

ऑनलाइन प्रतिष्ठा



पाठ का उद्देश्य :

विद्यार्थी इस बात पर विचार करेंगे कि उनके बारे में सार्वजनिक रूप से उपलब्ध ऑनलाइन जानकारी उनके प्रति दूसरों की राय बनाने में कैसे मदद करती है। वे विभिन्न प्रकार के ऑनलाइन कम्युनिकेशन के लिए दर्शकों को पहचानेंगे, और विचार करेंगे कि उनका नाम ढूंढे जाने पर वे उनकी कौन सी जानकारी प्रकट करना चाहेंगे, साथ ही, अपने बारे में नापसंद इंटरनेट सामग्री पर प्रतिक्रिया देने के विभिन्न तरीके भी सीखेंगे।



▶ आवश्यक प्रश्न	▶ आपके बारे में उपलब्ध ऑनलाइन जानकारी के आधार पर, अपने बारे में लोगों का नज़रिया आप कैसे बदल सकते हैं	
▶ आयु	▶ 13-18 वर्ष	
▶ सामग्री	▶ आपको क्या करना चाहिये?" हैडआउट ▶ "आपको क्या करना चाहिए?" हैडआउट – अध्यापक के लिए एक कॉपी	
तैयारी	▶ हर विद्यार्थी के लिए हैडआउट की एक कॉपी प्रिंट कीजिए ▶ इस पाठ के लिए विद्यार्थियों को इंटरनेट की आवश्यकता होगी	
▶ आइएसटीई डिजिटलकमिट कॉम्पिटेंसी	▶ कुल मिलाकर: मैं अलग-अलग विचारों को सम्मानपूर्वक सुनने और समझने के लिए तैयार हूँ, और दूसरों के साथ ऑनलाइन पूरे सम्मान और सहानुभूति के साथ ऑनलाइन तौर पर जुड़ता हूँ।	



सहायक सामग्री

facebook.com/fbgetdigital पर जाएं। ये जाएं और माता-पिता और युवाओं के लिए संसाधन प्राप्त करें जो आज विद्यार्थियों द्वारा वेबनेस पर आधारित आज केसीखे गए पाठ से संबंधित हैं। मैं सहायक हो सकते हैं।

स्रोत: इस सामग्री को फेसबुक द्वारा होस्ट किया गया है और इसमें वर्तमान में एक क्रिएटिव कॉमन्स एट्रिब्यूशन - शेयरअलाइक 4.0 इंटरनेशनल लाइसेंस के अंतर्गत हार्वर्ड यूनिवर्सिटी में बर्कमैन क्लेन सेंटर फॉर इंटरनेट एंड सोसाइटी में युथ और मीडिया की सहायता से तैयार किए गए शिक्षण संसाधन शामिल हैं। आप तब तक ही उनका उपयोग कर सकते हैं, जब तक कि आप युथ और मीडिया को मूल स्रोत के रूप में प्रदर्शित करते हैं और लाइसेंस की अन्य शर्तों का पालन करते हैं, और उन शर्तों के अंतर्गत ही भविष्य में किसी भी काम को साझा करते हैं। इनमें व्युत्पन्न कार्यों की कॉपी करना और इन्हें तैयार करना शामिल है, चाहे वह कमर्शियल हो या नॉन-कमर्शियल।

आपका रहस्य कौन जानता है?

भाग 1

अपने विद्यार्थियों से कहिए

क्या आपका कोई रहस्य है? इस रहस्य को अपने मन में ही रखें। आपको इस रहस्य को किसी के साथ साझा करने या इसे लिखने की ज़रूरत नहीं है।

अब इन प्रश्नों का उत्तर अपने मन में ही दीजिए – आपको इन्हें ज़ोर से बोलने या लिखने की ज़रूरत नहीं है:

1. इस कमरे में मौजूद कितने लोग यह रहस्य जानते हैं?
2. आपके आस-पड़ोस में रहने वाले कितने लोग यह रहस्य जानते हैं?
3. ऐसे कितने लोग यह रहस्य जानते हैं जिनसे आप असल में कभी नहीं मिले हैं?

कल्पना कीजिए कि आपको उस रहस्य को कागज़ के एक टुकड़े पर लिखना है और इस समूह में से किसी भी एक व्यक्ति को इसे पढ़ना है। यहाँ कुछ और प्रश्न हैं – फिर से, उनका केवल अपने मन में ही उत्तर दें, ज़ोर से बोल कर या लिखित रूप में नहीं। एक सप्ताह बीतने के बाद:

1. अब इस कमरे में मौजूद कितने लोग यह रहस्य जानते होंगे?
2. अब आपके आस-पड़ोस में रहने वाले कितने लोग यह रहस्य जानते होंगे?
3. अब ऐसे कितने लोग यह रहस्य जानते होंगे जिनसे आप कभी असल में नहीं मिले?

भाग 2

अपने विद्यार्थियों से कहिए

आपको उन लोगों के बारे में सोचने की ज़रूरत है जो आपके बारे में कोई रहस्य या अन्य जानकारी "दर्शक" के रूप में देख सकते हैं।

दर्शकों की बेहतर समझ होने से आप यह आसानी से निर्धारित कर सकते हैं कि कौन सी जानकारी दूसरों के साथ साझा की जाए और कौन सी नहीं। किसी व्यक्ति या लोगों का एक समूह जो किसी विशेष जानकारी को प्राप्त कर सकता है, उसे दर्शक कहते हैं।

आज नई टेक्नोलॉजी के साथ, दर्शकों की संख्या बहुत तेज़ी से बढ़ सकती है। दर्शकों की संख्या बढ़ाने की इस क्षमता के कारण अपनी ऑनलाइन जानकारी और गतिविधियों के लिए दर्शकों की पहचान करना या उनकी संख्या को सीमित करना आपके लिए नामुमकिन तो नहीं पर मुश्किल हो सकता है वैसे तो यह बात अच्छी है कि बहुत सारे लोगों के साथ अपना कार्य साझा करने की इच्छा होने पर दर्शकों की संख्या तेज़ी से बढ़ सकती है, लेकिन अगर वह जानकारी निजी हो तो ऐसा होना बहुत अच्छी बात नहीं होती है।

दुर्भाग्यवश, निजी जानकारी - विशेष रूप से ऐसी जानकारी जिससे शर्म महसूस हो - अक्सर देखने में लोगों को रोमांचक लगती है, इसलिए एक बार इस प्रकार की जानकारी ऑनलाइन मौजूद हो जाने के बाद, इस सामग्री को देखने वालों को नियंत्रित करना बहुत चुनौतीपूर्ण हो सकता है।

कभी भी ऑनलाइन कोई जानकारी साझा करते समय (यहाँ तक कि सीधे एक व्यक्ति के साथ भी, जैसे कि एक टेक्स्ट या निजी संदेश में) आपको इस संभावना के लिए तैयार रहना चाहिए कि वह जानकारी मनचाहे दर्शकों के अलावा अन्य लोगों तक भी पहुँच सकती है।

भाग 3

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

▶ जब आप सोशल मीडिया पर स्टेटस अपडेट, फोटो, करते हैं, या फिर तस्वीर या अन्य जानकारी पोस्ट करते हैं, तो आपके मनचाहे दर्शक कौन से होते हैं?

▶ क्या यह सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर निर्भर करता है? या विषय पर?

अपने विद्यार्थियों से कहिए

यह आपकी निजता सेटिंग्स के साथ-साथ आपके द्वारा चुने गए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर भी निर्भर करता है, लेकिन आपके दर्शकों में आपके करीबी दोस्त / फॉलोवर / कनेक्शन या उस सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करने वाला या आपकी खोज ऑनलाइन करने वाला कोई भी व्यक्ति शामिल हो सकता है। लेकिन दर्शक कोई भी हो उससे फर्क नहीं पड़ता, क्योंकि इस जानकारी को कहीं भी कॉपी और पोस्ट किया जा सकता है, और कोई भी व्यक्ति फोटो / सामग्री का स्क्रीन-शॉट ले सकता है या व्यक्तिगत तौर पर और ऑनलाइन बातचीत के माध्यम से जानकारी साझा की जा सकती है।

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

▶ सोशल मीडिया पर सामग्री डालते समय आपके मनचाहे दर्शक कौन होते हैं?

▶ उदाहरण के लिए, जब आप किसी अन्य व्यक्ति की फेसबुक टाइम-लाइन पर सामग्री पोस्ट करते हैं या जब आप किसी अन्य व्यक्ति के सोशल मीडिया अकाउंट में सामग्री डालते हैं (जैसे, उनकी किसी तस्वीर पर कमेंट करते हुए, उन्हें किसी पोस्ट या फोटो में टैग करते हुए), तो आपके मनचाहे दर्शक कौन होते हैं?

अपने विद्यार्थियों से कहिए

यह आपकी और उनकी निजता सेटिंग्स दोनों पर निर्भर करेगा, लेकिन सामग्री अक्सर उनके दोस्तों / फॉलोवर्स / कनेक्शनों को दिखाई देगी, जिसमें वे लोग भी शामिल होंगे जिन्हें आप नहीं जानते हैं - इसमें उनके परिवार के सदस्य या व्यवस्थापक या उनके स्कूल के अध्यापक भी शामिल हो सकते हैं।

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

सोशल मीडिया पर संदेश (जैसे, टेक्स्ट, ईमेल, निजी / सीधा संदेश) भेजते समय आपके मनचाहे दर्शक कौन होते हैं?

अपने विद्यार्थियों से कहिए

आपके दर्शक वे लोग हैं जिसे यह भेजा गया है, लेकिन सावधान रहें - अन्य लोग भी इसे देख सकते हैं।

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

▶ आपका संदेश उन लोगों के अलावा दूसरों तक कैसे पहुँच सकता है जिन्हें आपने उसे नहीं भेजा?

▶ भावित तरीकों में फोटो / स्क्रीन-शॉट, फॉरवर्डिंग और व्यक्तिगत तौर पर फोन बांटना शामिल है।

▶ किन मामलों में बड़ी संख्या में दर्शकों तक पहुँचना उपयोगी हो सकता है?

- ▶ संभावित उदाहरणों में बड़ी संख्या में दर्शकों तक संदेश भेजने, लोगों को जुटाने, जागरूकता पैदा करने की आशा करना शामिल है।
- ▶ किन मामलों में बड़ी संख्या में दर्शकों तक पहुंचना समस्याजनक हो सकता है?
- ▶ मनचाहे दर्शकों के अलावा अन्य लोगों से साझा करना आपको परेशानी में डाल सकता है, और शर्मिंदगी का कारण बन सकता है, प्रतिष्ठा को नुकसान पहुंचा सकता है।
- ▶ ऐसी कौन सी परिस्थितियाँ हैं जहाँ, एक अच्छी ऑनलाइन प्रतिष्ठा बनाए रखना महत्वपूर्ण हो सकता है?
- ▶ संभावित उदाहरणों में स्कूल / कॉलेज / यूनिवर्सिटी एप्लीकेशन, जॉब एप्लीकेशन और नए दोस्त बनने की संभावनाबनाना शामिल है।

अपनी प्रतिष्ठा पर शोध करना

भाग 1

कक्षा में बातचीत

अध्यापक कोई ऐसी लोकप्रिय हस्ती चुनता है (जैसे, संगीत और / या फिल्म (सिनेमा / टीवी) उद्योग, राजनीतिक हस्ती, बिज़नेस लीडर) जिनसे विद्यार्थी परिचित हों। गूगल करें या / ऑनलाइन सर्च इंजन पर उनका नाम देखें और, विद्यार्थियों के साथ, नतीजों की जांच करें (कृपया स्क्रीन पर खोज के नतीजे देखें)। साथ ही, उस लोकप्रिय हस्ती की सोशल मीडिया उपस्थिति के बारे में पता लगाएं। कुछ मिनट खोज करने के बाद, दो विद्यार्थियों को उस लोकप्रिय हस्ती और उसके एक प्रशंसक के बीच काल्पनिक बातचीत का अभिनय करने के लिए कहें।

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

- ▶ कैसा लगता है जब उन्हें किसी ऐसे व्यक्ति का सामना करना पड़े जो उनके बारे में बहुत सारी जानकारी रखता हो?
- ▶ अगर वह जानकारी गलत हो, तो उन्हें कैसा लगेगा?
- ▶ कितने लोग इस जानकारी तक पहुँच सकते हैं?
- ▶ किस प्रकार से वे ऑनलाइन उपलब्ध जानकारी को नियंत्रित कर सकते हैं?

भाग 2

अपने विद्यार्थियों से कहिए

जिन लोगों से आप मिलते हैं, वे आपके बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करने के लिए सर्च इंजन का उपयोग करेंगे। उन्हें जो भी जानकारी मिलती है, अच्छी या बुरी वो आपके बारे में उनकी सोच को प्रभावित करता है। यदि आप चाहते हैं कि उनकी आपके प्रति सोच पर आपका नियंत्रण रहे, तो आपके लिए यह जानना महत्वपूर्ण है कि वे कौन सी जानकारी देख सकते हैं।

इन लोगों में भावी नियोक्ता और स्कूल / कॉलेज / यूनिवर्सिटी के एडमिशन अधिकारी भी शामिल हैं। एडमिशन अधिकारी आवेदकों को नहीं बताते कि उन्होंने उनकी ऑनलाइन खोज की गयी है या नहीं या फिर उनके बारे में ऑनलाइन मिली जानकारी का उपयोग एडमिशन संबंधी फैसले लेने में किया गया है या नहीं।

भाग 3

कक्षा में बातचीत

विद्यार्थियों को जोड़ों में बाँटिए।

अपने विद्यार्थियों से कहिए

ऐसी किन्हीं तीन चीज़ों के बारे में सोचिए जो आपके हिसाब से तब दर्शाई जानी चाहिए जब कोई आपके बारे में गूगल करे / ऑनलाइन ढूँढे क्या आपको लगता है कि ये चीज़ें वास्तव में खोज परिणामों में दिखाई देंगी? अपने पार्टनर के साथ साझा करें।

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

- ▶ आपने और आपके पार्टनर ने क्या सोचा?
- ▶ अपना हाथ खड़ा करें अगर आपने अपना नाम गूगल किया/ऑनलाइन खोजा। आपने क्या देखा? कौन सी तस्वीरें सामने आई? क्या आपको अपने बारे में ही जानकारी मिली या आपके नाम के और भी लोग मिले?
- ▶ अगर उनके नाम एक ही हैं तो विद्यार्थियों से अपनी खोज में एक और जानकारी जोड़ने को कहें, जैसे कि उनका मूल निवास या उनके स्कूल का नाम।
- ▶ अगर कंप्यूटर या मोबाइल उपकरणों पर इंटरनेट सुविधा है, तो आप इस गतिविधि के दौरान भी विद्यार्थियों से उनका खुद का नाम गूगल करने/ऑनलाइन खोज करने के लिए कह सकते हैं।

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

अपना नाम गूगल/ ऑनलाइन खोजते समय, ये तीन प्रश्न पूछें:

- ▶ पहले कुछ परिणाम क्या हैं?
 - ▶ क्या आप इस जानकारी से संतुष्ट हैं?
 - ▶ अन्य खोज परिणामों के अनुसार आप एक व्यक्ति के रूप में कौन हैं? एक विद्यार्थी के रूप में? एक कर्मचारी के रूप में?
- जो व्यक्ति आपको नहीं जानता वो इन परिणामों को देखकर आपके बारे में कैसी छवि बना सकता है? शुरुआती परिणाम में आने वाली जानकारी पर यदि वो क्लिक करता और पढ़ता, तो वे आपके बारे में कैसी धारणा बना सकता है ?

जटिल जानकारी पर प्रतिक्रिया देना

कक्षा में बातचीत

आपको क्या करना चाहिए?" इस विषय पर हैंडआउट बांटे। विद्यार्थियों को जोड़े में व्यवस्थित करें। विद्यार्थियों से कहें कि वे वर्कशीट्स पर परिस्थितियों पर चर्चा करें और प्रत्येक परिस्थिति के लिए दो रणनीतियों / समाधानों के साथ आएं। साथ ही उन्हें ये भी कहें कि, वे अपने कार्य के संभावित परिणामों के बारे में भी सोचें। ऐसा करने के लिए उन्हें 15 मिनट का समय दें।

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

- ▶ जब कोई व्यक्ति आपके बारे में ऐसी सामग्री पोस्ट करता है जिसे आप पसंद नहीं करते और / या उस संदर्भ में गलत पाते हैं, तब आपको क्या करना चाहिए?
- ▶ किसी और के बारे में सामग्री पोस्ट करने से पहले आपको क्या सोचना चाहिए?

अपनी प्रतिष्ठा पर शोध करना

भाग 1

अपने विद्यार्थियों से पूछिए

- ▶ यदि अपना नाम ऑनलाइन ढूँढते समय आपको अपने बारे में कुछ नकारात्मक जानकारी मिलती है (उदाहरण के लिए, सर्च इंजन के माध्यम से या सोशल मीडिया पर), तो क्या आप इस संबंध में कुछ कर सकते हैं?
- ▶ वह किस तरह की सामग्री है जिसे आप दूसरों को नहीं दिखाना चाहते?

भाग 2

अपने विद्यार्थियों से कहिए

यदि आप अपने बारे में कोई ऐसी ऑनलाइन सामग्री पाते हैं जिसे आप पसंद नहीं करते, तो आप अलग-अलग तरीकों से उससे निपट सकते हैं और यह कई चीजों पर निर्भर करता है जैसे कि उस सामग्री का सन्दर्भ क्या है या फिर उसमें किस प्रकार की जानकारी है।

एक तरीका है "काउंटर स्पीच" या "जवाब देना" जिसमें आपको ऐसी सामग्री बनानी होती है जिससे आप अपने बारे में सकारात्मक बातों पर प्रकाश डाल सकें और ध्यान आकर्षित कर सकें। उदाहरण के तौर पर, आप उचित समय पर सोशल मीडिया उपस्थिति, ब्लॉग, या अपने नाम पर वेबसाइट बना सकते हैं।

दूसरा तरीका है, नकारात्मक सामग्री को हटाना, उदाहरण के तौर पर:

1. ऐसी सामग्री देखने पर जो आपको पसंद नहीं है (उदाहरण के तौर पर, आपकी तस्वीर), आप सीधे उस व्यक्ति तक पहुंचने की कोशिश कर सकते हैं जिसने उसे पोस्ट किया है (विशेषकर सोशल मीडिया और / या मेसेजिंग ऐप्स पर) और उन्हें उस सामग्री को हटाने के लिए कह सकते हैं।
2. कई प्लेटफॉर्म ऐसी जानकारी, चिह्नित करने के लिए इंटरफेस भी प्रदान करते हैं, जिनमें आपकी रूचि नहीं होती या आपको उससे उलझन होती है; ऐसी सामग्री (जैसे, तस्वीर, वीडियो, टेक्स्ट-आधारित पोस्ट) जो आपकी छवि को नकारात्मक / अप्रभावकारी तरह से दिखाती हो; जो कि इस प्लेटफॉर्म पर नहीं होनी चाहिए (जैसे, आक्रामक, हिंसक या निषिद्ध लगती हो); जालसाजी दिखती हो- और तब वह प्लेटफॉर्म अपनी सेवा शर्तों और सामुदायिक मानदंडों के तहत इसकी जाँच करता है।
3. कुछ मामलों में, आपके पास कानूनी उपाय हो सकते हैं, उदाहरण तौर पर ऐसे मामले जिसमें आप अधिकार क्षेत्र और लागू कानून के अनुसार न्यायालय में एक मुकदमा दायर कर सकते हैं, (उदाहरण के तौर पर निजता में दखल के कुछ मामले या गलत बयान जो किसी की प्रतिष्ठा को नुकसान पहुंचाते हैं)।
4. कुछ देशों में इसके लिए विशिष्ट कानून हैं जिनके तहत इन प्लेटफॉर्मों को कुछ विशिष्ट प्रकार की गैर-कानूनी सामग्री को नोटिफिकेशन मिलने पर हटाना पड़ता है। (जैसे, जर्मनी में नेटवर्क एन्फोर्समेंट एक्ट)।
5. कृपया यह भी ध्यान दें कि कभी-कभी किसी सामग्री को दबाने / हटाने / सुधारने के प्रयास में अनजाने ही उस पर अधिक ध्यान आकर्षित हो सकता है।

भाग 3

अपने विद्यार्थियों से कहिए

साथ ही, यूरोपीय संघ ("EU") में रहने वाले लोगों के पास कानूनी तौर पर 'मिटाने का अधिकार' है, जिसे आमतौर पर "भूल जाने का अधिकार" के रूप में जाना जाता है (यह अधिकार तब भी लागू होता है जब वे यात्रा कर रहे हों या यूरोपीय संघ के बाहर रहते हों)। जनरल डेटा प्रोटेक्शन रेगुलेशन ("GDPR") में इस अधिकार के तहत, EU के लोग "डेटा कंट्रोलर्स" से उनके बारे में कुछ प्रकार की जानकारी को हटाने के लिए कह सकते हैं। ("डेटा कंट्रोलर्स" वह व्यवसाय, या लोग, या सरकारी एजेंसियाँ, और अन्य हैं जो इस बारे में निर्णय लेते हैं कि आपके बारे में जानकारी किस प्रकार दी जाती है।)

इसके छह कारण हैं कि यूरोपीय संघ के लोग खुद से संबंधित हटाई जाने वाली जानकारी के बारे में सूचना मांग सकते हैं। इनमें से प्रत्येक कारण इन कई परिस्थितियों को स्पष्ट करता है। उदाहरण के तौर पर डेटा हटाने का अनुरोध किए जाने के कारणों में से एक कारण यह भी है कि यह जानकारी एक "बच्चे" के बारे में एकत्र की गई थी, जिसने बाद में फैसला लिया कि इस जानकारी को साझा करने के बड़े जोखिम हैं। यह एक बहुत सामान्य कारण है। संभवतः ऐसे अनगिनत कारण हैं जिससे पच्चीस वर्षीय व्यक्ति यह तय कर सकता है कि वह उस जानकारी को हटाना चाहेगा जो उसने सोलह वर्ष की आयु में साझा की थी।

सूचना मिटाने के इस अधिकार की भी कुछ जरूरी सीमाएँ हैं। ऐसे पाँच कारण हैं जिनके कारण जानकारी मिटाने के अनुरोध को मना कर दिया जाएगा। मिटाने का अनुरोध करने के कारणों के तरह ही इस अनुरोध को खारिज करने के भी कई कारण हैं, जो कि कई तरह की स्थितियों पर निर्भर करते हैं। कुछ ही मिनटों में, हम फ्री स्पीच राइट्सबोलने की स्वतंत्रता के अधिकार की रक्षा करने के लिए किए गये, अनुरोध को खारिज करने के एक महत्वपूर्ण कारण के बारे में और बात करेंगे।

GDPR 25 मई, 2018 से प्रभावी हुआ। जितने समय तक GDPR प्रभावी रहेगा, उतना ही, अधिक हम यह जान पाएंगे कि कैसे EU में लोग मिटाने के अपने अधिकार का उपयोग करते, हैं और कैसे कंपनियाँ, सरकारी एजेंसियाँ और दूसरे लोग प्रतिक्रिया दे रहे हैं।

GDPR 25 मई, 2018 से प्रभावी हुआ। जितने समय तक GDPR प्रभावी रहेगा, उतना ही, अधिक हम यह जान पाएंगे कि कैसे EU में लोग मिटाने के अपने अधिकार का उपयोग करते, हैं और कैसे कंपनियां, सरकारी एजेंसियां और दूसरे लोग प्रतिक्रिया दे रहे हैं।

असाइनमेंट

विकल्प 1, 13-15 आयु के विद्यार्थियों के लिए:

अपने विद्यार्थियों से कहिए

अब जबकि हम इस बारे में बात कर चुके हैं कि किस तरह से सार्वजनिक रूप से उपलब्ध ऑनलाइन जानकारी अन्य लोगों के बारे में राय बनाने में मदद करती है, तो आइए जो आपने अभी सीखा है, उसे आजमा कर देखते हैं।

अगले 30 मिनटों में, एक-एक करके ये गतिविधि करें:

1. एक लोकप्रिय हस्ती को चुनें (जैसे, संगीत के क्षेत्र में और / फिल्म (फिल्में / टीवी) उद्योग में, कोई राजनीतिक व्यक्ति, बिज़नेस लीडर)।
2. उस व्यक्ति के बारे में सार्वजनिक रूप से ऑनलाइन उपलब्ध जानकारी ढूँढ़िए और संक्षिप्त में यह बताइए कि इस जानकारी ने आपको इस व्यक्ति के बारे में एक राय बनाने में किस तरह मदद की।
3. अब इस व्यक्ति को अगर आप ऐसे कोई चार सुझाव देना चाहें कि उनसे संबंधित सामग्री अलग अलग तरह से लोगों के लिए ऑनलाइन उपलब्ध हों (जैसे, निजता सेटिंग्स बदल कर, दर्शक बदल कर, सामग्री बदल कर) या फिर बिल्कुल ही उपलब्ध ना हों (जैसे, मिटा कर / हटा कर) ताकि वे यह निश्चय कर सकें कि उनकी ऑनलाइन छवि कैसी होगी, तो वो सुझाव क्या होंगे?

विद्यार्थियों को असाइनमेंट पूरा करने के लिए 30 मिनट का समय दें।

इस सामग्री को फेसबुक द्वारा होस्ट किया गया है और इसमें वर्तमान में एक क्रिएटिव कॉमन्स एट्रिब्यूशन - शेयरअलाइक 4.0 इंटरनेशनल लाइसेंस के अंतर्गत हार्वर्ड यूनिवर्सिटी में बर्कमैन क्लेन सेंटर फॉर इंटरनेट एंड सोसाइटी में यूथ और मीडिया की सहायता से तैयार किए गए शिक्षण संसाधन शामिल हैं। आप तब तक ही उनका आप इसका उपयोग कर सकते हैं, जब तक कि आप यूथ और मीडिया को मूल स्रोत के रूप में प्रदर्शित करते हैं और लाइसेंस की अन्य शर्तों का पालन करते हैं, और उन शर्तों के अंतर्गत ही भविष्य में किसी भी काम को साझा करते हैं। इनमें व्युत्पन्न कार्यों की कॉपी करना और इन्हें तैयार करना शामिल है, चाहे वह कमर्शियल हो या नॉन- कमर्शियल।



हैंडआउ



आपको क्या करना चाहिए?

कृपया प्रत्येक प्रश्न का उत्तर दिए गये स्थान में लिखें। ध्यान रखें कि इनमें से कोई भी उत्तर गलत नहीं है। कृपया अपना उत्तर लिखने से पहले प्रश्न के बारे में ध्यान से विचार करें।

परिदृश्य 1

सोफिया और उसकी सबसे अच्छी दोस्त जोआकिन के बीच बहुत गंभीर लड़ाई हो गई। उसके बाद सोफिया ने सोशल मीडिया पर जोआकिन के बारे में एक बुरी पोस्ट साझा की। उसी रात, जोआकिन ने उसे संदेश भेजा और उन्होंने एक-दूसरे को माफ कर दिया, लेकिन उसकी वह पोस्ट अभी भी ऑनलाइन मौजूद है।

► इससे क्या हो सकता है ?

► सोफिया को क्या करना चाहिए? जोआकिन को क्या करना चाहिए?

► क्या आप वास्तविक जीवन में इसी तरह की किसी परिस्थिति का उदाहरण दे सकते हैं?

जारी..

इस सामग्री को फेसबुक द्वारा होस्ट किया गया है और इसमें वर्तमान में एक क्रिएटिव कॉमन्स एट्रिब्यूशन - शेयरअलाइक 4.0 इंटरनेशनल लाइसेंस के अंतर्गत हार्वर्ड यूनिवर्सिटी में बर्कमैन क्लेन सेंटर फॉर इंटरनेट एंड सोसाइटी में यूथ और मीडिया की सहायता से तैयार किए गए शिक्षण संसाधन शामिल हैं। आप तब तक ही उनका आप इसका उपयोग कर सकते हैं, जब तक कि आप यूथ और मीडिया को मूल स्रोत के रूप में प्रदर्शित करते हैं और लाइसेंस की अन्य शर्तों का पालन करते हैं, और उन शर्तों के अंतर्गत ही भविष्य में किसी भी काम को साझा करते हैं। इनमें व्युत्पन्न कार्यों की कॉपी करना और इन्हें तैयार करना शामिल है, चाहे वह कमर्शियल हो या नॉन- कमर्शियल।

परिदृश्य 2

डेविड ने अपने कुछ दोस्तों की मजाकिया तस्वीरें खींची और सोशल मीडिया पर उन्हें ऐसे उन हैशटैग के साथ पोस्ट किया, जो असभ्य या गलत लग सकते थे, लेकिन वास्तव में उसका मकसद दोस्तों के साथ मज़ाक करना था। अगले दिन, एक और दोस्त, कैटलिना, स्कूल में उसके पास आई और कहा कि उसे वे हैशटैग वास्तव में चोट पहुँचाने वाले और लैंगिकवादी (यानीलिंग के आधार पर पूर्वाग्रह या भेदभाव भरे हुए -; खास तौर पर महिलाओं के साथ भेदभाव से संबंधित) लगे।

► इससे क्या हो सकता है ?

► डेविड को क्या करना चाहिए? कैटलिना और क्या कर सकती थी?

► क्या होता अगर कैटलिना डेविड से मिलकर बताने की बजाय उसका सामना ऑनलाइन ही करती?

► क्या आप वास्तविक जीवन में इसी तरह की किसी परिस्थिति का उदाहरण दे सकते हैं??

► क्या होता अगर कैटलिना उसे बदमाश व्यक्ति कहकर बुलाने लगती? आपके अनुसार भविष्य में डेविड की छवि पर इस बात का क्या असर पड़ सकता है?

परिदृश्य 3

अदिति सोशल मीडिया पर ही थी जब उसे पता चला कि स्कूल में एक लड़की मैरी ने उसकी एकतस्वीर लेकर "हाहा #क्यानहींपहनें" (उसके कपड़ों का मज़ाक उड़ाते हुए) लिखा था निस्संदेह, अदिति को उस बात का बहुत बुरा लगा।

► इससे क्या हो सकता है ?

► मैरी को क्या करना चाहिए? अदिति को क्या करना चाहिए?



हैंडआउ



आपको क्या करना चाहिए?

अध्यापक की कॉपी

कृपया प्रत्येक प्रश्न का उत्तर दिए गये स्थान में लिखें। ध्यान रखें कि इनमें से कोई भी उत्तर गलत नहीं है। कृपया अपना उत्तर लिखने से पहले प्रश्न के बारे में ध्यान से विचार करें।

परिदृश्य 1

सोफिया और उसकी सबसे अच्छी दोस्त जोआकिन के बीच बहुत गंभीर लड़ाई हो गई। उसके बाद सोफिया ने सोशल मीडिया पर जोआकिन के बारे में एक बुरी पोस्ट साझा की। उसी रात, जोआकिन ने उसे संदेश भेजा और उन्होंने एक-दूसरे को माफ कर दिया, लेकिन उसकी वह पोस्ट अभी भी ऑनलाइन मौजूद है।

► इससे क्या हो सकता है ?

► सोफिया को क्या करना चाहिए? जोआकिन को क्या करना चाहिए?

► कुछ उदाहरण इस तरह से हैं: कोई व्यक्ति उस पोस्ट को देख कर सोफिया को धमकाने या उसकी गलत छवि पेश करने, व उसके और जोआकिन के बीच संबंधों और एक-दूसरे के प्रति भावनाओं को गलत दर्शाने के लिए रिपोर्ट कर सकता है। जोआकिन अभी भी इस पोस्ट को अशिष्ट मान सकता है। सोफिया के लिए अपनी पोस्ट को हटा देना ही शायद एक अच्छा विकल्प है।

► क्या आप वास्तविक जीवन में इसी तरह की किसी परिस्थिति का उदाहरण दे सकते हैं?

► विद्यार्थियों को उन उदाहरणों पर विचार करना चाहिए जिनका वे पहले सामना कर चुके हैं या उस बारे में सुना है। ध्यान रखें, कि इन वास्तविक जीवन के उदाहरणों को साझा करना विद्यार्थियों के लिए असुविधाजनक हो सकता है। उन्हें उन दोस्तों या लोगों के उदाहरण साझा करने दें जिन्हें वे जानते हैं (बजाय स्वयं के)।

जारी..

इस सामग्री को फेसबुक द्वारा होस्ट किया गया है और इसमें वर्तमान में एक क्रिएटिव कॉमन्स एट्रिब्यूशन - शेयरअलाइक 4.0 इंटरनेशनल लाइसेंस के अंतर्गत हार्वर्ड यूनिवर्सिटी में बर्कमैन क्लेन सेंटर फॉर इंटरनेट एंड सोसाइटी में यूथ और मीडिया की सहायता से तैयार किए गए शिक्षण संसाधन शामिल हैं। आप तब तक ही उनका आप इसका उपयोग कर सकते हैं, जब तक कि आप यूथ और मीडिया को मूल स्रोत के रूप में प्रदर्शित करते हैं और लाइसेंस की अन्य शर्तों का पालन करते हैं, और उन शर्तों के अंतर्गत ही भविष्य में किसी भी काम को साझा करते हैं। इनमें व्युत्पन्न कार्यों की कॉपी करना और इन्हें तैयार करना शामिल है, चाहे वह कमर्शियल हो या नॉन- कमर्शियल।

परिदृश्य 2

डेविड ने अपने कुछ दोस्तों की मजाकिया तस्वीरें खींची और सोशल मीडिया पर उन्हें ऐसे उन हैशटैग के साथ पोस्ट किया, जो असभ्य या गलत लग सकते थे, लेकिन वास्तव में उसका मकसद दोस्तों के साथ मज़ाक करना था। अगले दिन, एक और दोस्त, कैटलिना, स्कूल में उसके पास आई और कहा कि उसे वे हैशटैग वास्तव में चोट पहुँचाने वाले और लैंगिकवादी (यानीलिंग के आधार पर पूर्वाग्रह या भेदभाव भरे हुए -; खास तौर पर महिलाओं के साथ भेदभाव से संबंधित) लगे।

► इससे क्या हो सकता है ?

► डेविड को क्या करना चाहिए? कैटलिना और क्या कर सकती थी?

► डेविड को माफी मांगनी चाहिए या अपनी बात स्पष्ट करनी चाहिए। विद्यार्थियों को इस बारे में सोचना चाहिए कि वे जो करते हैं, उसे किस तरह अन्य रूपों में भी लिया जा सकता है, लेकिन इसका मतलब यह नहीं है कि दूसरों के विचारों का कोई महत्व नहीं है।

► क्या होता अगर कैटलिना डेविड से मिलकर बताने की बजाय उसका सामना ऑनलाइन ही करती?

► यदि कैटलिना डेविड का सामना पब्लिक पोस्ट पर ही करती, तो अन्य लोग इस मामले पर ज़ोर डालते हुए इस मज़ाक के बारे में कुछ और कहते या ये बताते कि यह कथन किस तरह से अपमानजनक था। फिर या तो ये मामला सुलझ जाता या बड़े पैमाने पर लोगों के बीच एक विवाद बन जाता। यदि कैटलिना ऑनलाइन संदेश के माध्यम से डेविड से संपर्क करती, तो डेविड उसके साथ इस पर चर्चा कर पाता और यदि उसे लगता कि यह गलत था, तो वह अपनी पोस्ट को ठीक कर देता।

परिदृश्य 3

अदिति सोशल मीडिया पर ही थी जब उसे पता चला कि स्कूल में एक लड़की मैरी ने उसकी एकतस्वीर लेकर "हाहा #क्यानहींपहनें" (उसके कपड़ों का मज़ाक उड़ाते हुए) लिखा था निस्संदेह, अदिति को उस बात का बहुत बुरा लगा।

► इससे क्या हो सकता है ?

► मैरी को क्या करना चाहिए? अदिति को क्या करना चाहिए?

अदिति को उसे उसकी गलती का एहसास करवाना चाहिए जिससे मैरी को पता चल सके कि उसने जो किया वह चोट पहुँचाने वाला था। अदिति मैरी की पोस्ट शिकायत सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर रिपोर्ट करके और किसी बड़े को (जैसे, माता-पिता / अभिभावक, अध्यापक या स्कूल व्यवस्थापक) बताकर भी कर सकती है।

इस सामग्री को फेसबुक द्वारा होस्ट किया गया है और इसमें वर्तमान में एक क्रिएटिव कॉमन्स एट्रिब्यूशन - शेयरअलाइक 4.0 इंटरनेशनल लाइसेंस के अंतर्गत हार्वर्ड यूनिवर्सिटी में बर्कमैन क्लेन सेंटर फॉर इंटरनेट एंड सोसाइटी में यूथ और मीडिया की सहायता से तैयार किए गए शिक्षण संसाधन शामिल हैं। आप तब तक ही उनका आप इसका उपयोग कर सकते हैं, जब तक कि आप यूथ और मीडिया को मूल स्रोत के रूप में प्रदर्शित करते हैं और लाइसेंस की अन्य शर्तों का पालन करते हैं, और उन शर्तों के अंतर्गत ही भविष्य में किसी भी काम को साझा करते हैं। इनमें व्युत्पन्न कार्यों की कॉपी करना और इन्हें तैयार करना शामिल है, चाहे वह कमर्शियल हो या नॉन-कमर्शियल।