

Тема 5.10

Цифрова ідентичність в Інтернеті

Вивчаючи тему, ви дізнаєтесь, який «цифровий слід» залишаєте в Інтернеті, отримаєте змогу порівняти моделі поведінки онлайн та офлайн. Ключове поняття: цифрова ідентичність.

Ключові здобутки
у вивченні теми

3D

Досліджуємо характер нашої поведінки офлайн та онлайн.

Розуміємо, поняття що таке цифрова ідентичність та особливості формування соціальної та цифрової ідентичності.

Діємо, ідентифікуючи онлайн-інструменти громадянської участі.



Фото: Гісберт ван дер Вал (Gijsbert van der Wal). <https://www.telegraph.co.uk/news>

Розгляньте фото. Які асоціації у вас виникають від побаченого?

Модуль 1

Цифрова ідентичність і соціальні мережі

Онлайн-спільноти стали посередником нашого спілкування в різних соціальних колах. Комунікація, опосередкована комп'ютером, відбувається анонімно. Спілкуючись в Інтернеті, можна створювати будь-який образ, тут не існує обмежень, характерних для матеріального світу.

Соціальні медіа — це інструменти, які впливають на те, як ми живемо. Інтернет-реальність спонукає нас до взаємодії. Відсутність реальної комунікації призводить до того, що справжні почуття можна приховати або спотворити.

Порівнюємо
і обмінюємося
думками

Що ми робимо офлайн та онлайн

■ Об'єднайтеся у групи. Дайте відповіді на запитання.

Що робите ви	Офлайн	Онлайн
У день народження друга		
Коли придбаєте для себе щось оригінальне		
Коли наближається Новий рік		
Якщо вам вдалося вибороти нагороду		
Якщо відчуваєте себе злими та агресивними		
Коли хочете поспілкуватися із друзями		

Поміркуйте

■ Які спільні та відмінні риси ви помітили у відповідях. Чим вони зумовлені?

■ Чи є щось, що здивувало вас у власних відповідях?

■ Як для вас краще поспілкуватися з іншими офлайн чи онлайн? Чому?

■ Обговоріть ці питання у групах.

Громадянська
активність

Онлайн-флешмоби – це лише один із засобів, які дають змогу висловити свою громадянську позицію, підтримку через онлайн-інструменти.

2022 року в рамках національного флешмобу "Діти України за мир" Освітній центр Верховної Ради запропонував дітям будь-якого віку за допомогою творчості закликати міжнародне співтовариство закрити небо над Україною.

Також за допомогою соціальних мереж організатори акції зібрали роботи учасників та опублікували їх на офіційних каналах комунікації Верховної Ради та Освітнього центру, щоб Україну та наших дітей почув увесь світ!

Джерело: <http://surl.li/hkytx>

Результати флешмобу: https://osvita.rada.gov.ua/news/main_news/73540.html

■ Виберіть особистість чи подію, які б ви хотіли підтримати через інструменти онлайн флешмобу. Зробіть це.

Модуль 2

Цифрова ідентичність у віртуальному світі

■ **Цифрова ідентичність** (або ідентичність онлайн) — це сукупність інформації, дані, які унікально описують особу, організацію або електронне обладнання, що існує в Інтернеті.

Чи не щодня ви заходите в Інтернет, відкриваєте акаунти, створюєте паролі, відвідуєте певні сайти, залишаєте лайки, коментарі, робите покупки тощо. Все це залишається в пам'яті мережі і називається цифровим слідом.

«Цифрова ідентичність» — це добірки інформації, отриманої в результаті онлайн-діяльності особи. До неї належать: імена користувачів і паролі, операції пошуку в Інтернеті, дата народження, соціальне забезпечення та історія покупок тощо. Якщо ця інформація є загальнодоступною, її можуть використовувати інші.

Розділ 5.10 Цифрова ідентичність в Інтернеті

Цифрова ідентичність є версією соціальної ідентичності людини. Це та кож може називатися ідентифікацією в Інтернеті.

Ви залишаєте «цифровий слід» як усвідомлено (статуси, коментарі), так і автоматично (пошук інформації в браузері, IP-адреса, вибір мови, операційної системи, шрифтів тощо). Популярні додатки для смартфонів визначають вашу геолокацію.

Ваші електронні листи, що розміщені на усіх поштових серверах, перевіряються, а рекламні оголошення, які ви отримуєте, збігаються із найпоширенішими словами, якими ви користуєтеся в пошуковиках. Деякі програми на смартфоні вимагають доступ до вашого списку контактів або вмісту календаря. Пошукові системи запам'ятовують історію ваших запитів. Ця інформація часто використовується власниками Web-сайтів і рекламодавцями для ідентифікації та відстеження користувачів, з метою надання їм цілеспрямованого вмісту та реклами.

Завдяки Інтернету ми здійснюємо банківські перекази або організовуємо соціальні кампанії, навчаємося і спілкуємося. Коли ми робимо щось важливе, ми, зазвичай, хочемо, щоб неавторизовані люди не мали доступу до певної інформації. Кожен з нас потребує конфіденційності. І кожен сам визначає її межі.



Захистити конфіденційність в Інтернеті непросто: наші особисті дані, завдяки «цифровому сліду», часто продаються з маркетинговою метою. Саме в Інтернеті ми маємо необмежену можливість для самовідбору актів комунікації. Тому особливу увагу варто звертати на спілкування в соціальних мережах з незнайомими людьми. Тут потрібно використовувати принцип «обмеженої довіри». Спілкування з незнайомцями є зоною небезпеки для вас і ваших рідних. Ми ж не розповідаємо, скільки заробляють батьки, яке у вас авто, що є в помешканні тощо.

Застосовуємо набуті знання та досвід

Проаналізуйте характер реклами, яка потрапляє вас до під час інтернет-переглядів.

Чи не можете ви вловити закономірність / близькість між темами ваших зацікавлень в Інтернеті та змістом реклами, яку ви отримуєте.

З чим це пов'язано і як це функціонує, на вашу думку. Наведіть приклади. Подумайте, як можна запобігти таким впливам.

Що ми можемо дізнатися про інших, переглядаючи їхні профілі в соціальних мережах? Вибрані відповіді пишіть на дошці.

Чи люди, які публікують інформацію про себе, справді хочуть, щоб ми так багато знали про них?

Чи повинна вся інформація бути доступною будь-якому користувачеві сайту? Які з цих даних є приватними?

Чи хотіли б ми ділитися будь-якою інформацією про себе? Яку інформацію ми повинні особливо оберегати?

Укладіть п'ять порад «Моя поведінка в соціальних мережах», поділіться ними з однокласниками.