయోగిస్తారు. వారు కనుగొన్నది మంచి లేదా చెడు వారు మీ గురించి ఏమనుకుంటున్నారో అనేదాన్ని ప్రభావితం చేస్తుంది. మీరు కావాలనుకుంటే, వారు మిమ్మల్ని ఎలా గ్రహిస్తారనే దానిపై నియంత్రణ కలిగి ఉండటానికి, వారు ఏ సమాచారాన్ని చూడవచ్చో తెలుసుకోవడం మీకు ముఖ్యం.

ఈ వ్యక్తులలో భవిష్యత్ యజమానులు మరియు పాఠశాల/కళాశాల/విశ్వవిద్యాలయ అడ్మిషన్ అధికారులు ఉన్నారు. అడ్మిషన్ అధికారులు దరఖాస్తుదారుల ఆన్‌లైన్‌లో ఉన్న సమాచారాన్ని చూసారా లేదా/ప్రవేశ నిర్ణయాలు తీసుకోవడంలో సహాయపడటానికి వారు ఆ సమాచారాన్ని ఉపయోగించారా లేదా అనే విషయాన్ని తెలియజేయలేరు.

భాగం 3

క్లాస్ ఇంటరాక్షన్

విద్యార్థులను జంటలుగా విభజించండి

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

ఎవరైనా మీ పేరును గూగుల్ చేసినప్పుడు / మీ కోసం ఆన్ లైన్లో శోధించినప్పుడు మీరు రావాలనుకునే మూడు విషయాలను మేధోమథనం చేయండి. శోధన ఫలితాల్లో ఈ విషయాలు వాస్తవంగా కనిపిస్తాయని మీరు ఎంతవరకు అనుకుంటున్నారు?

మీ భాగస్వామితో షేర్ చేయండి.

మీ విద్యార్థులను అడగండి

- మీరు మరియు మీ భాగస్వామి కి ఏమి తెలిసింది?
- మీరు మీ స్వంత పేరును గూగుల్ చేసి/ఆన్‌లైన్‌లో మీ పేరు కోసం శోధించినట్లయితే మీ చేయి పైకెత్తండి. మీరు ఏమి చూశారు? ఏ ఫోటోలు వచ్చాయి? మీరు మీ గురించి సమాచారాన్ని కనుగొనగలిగారా లేదా మీ పేరు కలిగిన ఇతర వ్యక్తులు కూడా ఈ ప్రపంచంలో ఉన్నారా?
- వారికి సాధారణ పేరు ఉంటే, వారి స్వస్థలం లేదా వారి పాఠశాల పేరు వంటి మరికొంత సమాచారాన్ని వారి శోధనలకు జోడించమని విద్యార్థులను అడగండి.

  ఇంటర్నెట్ సదుపాయం ఉన్న కంప్యూటర్ లేదా మొబైల్ పరికరాలు అందుబాటులో ఉంటే మీరు విద్యార్థులను వారి పేరు కోసం గూగుల్ చేయమని/ఆన్‌లైన్‌లో శోధించమని అడగవచ్చు.

మీ విద్యార్థులను అడగండి

మీరు మీ పేరును గూగుల్ చేసినప్పుడు/ఆన్‌లైన్‌లో మీ పేరు కోసం శోధించినప్పుడు, ఈ మూడు ప్రశ్నలను అడగండి:

- మొదటి కొన్ని ఫలితాలు ఏమిటి?
- మీరు ఈ సమాచారంతో సౌకర్యంగా ఉన్నారా?
- ఇతర ఫలితాలు ఒక వ్యక్తిగా మీరు ఎవరని ఏమి సూచిస్తున్నాయి? విద్యార్థిగానా? ఉద్యోగిగానా?

  ఈ ఫలితాలను చూసిన తర్వాత మీకు తెలియని ఒక వ్యక్తి మీమీద ఏ అభిప్రాయాన్ని పెంచుకోవచ్చు? మొదటి కొన్ని ఫలితాల్లోని సమాచారాన్ని వారు క్లిక్ చేసి చదివినట్లైతే వారికి మీమీద ఏ అభిప్రాయం కలిగి ఉండవచ్చు?

సంక్లిష్ట సమాచారానికి ప్రతిస్పందిస్తున

క్లాస్ ఇంటరాక్షన్

పంపిణీ చేయండి "మీరు ఏమి చేయాలి?"హాండ్ ఔట్.విద్యార్థులను జంటలుగా నిర్వహించండి.వర్క్‌షీట్లోని దృష్టాంతాలను చర్చించమని విద్యార్థులకు చెప్పి ప్రతి దృష్టాంతం గురించి రెండు వ్యూహాలు/ పరిష్కారాలతో ముందుకు రమ్మని, వారి చర్యలకు రాబోవు పరిణామలను ఆలోచించమని అడగండి. దీన్ని చేయడానికి వారికి 15 నిమిషాలు సమయం ఇవ్వండి.

మీ విద్యార్థులను అడగండి

- ఎవరైనా మీ గురించి మీకు నచ్చని మరియు/లేదా ఆ సందర్భంలో అనుచితమైనదిగా అనిపించే కంటెంట్‌ను పోస్ట్ చేసినప్పుడు మీరు ఏమి చేయాలి?
- వేరొకరి గురించి కంటెంట్‌ను పోస్ట్ చేసే ముందు మీరు ఏమి ఆలోచించాలి?

ప్రతికూల సమాచారానికి ప్రతిస్పందన

భాగం 1

మీ విద్యార్థులను అడగండి

- మీరు మీ పేరును ఆన్‌లైన్‌లో శోధిస్తున్నప్పుడు (ఉదా., సెర్చ్ ఇంజన్ ద్వారా లేదా సోషల్ మీడియాలో) మీ గురించి ప్రతికూల సమాచారాన్ని కనుగొంటే, మీరు దాని గురించి ఏదైనా చేయగలరా?
- ఇతరులు చూడకూడదు అని మీరనుకునే కంటెంట్ యొక్క కొన్ని ఉదాహరణలు ఏమిటి?

భాగం 2

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

ఒకవేళ మీ గురించిన ఆన్ లైన్ కంటెంట్ సందర్భాన్ని బట్టి, సమాచార రకాన్ని బట్టి లేదా ఇతర కారణాలవల్ల మీకు నచ్చకపోయినట్లైతే, ఏం చేయాలనే దాని గురించి భిన్నమైన విధానాలు ఉన్నాయి.

ఒక విధానం "కౌంటర్ స్పీచ్", అంటే మీ గురించిన సానుకూల కథలకు అధిక దృశ్యమాన్యత/శ్రద్ధ ఇవ్వడం, మిమ్మల్ని సానుకూలంగా ప్రతిబింబించేలా కంటెంట్ తయారుచేసి నిర్వహించడం. మీరు ఇది చేయవచ్చు, ఉదాహరణకు, సముచితమైనప్పుడు సోషల్ మీడియా ఉనికిని సృష్టించడం, మీ పేరు ఆధారంగా ఒక బ్లాగ్ ప్రారంభించడం లేదా వెబ్‌సైట్‌ను నమోదు చేయడం.

ప్రతికూల కంటెంట్ తొలగించడానికి రెండవ విధానం భిన్నమైన చర్యలను కలిగి ఉంటుంది బడింది. ఉదాహరణకి:

1. మీకు నచ్చని కంటెంట్ చూస్తే (ఉదా., మీ ఫోటో), ఆ కంటెంట్‌ను తొలగించమని వారిని అడగడానికి మీరు నేరుగా దీన్ని పోస్ట్ చేశారో ఆ వ్యక్తిని చేరుకోవడానికి ప్రయత్నించవచ్చు (ముఖ్యంగా సోషల్ మీడియాలో మరియు/లేదా మెసేజింగ్ యాప్స్).

2. అనేక ప్లాట్‌ఫారమ్‌లు మిమ్మల్ని బాధించే లేదా ఆసక్తికరంగా లేదని భావించే దానియొక్క ఫ్లాగ్ సమాచారానికి ఇంటర్‌ఫేస్‌లను కూడా అందిస్తాయి; కంటెంట్ (ఉదా., ఫోటోలు, వీడియోలు, టెక్స్ట్-ఆధారిత పోస్ట్‌లు) ప్రతికూలమైనవి/అసమంజసమైనవి మీకు చూపేవి ప్లాట్ ఫారం పై ఉండరాదు. (ఉదా., అప్రియమైన, హింసాత్మక లేదా నిషేధించబడినట్లు అనిపిస్తుంది); స్కామ్‌అ లాగా నిపిస్తుంది - మరియు ప్లాట్‌ఫారమ్ దాన్ని సేవా నిబంధనలు మరియు కమ్యూనిటీ నిబంధనలకు అనుగుణంగా తనిఖీ చేస్తుంది.

3. కొన్ని సందర్భాల్లో, మీకు చట్టపరమైన నివారణలు ఉండవచ్చు ఉదాహరణకు, న్యాయస్థానంలో లా సూట్ ఫైల్ వేయవచ్చు, అధికార పరిధి మరియు వర్తించే చట్టాన్ని బట్టి (ఉదాహరణకు కొన్ని సందర్భాల్లో గోప్యత భంగానికి, తప్పుడు ప్రకటనలు, ఒకరి ప్రతిష్టను దెబ్బతీసేవి).

4. కొన్ని దేశాలలో ప్లాట్ ఫారంలకు కొన్ని రకాల చట్టవిరుద్ధమైన కంటెంట్‌ను తొలగించడానికి నోటిఫికేషన్ అవసరమయ్యే నిర్దిష్ట చట్టాలు ఉన్నాయి (ఉదా., జర్మనీలో నెట్‌వర్క్ ఎన్‌ఫోర్స్‌మెంట్ యాక్ట్).

5. దయచేసి కొన్నిసార్లు కంటెంట్‌ను మరుగునపడేయడానికి/తొలగించడానికి/సరిచేయడానికి ప్రయత్నిస్తే అప్పుడు దానిపై మరింత ఎక్కువ దృష్టిని ఆకర్షించబడుతుందని గ్రహించండి.

భాగం 3

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

అదనంగా, యూరోపియన్ యూనియన్ ("EU") లో నివసిస్తున్న ప్రజలు సాధారణంగా "ఎరేజర్ హక్కు" అనబడే "మరచిపోయే హక్కు" కలిగి ఉంటారు (ఈ హక్కు వారు ఏఊ వెలుపల ప్రయాణిస్తున్నా లేదా నివసిస్తున్నా కూడా వర్తిస్తుంది. దీని కింద జనరల్ డేటా ప్రొటెక్షన్ రెగ్యులేషన్ ("GDPR") లో, ఏఊ లోని వ్యక్తులు కొన్ని నిర్దిష్ట రకాల సమాచారాన్ని తొలగించడానికి "డేటా కంట్రోలర్‌లను" అడగవచ్చు. ("డేటా కంట్రోలర్లు" వ్యాపారాలు, వ్యక్తులు, ప్రభుత్వ సంస్థలు మరియు ఇతరులు మీ గురించి సమాచారం ఎలా ప్రాసెస్ చేయబడుతుందనే దానిపై నిర్ణయాలుతీసుకునేవారు.)

EU లోని ప్రజలు తమ గురించి సమాచారం చెరిపివేయమని అడగడానికి ఆరు కారణాలు ఉన్నాయి.వీటిలో ప్రతి ఒక్క కారణం అనేక పరిస్థితులను కలిగి ఉంటుంది. ఉదాహరణకు, డేటా తొలగింపు అభ్యర్థన చేయగల కారణాలు తరువాత "పిల్లల" గురించి సేకరించిన సమాచారం, తర్వాత ఈ సమాచారాన్ని షేర్ చేయడం వల్ల కలిగే నష్టాలు చాలా పెద్దవని నిర్ణయించుకోవడం. ఆ కారణం చాలా సాధారణం. బహుశా లెక్కలేనన్ని ఉన్నాయి. ఒక ఇరవై ఐదు సంవత్సరాల వయస్సున్నవారు తాము పదహారేళ్ళ వయసులో పంచుకున్న సమాచారాన్ని తొలగించమని కోరుకోవడానికి నిర్ణయించుకునే కారణాలు అనేకం ఉంటాయి!

చెరిపివేసే హక్కు పై ముఖ్యమైన పరిమితులు కూడా ఉన్నాయి. చెరిపివేయడానికి అభ్యర్థనను తిరస్కరించడానికి ఐదు కారణాలు ఉన్నాయి. తొలగించడానికి అభర్థన చేసే కారణాల మాదిరిగానే, తిరస్కరణకు కారణాలు విస్తృతమైనవి, అనేక రకాల పరిస్థితులను కలిగి ఉంటాయి. తిరస్కరణకు గల ఒక ముఖ్యమైన కారణం గురించి మనం మరింత మాట్లాడదాం - స్వేచ్ఛా ప్రసంగ హక్కులు - కొన్ని నిమిషాల్లో.

జిడిపిఆర్ మే 25, 2018 నుండి అమల్లోకి వచ్చింది. ఫ్యూ ప్రభావాన్ని ఎక్కువ కాలం చూసినట్లైతే, మనం దాని గురించి మరింత నేర్చుకుంటాము ఏడూ లోని ప్రజలు తమ తొలగించే హక్కును ఎలా వినియోగిస్తున్నారు మరియు ఎలా కంపెనీలు, ప్రభుత్వ సంస్థలు మరియు ఇతరులు స్పందిస్తున్నారు.

అసైన్మెంట్

అసైన్మెంట్

ఎంపిక 1, 13-15 సంవత్సరాల విద్యార్థులకు:

మీ విద్యార్థులకు చెప్పండి

ఇప్పుడు మనం బహిరంగంగా అందుబాటులో ఉన్న ఆన్‌లైన్ సమాచారం ఇతరుల గురించి అభిప్రాయాలను రూపొందించడంలో ఎలా సహాయపడుతుంది అనే దాని గురించి మాట్లాడాం, మీరు ఇప్పుడు నేర్చుకున్న వాటిని వర్తింపజేద్ధాం.

తరువాతి 30 నిమిషాలలో, వ్యక్తిగతంగా, కింది కార్యాచరణలో పాల్గొనండి:

1. పబ్లిక్ ఫిగర్ ఎంచుకోండి (ఉదా., ఎవరైన సంగీతంలో ఉన్నవారు మరియు/లేదా చలనచిత్ర (సినిమాలు/టీవీ) పరిశ్రమ, రాజకీయవేత్త, వ్యాపారవేత్త).

2. ఆ వ్యక్తి గురించి ఆన్‌లైన్‌లో బహిరంగంగా లభించే సమాచారం కోసం శోధించండి మరియు ఆ సమాచారం ఆ వ్యక్తి గురించి అభిప్రాయాన్ని రూపొందించడానికి మీకు ఎలా సహాయపడిందో చిన్న పేరాలో వివరించండి.

3. మీరు ఈ వ్యక్తిని వారి గురించిన ఆన్‌లైన్‌లో కంటెంట్ ఎలా భిన్నంగా లభిస్తుందో అనే దాని చుట్టూ 4 సిఫార్సులు అందిస్తే (ఉదా., గోప్యతలో మార్పు పరంగా సెట్టింగులు, ప్రేక్షకులలో మార్పు, కంటెంట్లో మార్పు) మరియు/లేదా అస్సలు అందుబాటులో ఉండని (ఉదా., తొలగించబడినవి, తీసివేయబడినవి) ఈ వ్యక్తి తమను తాము ఎలా ప్రదర్శిస్తారో మెరుగుపరచడానికి/ఆన్‌లైన్‌లో ఎలా ఇతరులు గ్రహించారు, వారు ఎలాంటి వారు?

అసైన్‌మెంట్ పూర్తి చేయడానికి విద్యార్థులకు 30 నిమిషాలు సమయం ఇవ్వండి.

మూలం: ఈ కంటెంట్‌ను ఫేస్‌బుక్ హోస్ట్ చేస్తుంది మరియు క్రియేటివ్ కామన్స్ అట్రిబ్యూషన్ - షేర్అలైక్ 4.0 అంతర్జాతీయ లైసెన్స్ క్రింద ప్రస్తుతం హార్వర్డ్ విశ్వవిద్యాలయంలోని బెర్క్‌మన్ క్లీన్ సెంటర్ ఫర్ ఇంటర్నెట్ & సొసైటీలో యూత్ అండ్ మీడియా నుండి నేర్చుకునే వనరులను కలిగి ఉంది.
మీరు యూత్ మరియు మీడియాను అసలు మూలంగా ఆపాదిస్తున్నంతవరకు మరియు లైసెన్స్ యొక్క ఇతర నిబంధనలను అనుసరిస్తూ, అదే నిబంధనల ప్రకారం ఏవైనా ఇతర పనులను పంచుకుంటున్నంతవరకు, వాణిజ్య లేదా వాణిజ్యేతర, ఉత్పన్న రచనలను కాపీ చేయడం మరియు సిద్ధం చేయడం సహా మీరు వాటిని ఉపయోగించుకోవచ్చు.

హ్యాండ్ ఔట్

మీరు ఏమి చేయాలి?

దయచేసి అందించిన స్థలంలో ప్రతి ప్రశ్నకు మీ స్పందన రాయండి.అక్కడ తప్పు సమాధానాలు లేవని గుర్తుంచుకోండి. దయచేసి ప్రశ్నల గురించి జాగ్రత్తగా ఆలోచించండి మరియు మీ స్వంత అభిప్రాయాన్ని పంచుకోండి .

దృష్టాంతం 1

సోఫియా మరియు ఆమె బెస్ట్ ఫ్రెండ్ జోక్విన్ ఇప్పుడే భారీగా తగవుపడ్డారు. తరువాత, సోఫియా జోక్విన్ గురించి సోషల్ మీడియాలో నిజంగా వెగటైన పోస్ట్‌ను పంచుకున్నారు. రాత్రి ఆ తరువాత, జోక్విన్ ఆమెకు టెక్స్ట్ సందేశం పంపించాడు మరియు వారు ఒకరినొకరు క్షమించుకుంటారు, కాని ఆమె పోస్ట్ ఇప్పటికీ ఆన్‌లైన్‌లో ఉంది.

- ఏమి జరగవచ్చు?

- సోఫియా ఏమి చేయాలి? జోక్విన్ ఏమి చేయాలి?

- ఈ పరిస్థితికి నిజ జీవిత ఉదాహరణ గురించి మీరు ఆలోచించగలరా?

కొనసాగింపు >

మూలం: ఈ కంటెంట్‌ను ఫేస్‌బుక్ హోస్ట్ చేస్తుంది మరియు క్రియేటివ్ కామన్స్ అట్రిబ్యూషన్ - షేర్‌అలైక్ 4.0 అంతర్జాతీయ లైసెన్స్ క్రింద ప్రస్తుతం హార్వర్డ్ విశ్వవిద్యాలయంలోని బెర్క్‌మన్ క్లీన్ సెంటర్ ఫర్ ఇంటర్నెట్ & సొసైటీలో యూత్ అండ్ మీడియా నుండి నేర్చుకునే వనరులను కలిగి ఉంది.
మీరు యూత్ మరియు మీడియాను అసలు మూలంగా ఆపాదిస్తున్నంతవరకు మరియు లైసెన్స్ యొక్క ఇతర నిబంధనలను అనుసరిస్తూ, అదే నిబంధనల ప్రకారం ఏవైనా ఇతర పనులను పంచుకుంటున్నంతవరకు, వాణిజ్య లేదా వాణిజ్యేతర, ఉత్పన్న రచనలను కాపీ చేయడం మరియు సిద్ధం చేయడం సహా మీరు వాటిని ఉపయోగించుకోవచ్చు.

దృష్టాంతం 2

డేవిడ్ తన స్నేహితులు కొందరు వేళాకోళంగా వ్యవహరించే ఫోటోలను తీసి సోషల్ మీడియాలో అసభ్యంగా లేదా కొంటెగానున్న హ్యాష్‌ట్యాగ్‌లతో పోస్ట్ చేసారు, కాని వాస్తవానికి లోపల అతని స్నేహితులతో వేసిన జోకులు ఉంటాయి. తర్వాతి రోజు, మరొక స్నేహితురాలైన కాటాలినా పాఠశాలలో అతని వద్దకు వచ్చి, ఆ హ్యాష్‌ట్యాగ్‌లు నిజంగా బాధ కలిగించాయని మరియు రకమైన సెక్సిస్ట్ (అంటే, సెక్స్ ఆధారంగా పక్షపాతం లేదా వివక్ష; ముఖ్యంగా మహిళలపై వివక్ష) అని ఆమె భావించిందని అన్నది.

- ఏమి జరగవచ్చు?

- డేవిడ్ ఏమి చేయాలి? కాటాలినా ఇంకా ఏమి చేయగలదు?

- కాటాలినా వ్యక్తిగతంగా కాకుండా ఆన్‌లైన్‌లో డేవిడ్‌ను ఎదుర్కొన్నట్లయితే ఏమవుతుంది?

- ఈ పరిస్థితికి నిజ జీవిత ఉదాహరణ గురించి మీరు ఆలోచించగలరా?

- కాటాలినా అతన్ని ఒక పోకిరి అని పిలవడం ప్రారంభిస్తే? ఒక పోకిరీ అని పిలవబడడం భవిష్యత్తులో డేవిడ్ గౌరవాన్ని ప్రభావితం చేయడం ఎలా ఉంటుందని మీరు అనుకుంటున్నారు.

దృష్టాంతం 3

అదితి సోషల్ మీడియాలో ఉన్నప్పుడు, పాఠశాలలో మేరీ అనే అమ్మాయి తన ఫోటో తీసినట్లు తెలుసుకుని అందులో, "హాహా# ఏదైతేధరించరాదో" (ఆమె దుస్తులను ఎగతాళి చేయడం) అని రాశింది. అయితే, దీనితో అదితి నిజంగా కలత చెందింది.

- ఏమి జరగవచ్చు?

- మేరీ ఏమి చేయాలి? అదితి ఏమి చేయాలి?

హాండ్ ఔట్

మీరు ఏమి చేయాలి?

ఎడ్యుకేటర్ యొక్క కాపీ

దయచేసి అందించిన స్థలంలో ప్రతి ప్రశ్నకు మీ స్పందన రాయండి. తప్పు సమాధానాలు లేవని గుర్తుంచుకోండి. దయచేసి ప్రశ్నల గురించి జాగ్రత్తగా ఆలోచించండి మరియు మీ స్వంత అభిప్రాయాన్ని పంచుకోండి.

దృష్టాంతం 1

సోఫియా మరియు ఆమె బెస్ట్ ఫ్రెండ్ జోక్విన్ ఇప్పుడే భారీగా తగవుపడ్డారు. తరువాత, సోఫియా జోక్విన్ గురించి సోషల్ మీడియాలో నిజంగా వెగటైన పోస్ట్‌ను పంచుకున్నారు. రాత్రి ఆ తరువాత, జోక్విన్ ఆమెకు టెక్స్ట్ సందేశం పంపించాడు మరియు వారు ఒకరినొకరు క్షమించుకుంటారు, కాని ఆమె పోస్ట్ ఇప్పటికీ ఆన్‌లైన్‌లో ఉంది.

- ఏమి జరగవచ్చు?

- సోఫియా ఏమి చేయాలి?జోక్విన్ ఏమి చేయాలి?
- కొన్ని ఉదాహరణలు: ఎవరో ఒకరు పోస్ట్‌ను చూడవచ్చు మరియు సోఫియాను వేధించేదానిగా మరియు ఆమె మరియు జోక్విన్ యొక్క సంబంధాన్ని బెదిరించడం లేదా తప్పుగా అర్థం చేసుకోవడం కోసం సోఫియాని రిపోర్ట్ చేయవచ్చు.జోక్విన్ ఈ పోస్ట్‌ను ఇంకా మొరటుగా భావించవచ్చు. సోఫియా తన పోస్ట్‌ను తొలగించడం బహుశా మంచి ఆలోచన

- ఈ పరిస్థితికి నిజ జీవిత ఉదాహరణ గురించి మీరు ఆలోచించగలరా?
- విద్యార్థులు గతంలో ఎదుర్కొన్న లేదా విన్న ఉదాహరణలను వివరించవచ్చు.ఈ నిజ జీవిత ఉదహరణలు పంచుకోవడం విద్యార్థులకు అసౌకర్యంగా ఉండవచ్చని గుర్తుంచుకోండి.స్నేహితులు లేదా తమకు తెలిసిన వ్యక్తుల ఉదాహరణలను పంచుకోమని చెప్పండి (vs. తమవి).

కొనసాగింపు >

మూలం: ఈ కంటెంట్‌ను ఫేస్‌బుక్ హోస్ట్ చేస్తుంది మరియు క్రియేటివ్ కామన్స్ అట్రిబ్యూషన్ - షేర్అలైక్ 4.0 అంతర్జాతీయ లైసెన్స్ క్రింద ప్రస్తుతం హార్వర్డ్ విశ్వవిద్యాలయంలోని బెర్క్‌మన్ క్లీన్ సెంటర్ ఫర్ ఇంటర్నెట్ & సొసైటీలో యూత్ అండ్ మీడియా నుండి నేర్చుకునే వనరులను కలిగి ఉంది.
మీరు యూత్ మరియు మీడియాను అసలు మూలంగా ఆపాదిస్తున్నంతవరకు మరియు లైసెన్స్ యొక్క ఇతర నిబంధనలను అనుసరిస్తూ, అదే నిబంధనల ప్రకారం ఏవైనా ఇతర పనులను పంచుకుంటున్నంతవరకు, వాణిజ్య లేదా వాణిజ్యేతర, ఉత్పన్న రచనలను కాపీ చేయడం మరియు సిద్ధం చేయడం సహా మీరు వాటిని ఉపయోగించుకోవచ్చు.

దృష్టాంతం 2

డేవిడ్ తన స్నేహితులు కొందరు వేళాకోళంగా వ్యవహరించే ఫోటోలను తీసి సోషల్ మీడియాలో అసభ్యంగా లేదా కొంటెగానున్న హ్యాష్‌ట్యాగ్‌లతో పోస్ట్ చేసారు, కాని వాస్తవానికి లోపల అతని స్నేహితులతో వేసిన జోకులు ఉంటాయి. తర్వాతి రోజు, మరొక స్నేహితురాలైన కాటాలినా పాఠశాలలో అతని వద్దకు వచ్చి, ఆ హ్యాష్‌ట్యాగ్‌లు నిజంగా బాధ కలిగించాయని మరియు రకమైన సెక్సిస్ట్ (అంటే, సెక్స్ ఆధారంగా పక్షపాతం లేదా వివక్ష; ముఖ్యంగా మహిళలపై వివక్ష) అని ఆమె భావించిందని అన్నది.

- ఏమి జరగవచ్చు?

- డేవిడ్ ఏమి చేయాలి? కాటాలినా ఇంకా ఏమి చేయగలదు?
- డేవిడ్ క్షమాపణ చెప్పాలి లేదా తనను తాను వివరణ ఇచ్చుకోవాలి. విద్యార్థులు వారి చర్యలను ఉద్దేశించిన దానికంటే భిన్నంగా ఎలా గ్రహించబడతాయో పరిశీలించాలి, అంతమాత్రాన ఇతరుల అవగాహన తప్పు అని దీని అర్థం కాదు.

- కాటాలినా వ్యక్తిగతంగా కాకుండా ఆన్‌లైన్‌లో డేవిడ్‌ను ఎదుర్కొన్నట్లయితే ఏమవుతుంది?
- కాటాలినా డేవిడ్‌ను పబ్లిక్ పోస్ట్‌లో ఎదుర్కొన్నట్లయితే, ఇతరులు ఈ అంశంపై చర్చ చేయగలరు మరియు లోపలి జోక్‌ని వివరించగలరు లేదా ఈ స్టేట్మెంట్ ఎందుకు అభ్యంతరకరంగా ఉందని చెప్పగలరు.ఇది పరిష్కరించబడవచ్చు లేదా ఇది అనేక మంది మధ్య పెద్ద వివాదంగా మారవచ్చు. కాటాలినా ఆన్‌లైన్ సందేశం ద్వారా డేవిడ్‌ను సంప్రదించినట్లయితే, డేవిడ్ దాని తరువాత ఆమెతో చర్చించగలడు మరియు అది సరికాదని అతను నమ్మినట్లైతే అతని పోస్ట్‌ను సవరించుకోగలడు.

దృష్టాంతం 3

అదితి సోషల్ మీడియాలో ఉన్నప్పుడు, పాఠశాలలో మేరీ అనే అమ్మాయి తన ఫోటో తీసినట్లు తెలుసుకుని అందులో, "హహ# ఏద్రైతేధరించరాదో" (ఆమె దుస్తులను ఎగతాళి చేయడం) అని రాశిందిఅయితే, దీనితో అదితి నిజంగా కలత చెందింది.

- ఏమి జరిగి ఉండవచ్చు?

- మేరీ ఏమి చేయాలి?అదితి ఏమి చేయాలి?
- మేరి యొక్క చర్యలు తనకు బాధ కలిగించాయని తెలియజేయడానికి అదితి మేరీని ఎదుర్కోవాలి. అదితి యొక్క చర్యలను సోషల్ మీడియా ప్లాట్‌ఫామ్ మరియు పెద్దవారికి (ఉదా., తల్లిదండ్రులు / సంరక్షకుడు, ఉపాధ్యాయుడు లేదా పాఠశాల నిర్వాహకుడు) కూడా అదితి నివేదించవచ్చు.

మూలం: ఈ కంటెంట్‌ను ఫేస్‌బుక్ హోస్ట్ చేస్తుంది మరియు క్రియేటివ్ కామన్స్ అట్రిబ్యూషన్ - షేర్అలైక్ 4.0 అంతర్జాతీయ లైసెన్స్ క్రింద ప్రస్తుతం హార్వర్డ్ విశ్వవిద్యాలయంలోని బెర్క్‌మన్ క్లీన్ సెంటర్ ఫర్ ఇంటర్నెట్ & సొసైటీలో యూత్ అండ్ మీడియా నుండి నేర్చుకునే వనరులను కలిగి ఉంది.
మీరు యూత్ మరియు మీడియాను అసలు మూలంగా ఆపాదిస్తున్నంతవరకు మరియు లైసెన్స్ యొక్క ఇతర నిబంధనలను అనుసరిస్తూ, అదే నిబంధనల ప్రకారం ఏవైనా ఇతర పనులను పంచుకుంటున్నతవరకు, వాణిజ్య లేదా వాణిజ్యేతర, ఉత్పన్న రచనలను కాపీ చేయడం మరియు సిద్ధం చేయడం సహా మీరు వాటిని ఉపయోగించుకోవచ్చు.