



Podręcznik nauczyciela z planem lekcji i materiałami do samodzielnej nauki

IO3 - Zestaw narzędzi
do Moderacji Mediów



Spis treści

| | |
|---|----|
| Opis projektu | 3 |
| Zestaw Zasobów Moderacji Mediów | 3 |
| Wprowadzenie do Modułu 1 | 4 |
| Czym są Media Społeczne? | 5 |
| Kanały Komunikacji Medialnej | 5 |
| Czym jest Własność Intelektualna? | 6 |
| Zrozumienie koncepcji Prawa Autorskiego..... | 8 |
| Przeprowadzenie szkolenia..... | 11 |
| Uwagi dla prowadzącego szkolenie | 11 |
| Co należy, a czego nie należy robić w trakcie realizacji programu | 12 |
| Plan zajęć: Moduł 1 – Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych..... | 13 |
| Ćwiczenie – 1.1 | 22 |
| Ćwiczenie –1.2 | 23 |
| Ćwiczenie –1.3 | 24 |
| Wprowadzenie do Modułu 2 | 25 |
| Cele nauczania | 26 |
| Podstawowe informacje na temat zaprezentowanych kluczowych pojęć | 26 |
| Plan zajęć: Moduł 2 – Modele Moderacji Mediów..... | 37 |
| Szablon 1.2 Konspekt ćwiczeń | 47 |
| Ćwiczenie –2.1 | 47 |
| Ćwiczenie – 2.2 | 48 |
| Ćwiczenie –2.3 | 49 |
| Podręcznik materiałów do samokształcenia | 50 |
| 1.1 Samokształcenie - zadanie | 50 |
| 1.2 Samokształcenie - zadanie | 53 |
| Dodatkowe materiały do samodzielnej pracy | 54 |
| SDLR-1 | 54 |
| SDLR-2 | 54 |
| SDLR-3 | 55 |
| SDLR-4 | 55 |
| SDLR-5 | 56 |
| Materiały do samodzielnej pracy – podręcznik..... | 56 |
| 1.1 Samokształcenie - zadanie | 56 |
| 1.2 Samokształcenie – zadanie | 57 |

| | |
|---|----|
| Samokształcenie - dodatkowe zasoby edukacyjne | 58 |
| SDLR-1 | 58 |
| SDLR-2 | 59 |
| SDLR-3 | 59 |
| SDLR-4 | 60 |
| SDLR-5 | 60 |

Opis projektu

WIRES-CROSSED to dwuletni projekt KA2 Erasmus+, którego celem jest dostarczenie lokalnym społecznościom wszelkich informacji, umiejętności i możliwości, które pozwolą im na stworzenie, nadzorowanie i utrzymanie wyczerpującej administracji medialnej dla lokalnych mieszkańców.

Jednym z najważniejszych kroków w realizacji projektu jest rozpoznanie i umożliwienie mieszkańcom społeczności lokalnych odgrywania aktywnej roli w promowaniu prawdziwych wiadomości o ich okolicy, a przede wszystkim w zwalczaniu fałszywych wiadomości.

Pozostałe działania w ramach projektu obejmują: przeprowadzenie lokalnego audytu umiejętności korzystania z mediów, z wykorzystaniem metody badań partycypacyjnych, udokumentowanie kompetencji cyfrowych społeczności lokalnych, opracowanie materiałów edukacyjnych z wykorzystaniem wyników badań, aby wyposażać i wesprzeć lokalną grupę osób w uruchomienie własnego społecznego środka przekazu.

Wszystkie wyżej wymienione narzędzia zostaną udostępnione za pośrednictwem Internetowego Interaktywnego Portalu Edukacyjnego WIRES-CROSSED, a tym samym pomogą rozpowszechnić wiedzę na temat walki z fałszywymi wiadomościami oraz wesprzeć dostarczanie rzetelnych i zrozumiałych wiadomości online.

Zestaw Zasobów Moderacji Mediów

Zestaw ten to materiały szkoleniowe dla Lokalnego Zespołu Zarządzającego Mediami, które nawiązują do tego, jak ważna jest moderacja treści.

Zasoby zawierają:

- Podręcznik nauczyciela zawierający:
 - rozdział teoretyczny - 1-2 stron
 - rozdział dotyczący materiałów, narzędzi - 1-2 strony, w zależności od liczby materiałów/narzędzi
 - plan zajęć – szkolenie bezpośrednie (ang. F2F training)
- Prezentacja PowerPoint w oparciu o plan zajęć – szkolenie bezpośrednie
- Zeszyt ćwiczeń dla uczących się - szkolenie bezpośrednie
- 1 aktywność na rzecz samokształcenia
- Dodatkowe materiały potrzebne do samokształcenia.

Wprowadzenie do Modułu 1

Celem tego podręcznika jest dostarczenie nauczycielom/prowadzącym wskazówek, jak właściwie dopasować stworzone wiadomości do odpowiednich kanałów komunikacji medialnej, aby uzyskać jak najlepszą reakcję, jak zrozumieć i wdrożyć ogólne rozporządzenie o ochronie danych RODO (ang. GDPR), w tym informacji na temat kwestii związanych z prawem autorskim, jak właściwie cytować innych ludzi oraz wprowadzić podstawowe informacje na temat własności intelektualnej. Podręcznik ma na celu aktywne zaangażowanie uczestników w proces uczenia się.

Podręcznik dla nauczyciela składa się z następujących elementów:

- Przegląd i wprowadzenie do modułów Moderacji
- Porady i wskazówki dla nauczycieli dostarczających treści
- Plany lekcji w oparciu o warsztaty bezpośrednie

Czterdzieści lat temu, dominacja niewielkiej grupy sieci telewizyjnych została zatrzymana poprzez pojawienie się telewizji kablowej połączonej z satelitą. W latach 90 XX wieku Internet przesyłał już tekst oraz dane płynące po całym świecie. Dziesięć lat później zdjęcia, audio i wideo stają się również łatwe do transmisji jak tekst. Era osobistej komunikacji elektronicznej oraz sieci szerokopasmowych jest w zasięgu ręki, a każdy aspekt naszej kultury medialnej ulega zmianie. Społeczności w całym kraju przejmują kontrolę nad mediami, dostosowując nowe technologie do społecznych, ekonomicznych, edukacyjnych, kulturalnych oraz informacyjnych potrzeb swoich mieszkańców¹. (Fred Johnson, 2006) Utrzymanie środowiska mediów społecznych w dzisiejszych mediach społecznościowych wymaga wprowadzenia odpowiednich kontroli w celu korekty i moderacji treści, które są publikowane. Bardzo istotną sprawą jest nadzorowanie produkcji wszystkich tworzonych treści przed ich publikacją (w dzisiejszych czasach to użytkownicy tworzą treści środowisk internetowych). Proponowane środki moderacji mediów będą dotyczyć szeregu praktycznych obszarów, takich jak dopasowanie wytwarzanych wiadomości do właściwych kanałów komunikacji medialnej; zrozumienie i przestrzeganie RODO; świadomość kwestii związanych z własnością intelektualną, prawami autorskimi oraz prawidłowych procedur dotyczących cytowania, które są pierwszymi, niezbędnymi krokami do zrównoważonej i skutecznej produkcji oraz dystrybucji mediów społecznych.

¹ <https://www.issuelab.org/resources/807/807.pdf>

Czym są Media Społeczne?

Rada Europy uznaje wartość mediów społecznych za źródło treści lokalnych, różnorodność kulturową i językową, pluralizm mediów, integrację społeczną oraz dialog międzykulturowy. Udziela ona poparcia zaangażowaniu mediów społecznych na rzecz umiejętności korzystania z mediów i informacji poprzez rozwój krytycznego i kreatywnego myślenia oraz aktywne uczestnictwo w produkcji treści przekazów medialnych². (Rada Europy, 2017)

Wikipedia definiuje media społeczne bardzo szerokim pojęciem opisując je jako “każda forma mediów, która jest stworzona i kontrolowana przez społeczność, społeczność geograficzną lub społeczność tożsamości czy zainteresowań. Media społeczne są oddzielone od mediów komercyjnych, mediów państwowych, czy publicznych.” Mówiąc wprost, media społeczne są stworzone, aby umożliwić jednostkom opowiadanie historii i prowadzenie rozmów niezbędnych do ich własnego rozwoju jako obywateli (Howley, 2005; Jankowski, 2003; Rennie, 2006).

Media społeczne grają znaczącą, choć w dużej mierze niedocenioną rolę w kulturze popularnej. W przeciwieństwie do ich komercyjnych i publicznych odpowiedników, media społeczne dają “zwykłym ludziom” dostęp do instrumentów komunikacji radiowej, telewizyjnej oraz komputerowej³. (Kevin Howley, 2020)

Kanały Komunikacji Medialnej

Kanał komunikacji medialnej odnosi się do konkretnego środka przekazu, za pomocą którego wiadomość od reklamodawcy jest przekazywana do jego docelowej grupy odbiorców.⁴ Media tradycyjne obejmują głównie reklamy niecyfrowe oraz metody marketingowe.

Media tradycyjne to:

- Reklamy telewizyjne
- Reklamy radiowe
- Reklamy w druku
- Bezpośrednie reklamy poprzez pocztę mail
- Billboardy i znaki poza terenem zakładu
- Akwizycja przez telefon
- Handel obwoźny
- Banery reklamowe.

² <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/community-media>

³ <https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/community-media>

⁴ Govoni, N.A. *Dictionary of Marketing Communications*, Sage Publications. (2004)

Nowe media, nazywane również mediami cyfrowymi, składające się głównie z metod online lub używanych za pośrednictwem Internetu.

Metody te obejmują:

- Optymalizację dla wyszukiwarek internetowych
- Reklamę Pay-per-click
- Marketing treści
- Media społecznościowe
- Marketing mailowy.

Czym jest Własność Intelektualna?⁵

Własność intelektualna to szeroki, kategoriowy opis zbioru wartości niematerialnych i prawnych będących własnością firmy i chronionych przez nią przed zewnętrznym wykorzystaniem lub wdrożeniem bez zgody. Wartości niematerialne i prawne to niefizyczne składniki majątku, które są własnością przedsiębiorstwa.

Pojęcie własności intelektualnej odnosi się do faktu, że niektórym produktom intelektu ludzkiego powinny przysługiwać te same prawa ochronne, mające zastosowanie do własności fizycznej, którą nazywa się aktywami materialnymi. Większość rozwiniętych gospodarek posiada środki prawne, chroniące obie formy własności. (W. Kenton, 2020)

Zrozumienie terminu własności intelektualnej

Firmy sumiennie identyfikują oraz ochraniają własność intelektualną, ponieważ ma ona ogromną wartość w dzisiejszej, coraz bardziej opartej na wiedzy gospodarce. Pozyskiwanie wartości z własności intelektualnej oraz uniemożliwienie innym czerpania z niej korzyści jest istotnym aspektem odpowiedzialności każdego przedsiębiorstwa. Własność intelektualna może przybierać różne formy. Mimo, iż jest to wartość niematerialna, własność intelektualna może być znacznie bardziej cenna niż aktywa rzeczowe przedsiębiorstwa. Własność intelektualna może stanowić przewagę konkurencyjną i w związku z tym jest uporczywie chroniona i zabezpieczana przez przedsiębiorstwa będące jej właścicielami.

Rodzaje własności intelektualnej

Własność intelektualna może składać się z wielu rodzajów rzeczy niematerialnych, a niektóre z najbardziej powszechnych wymieniono poniżej.

Patenty

Patent jest prawem własności dla inwestora, który jest zwykle przyznawany przez agencję rządową, taką jak Urząd Patentów i Znaków Towarowych Stanów Zjednoczonych (ang. The U.S Patent and

⁵ <https://www.investopedia.com/terms/i/intellectualproperty.asp>

Trademark Office). Patent daje wynalazcy wyłączne prawa do wynalazku, którym może być wzór, proces, ulepszenie, lub wynalazek fizyczny taki jak maszyna. Firmy technologiczne oraz te produkujące oprogramowania często posiadają patenty na swoje projekty. Przykładowo patent na komputer osobisty został zgłoszony w 1980 roku przez Steva Jobsa i jego trzech kolegów z firmy Apple.

Prawa autorskie

Prawa autorskie zapewniają autorom oraz twórcom oryginalnych materiałów wyłączne prawo do wykorzystania, kopiowania lub powielania ich materiałów. Autorzy książek posiadają prawa autorskie do swoich dzieł, podobnie jak artyści muzyczni. Prawo autorskie mówi również, że twórcy oryginalnego materiału mogą udzielić każdemu zezwolenia na korzystanie z utworu na podstawie umowy licencyjnej.

Znaki towarowe

Znak towarowy jest symbolem, zwrotem, lub oznaczeniem, które jest rozpoznawalne i reprezentuje produkt, który prawnie oddziela go od innych produktów. Znak towarowy jest przypisany wyłącznie do firmy, co oznacza, że firma jest jego właścicielem i nie może go używać ani kopiować nikt inny. Znak towarowy jest często kojarzony z marką firmy. Na przykład logo i nazwa marki "Coca Cola," są własnością firmy Coca-Cola Company (KO).

Franczyza

Franczyza to licencja, poprzez którą firma, osoba fizyczna, lub strona nazywająca francyzobiorcę pozwala na używanie nazwy francyzodawcy, znaku towarowego, zastrzeżonej wiedzy i procesów firmy. Francyzobiorca jest zazwyczaj właścicielem małej firmy lub przedsiębiorcą prowadzącym sklep lub agencję. Licencja pozwala francyzobiorcy na sprzedaż produktu lub świadczenie usługi pod nazwą firmy. W zamian, francyzodawca otrzymuje od francyzobiorcy opłatę startową oraz bieżące opłaty licencyjne. Przykładami firm, które korzystają z modelu biznesowego franczyzy są: amerykańskie przedsiębiorstwo zajmujące się przewozem przesyłek i logistyką- United Parcel Service (NYSE: UPS) oraz amerykańska sieć barów szybkiej obsługi- McDonald's Corporation (NYSE: MCD).

Tajemnica handlowa

Tajemnica handlowa jest procesem lub praktyką spółki, która nie jest informacją publiczną. Zapewnia spółce lub posiadaczowi tajemnicy handlowej korzyści gospodarcze. Tajemnica handlowa musi być aktywnie chroniona przez firmę i jest zazwyczaj wynikiem prowadzonych przez nią badań i rozwoju. Przykładem tajemnicy handlowej może być wzór, przepis, formuła, lub zastrzeżony proces. Tajemnice handlowe są wykorzystywane do tworzenia modelu biznesowego, który wyróżnia ofertę firmy dla jej klientów poprzez zapewnienie przewagi konkurencyjnej.

Zagadnienia wymagające zwrócenia szczególnej uwagi

Wiele form własności intelektualnej nie może być ujętych w bilansie jako aktywa, ponieważ nie istnieją określone zasady rachunkowości, które pozwoliłyby na wycenę każdego z nich. Jednakże, wartość nieruchomości znajduje odzwierciedlenie w cenie akcji, ponieważ uczestnicy rynku są świadomi istnienia własności intelektualnej.

Niektóre własności są rejestrowane jako wartości niematerialne i prawne, jak np. patenty ponieważ one posiadają termin ważności. Te aktywa są autoryzowane poprzez wartość liczbową podczas procesu amortyzacji. Amortyzacja jest metodą rozliczeniową, wykorzystującą wartości niematerialne i prawne w określonym okresie czasu. Proces ten pomaga firmie zmniejszyć dochody poprzez coroczne wydatkowanie ustalonej kwoty na cele podatkowe w miarę upływu okresu użytkowania składnika wartości niematerialnych.

Przykładowo, patent może mieć tylko 20 lat, zanim zostanie zarejestrowany jako domena publiczna. Firma przypisałaby patentowi całkowitą wartość. Każdego roku przez 20 lat, patent byłby wydatkowany lub amortyzowany w tej samej kwocie, poprzez podzielenie całkowitej wartości przez 20 lat. Każdego roku zamortyzowane koszty aktywów mogłyby zmniejszyć dochód netto firmy bądź przynieść korzyść dla celów podatkowych. Jednakże, wartość intelektualna, która jest uważana za posiadającą wieczysty okres użytkowania, jak np. Znak towarowy, nie jest amortyzowana, ponieważ nie wygasa.

Zrozumienie koncepcji Prawa Autorskiego

W obecnej erze cyfrowej, prawo autorskie i koncepcje z nim związane są często przodującym tematem w wiadomościach. Pojawienie się łatwiej wymiany plików przez Internet oraz innych sposobów kopiowania dzieł cyfrowych, sprawiło, że kochająca muzykę, wideo i gry młodzież niemal codziennie staje w obliczu etycznych i prawnych decyzji związanych z prawem autorskim.

Prawo autorskie to prawo przyznane twórcy oryginalnego dzieła autorskiego do kontrolowania jego publikacji, produkcji, sprzedaży lub dystrybucji, w tym dzieł literackich, teatralnych, muzycznych, artystycznych i niektórych innych dzieł intelektualnych. Pomyśl o samym słowie - "copy" oznaczającym kopia oraz słowie "right" oznaczającym prawo. Właściciel ma prawo decydować, jak lub czy w ogóle dzieło będzie kopiowane.

Prawa autorskie rozpoczynają się w momencie stworzenia dzieła w formie materialnej (formie, która może być widziana lub dotykana, jak książki lub rysunki, lub widziana i słyszana, jak filmy, płyty CD lub gry wideo). Ustna opowieść ludowa nie jest chroniona prawem autorskim, dopóki nie zostanie spisana lub nagrana. Podobnie, inne wytwory, takie jak rzeźba z lodu czy zamek z piasku, byłyby zbyt ulotne (szybko znikają), by spełnić wymóg namacalności. Ponadto, aby coś mogło być sklasyfikowane jako

podlegające prawu autorskiemu, musi być z natury twórcze lub "oryginalne". Zwykły zbiór faktów - taki jak książka telefoniczna - nie byłby chroniony prawem autorskim, ale kreatywny zbiór faktów lub utwór gromadzący takie fakty w oryginalny sposób może być chroniony prawem autorskim⁶.

Dlaczego warto mieć prawa autorskie?

Prawo autorskie opiera się na założeniu, że ktoś kto tworzy, jest autorem danego dzieła zasługuje na odpowiednią rekompensatę za nie, w połączeniu z prawami społeczeństwa do swobodnego przepływu treści i informacji, tym samym promując w ten sposób nowe dzieła autorskie i przynosząc korzyści całemu społeczeństwu.

Okazywanie praw autorskich

Zgodnie z ustawą o prawie autorskim z 1976r., informacja o prawach autorskich składa się z trzech elementów: (1) symbolu "©" lub skrótu "Copr.," lub też słowa "Copyright"; (2) daty pierwszej publikacji; (3) nazwiska właściciela praw autorskich. Prawa autorskie do danego dzieła nie muszą być zarejestrowane lub chronione poprzez zawiadomienie o nich (choć jest to zalecane, aby wyjaśnić opinii publicznej, że autor rości sobie prawo do ochrony praw autorskich do dzieła). Dzieła są chronione prawem autorskim, nawet jeśli nie zostanie zamieszczona informacja o nich.

Co nie jest chronione prawem autorskim?

Czasami łatwiej jest przyjrzeć się temu, co NIE jest chronione prawem autorskim, aby w pełni zrozumieć tę koncepcję. Poniżej znajduje się lista rzeczy, które są wyłączone z zakresu ochrony praw autorskich według prawa europejskiego. Biuro praw autorskich: Praca chroniona prawem autorskim nie musi być zarejestrowana, ani chroniona przez zawiadomienie o niej (choć prawnicy zajmujący się prawem autorskim to zalecają). Twórcy mają prawa autorskie do swoich prac, nawet jeśli informacja o prawach autorskich nie jest widoczna.

Prawo autorskie nie chroni⁷:

- prac nieoryginalnych;
- dzieł, których okres ochrony praw autorskich wygaś;
- pomysłów, tematów, motywów (np. pomysł na film o wojnie pomiędzy wampirami i wilkołakami; pomysł na projekt badawczy);
- stwierdzenia faktów (np. fakt, że bitwa pod Hastings miała miejsce w 1066, lub że Niemcy wygrali 7:1 z Brazylią w Mistrzostwach Świata w Piłce Nożnej w 2014r.);
- "dzieł" stworzonych przez naturę (np. dziwnie lecz naturalnie ukształtowane skały lub drzewa, śpiewy ptaków);

⁶ European IPR Helpdesk. (2017). Copyright essentials . (pl. Podstawy prawa autorskiego)
https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-copyright_essentials.pdf

⁷ <https://www.clarin.eu/content/clic-overview-copyright-law>

- pojedynczych słów [CJEU C-5/08 Infopaq];
- problemów i wzorów matematycznych;
- odkryć (ponieważ nie są one stworzone, lecz obiektywnie – istniały przed ich odkryciem).

W celu zapewnienia pewnej równowagi i ochrony swobody wypowiedzi, prawo autorskie jest skonstruowane w taki sposób, aby umożliwić codzienne korzystanie z dzieł potrzebnych użytkownikom i twórcom, chronionych prawem autorskim. Zastosowania te znane są jako “wyjątki od praw autorskich”⁸.

W związku z powyższym państwa członkowskie UE mogą ustanawiać następujące **wyjątki praw autorskich**⁹, między innymi:

- fotokopiowanie/fotoreprodukcja
- kopiowanie na użytek prywatny
- reprodukcja wykonywana przez biblioteki, archiwa i muzea
- efemeryczne nagrania prezenterów w telewizji, nadawców radiowych
- reprodukcja audycji przez instytucje społeczne
- ilustracje do celów dydaktycznych lub badań naukowych
- relacjonowanie przez prasę bieżących wydarzeń
- cytowanie w celu krytyki lub recenzji
- wykorzystywanie dzieł w celu bezpieczeństwa publicznego
- wykorzystywanie dzieł w przemówieniach i wykładach publicznych
- korzystanie z dzieł architektury lub rzeźb w przestrzeni publicznej
- wykorzystywanie dzieł do reklamowania wystaw lub sprzedaży dzieł sztuki
- wykorzystywanie dzieł w celu karykatury, parodii lub pastiszu
- korzystanie z dzieł w celu prowadzenia badań lub prywatnej nauki

Jednakże, należy pamiętać, że przepisy prawa autorskiego w poszczególnych krajach mogą się różnić między sobą w odniesieniu do wyjątków dotyczących naruszeń praw autorskich. Komisja Europejska przedstawiła wnioski legislacyjne mające na celu harmonizację prawa autorskiego, w celu ułatwienia licencjonowania europejskich dzieł audiowizualnych oraz digitalizacji i udostępniania utworów o wyczerpanym nakładzie¹⁰.

⁸ Wyjątki od praw autorskich zawarte są w konwencji berneńskiej i w większości przypadków nie są obowiązkowe. Pozostawia się natomiast państwom członkowskim swobodę określenia, jakie wyjątki chcą wprowadzić do swojego ustawodawstwa krajowego.

⁹ Artykuł 5 Konwencji berneńskiej o ochronie dzieł literackich i artystycznych

¹⁰ Wniosek dotyczący dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym – COM (2016)593,

Przeprowadzenie szkolenia

Niniejszy Podręcznik Nauczyciela prezentuje treści nauczania bezpośredniego modułu o nazwie Moderacja Mediów, który ma być realizowany w formie praktycznych warsztatów. Moduł ten został zaprojektowany tak, aby mógł być nauczany w wybranych społecznościach, które chciałyby być w pełni świadome konieczności moderacji treści medialnych i w pełni przeszkolone do podejmowania świadomych decyzji o rodzajach niezbędnej moderacji. W dalszej części podręcznika osoby te będą określane mianem "uczestników".

Treści bezpośrednie (szkolenie twarzą w twarz) dla pierwszego modułu Moderacji Mediów są przedstawione jako 5 godzin nauki:

- **Moduł 1 - Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych -5 godzin**
 - Jak odpowiednio dopasować produkowane wiadomości do właściwych kanałów medialnych w celu uzyskania najlepszej odpowiedzi,
 - Kwestie praw autorskich,
 - Zrozumienie i wdrożenie RODO,
 - Jak prawidłowo cytować innych,
 - Zrozumienie zagadnienia własności intelektualnej,
 - Zautomatyzowana moderacja

Moduł ten zaprojektowano tak, aby był prowadzony w formie zajęć bezpośrednich, w ramach 5 godzin kontaktowych. Dodatkowe 4 godziny przeznaczone są na samokształcenie, a uczestników zachęca się do wykorzystania tego czasu na moderowanie publikowanych treści. Materiały do szkolenia bezpośredniego są wspomagane przez materiały do samodzielnej nauki, które są dostępne poprzez portal e-learningowy WIRES CROSSED, pod adresem: <http://wirescrossed.eu/>. Wszystkie materiały do samodzielnego uczenia się zostały zaprojektowane i opracowane w celu wsparcia realizacji Zestawu Zasobów Moderacji Mediów WIRES CROSSED.

Uwagi dla prowadzącego szkolenie

- Moduły te zostały zaprojektowane w celu zapewnienia elastyczności w planowaniu, prowadzeniu i ocenie programu szkoleniowego.
- Treści nauczania zawierają materiały dotyczące moderacji mediów, które można pobrać tutaj: <http://wirescrossed.eu/>.
- Moduły mogą być używane niezależnie, jak również wydłużone lub skrócone w zależności od poziomu doświadczenia i wiedzy uczestników.

- Celem jest, aby po ukończeniu szkolenia uczestnicy nabrali pewności siebie i kompetencji w zakresie moderowania treści, które są publikowane. W związku z tym prowadzący powinien zaangażować wszystkich uczestników w bezpośrednie warsztaty, zachęcać do aktywnego uczestnictwa i być gotowym do dostosowania materiału, jeśli potrzebny jest dodatkowy czas, do potrzeb edukacyjnych uczestników, skupiając się na technicznych elementach szkolenia.
- Wszystkie telefony (zarówno uczestników jak i prowadzącego) powinny zostać wyłączone przed rozpoczęciem warsztatów. Należy poprosić uczestników o umieszczenie na swoich biurkach tabliczek z imionami, bądź umieszczenie ich w inny, widoczny sposób.

Co należy, a czego nie należy robić w trakcie realizacji programu

Podczas każdej z sesji szkoleniowych prowadzący powinien zawsze pamiętać o poniższych nakazach i zakazach.

Nakazy:

- Przygotuj się z odpowiednim wyprzedzeniem!
- Angażuj uczestników i zachęć ich do udziału
- Używaj pomocy wizualnych i korzystaj ze strony <http://wirecrossed.eu/> w celu uzyskania dodatkowych materiałów do samodzielnej nauki
- Mów wyraźnie i łącz wspomniane tematy
- Stosuj logiczną sekwencję tematów
- Zachęcaj do zadawania pytań i udzielaj informacji zwrotnych
- Podsumowuj i powtarzaj materiał na koniec każdej sesji
- Odpowiednio zarządzaj czasem
- Bądź świadomy mowy ciała uczestników
- Podczas prezentacji skup się na oczach uczestników
- Utrzymuj skupienie grupy na zadaniu
- Oceniaj efekty każdej sesji!

Zakazy:

- Nie odwracaj się plecami do uczestników podczas prezentacji
- Nie zasłaniaj pomocy wizualnych
- Nie unikaj kontaktu wzrokowego!
- Nie stój w jednym miejscu - poruszaj się po sali
- Nie ignoruj komentarzy i informacji zwrotnych uczestników (werbalnych i niewerbalnych)

Plan zajęć: Moduł 1 – Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych

| | |
|---------------------------|---|
| Tytuł Modułu | Moduł 1 – Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych |
| Grupa docelowa | Lokalne Grupy Działania ds. Mediów w ostatnich fazach cyklu projektu staną się Lokalnym Zespołem Zarządzania Mediami i przejmą odpowiedzialność, przy stałym wsparciu partnerów. Będą one w pełni świadome konieczności moderacji treści medialnych i w pełni przeszkolone, aby podjąć świadomą decyzję o rodzajach moderacji, które są konieczne. |
| Cel Modułu | Moduł ten pomoże grupie docelowej prawidłowo dopasować stworzone wiadomości do właściwych kanałów medialnych, aby uzyskać najlepszą odpowiedź, zrozumieć i wdrożyć zasady RODO, w tym informacje na temat kwestii praw autorskich, informacje o tym jak cytować innych ludzi prawidłowo, a także umożliwić podstawowe zrozumienie własności intelektualnej. |
| Efekty kształcenia | Po zakończeniu modułu uczestnicy: <ul style="list-style-type: none"> • Rozwiną inteligencję cyfrową • Rozwiną umiejętności badawcze • Rozwiną kreatywne myślenie i myślenie analityczne • Wykorzystają umiejętności organizacyjne do prowadzenia wspólnych działań • Wybiorą określone bazy danych w celu znalezienia konkretnych informacji. • Rozwiną umiejętności korzystania z informacji • Będą chętni do współpracy i otwartości umysłu • Będą otwarci na pracę w kreatywnym zespole • Nauczą się zasad ochrony danych osobowych |
| Czas trwania | 5 godzin |
| Tematy | o Jak właściwie dopasować tworzone wiadomości do odpowiednich kanałów medialnych, aby uzyskać najlepszy odzew o Zrozumienie zagadnienia własności intelektualnej o Kwestie praw autorskich o Jak prawidłowo cytować innych ludzi |

| | | o Zrozumienie i wdrożenie RODO (ang. GDPR) | | |
|--|--|--|--------------------|---|
| Przygotowanie | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Znajdź salę z krzesłami i stołami, komputerami, projektorem. Zarezerwuj salę co najmniej 2 miesiące przed realizacją warsztatu. ▪ Znajdź instruktorów do zajęć warsztatowych, których nie znasz. ▪ Poinformuj uczestników o celu warsztatu, jego założeniach i programie, który będzie realizowany. Dodatkowo wyjaśnij im, że nie muszą mieć żadnego szczególnego doświadczenia ani wiedzy w dziedzinach, które będą przedmiotem szkolenia. ▪ Zorganizuj catering na przerwy na kawę i lunch lub podaj informacje o pobliskich punktach gastronomicznych. | | |
| Plan zajęć – nauka bezpośrednia (ang. F2F Learning) | | | | |
| Nr. | Tematy i podtematy/działania edukacyjne | Czas trwania (minuty) | Metody szkoleniowe | Wymagane materiały/sprzęt |
| 1 | Wprowadzenie Prowadzący wita uczestników, przedstawia się i prezentuje treści oraz efekty kształcenia, które będą omawiane podczas 5-godzinnego warsztatu. | 10 minut | Prezentacja | Miejsce szkolenia wyposażone w sprzęt IT dla wszystkich uczestników; Flipchart i markery; Kartę zgłoszeniową; Długopisy i materiały do robienia notatek dla uczestników Krąg krzesel do rundy wprowadzającej Boombbox do odtwarzania muzyki Beamer, laptop i ekran PPT M1 slajdy 1-3 |
| 2 | Ćwiczenie nr 1: Historia mojego imienia Uczestnicy przedstawiają się i opowiadają historię swojego imienia: Skąd pochodzi to imię, jakie jest jego znaczenie, dlaczego | 20 minut | Uczestnicy będą | Krąg krzesel do rundy wstępnej PPT M1 slajd 4 |

| | | | | |
|---|--|----------|---|---|
| | rodzice nadali mu/jej to imię? Czy ich imię jest popularne w kraju pochodzenia? Celem tego ćwiczenia jest lepsze poznanie się uczestników, dobra zabawa i przetamanie pierwszych lodów. | | angażować się we wszystkie działania grupy | Zeszyt ćwiczeń |
| 3 | <p>Prezentacja teorii</p> <p>ABC kanałów medialnych</p> <p>Prowadzący za pomocą slajdów PowerPoint wprowadza definicję kanałów medialnych, opisuje różne rodzaje kanałów medialnych.</p> | 20 minut | Prezentacja | <p>Komputer/Laptop</p> <p>Projektor</p> <p>PPT M1 slajdy 5-10</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 4 | <p>Ćwiczenie nr 2: Czym są kanały medialne?</p> <p>Ćwiczenie zwiększy zrozumienie terminu "kanały medialne". Pomoże zrozumieć jakie treści dopasować do poszczególnych kanałów medialnych.</p> <p>Edukator prowadzi krótką dyskusję ze wszystkimi uczestnikami, pytając:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jakie rodzaje kanałów medialnych znacie? • Jak wygląda idealny news lub treść dla poszczególnego kanału? <p>Prowadzący zapisuje pomysły grupy na flipcharcie, aby znaleźć podobieństwa i różnice pomiędzy różnymi przedstawionymi definicjami oraz aby wypracować jedną, wspólną definicję.</p> | 20 minut | <p>Burza mózgów</p> <p>Dyskusja</p> <p>Informacje zwrotne</p> | <p>Flipchart</p> <p>Marker</p> <p>PPT M1 slajd 11</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 5 | <p>Prezentacja teorii</p> <p>Definicja własności intelektualnej</p> <p>Nauczyciel prowadzi krótką dyskusję grupową na temat własności intelektualnej i wykorzystuje film z Youtube do przedstawienia jej definicji.</p> | 20 minut | <p>Burza mózgów</p> <p>Dyskusja</p> <p>Informacje zwrotne</p> | <p>Flipchart</p> <p>Marker</p> <p>Komputer /laptop</p> <p>Projektor</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY</p> <p>PPT M1 slajdy 12-13</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 6 | Ćwiczenie nr 3: Porównanie terminów z zakresu własności intelektualnej | 25 minut | Działanie w grupie... | |

| | | | | |
|---|--|----------|--|--|
| | <p>To ćwiczenie pomoże uczestnikom rozróżnić niektóre z głównych terminów z zakresu własności intelektualnej.</p> <p>1. Prowadzący rozdaje każdemu uczestnikowi wydrukowaną Kartę ćwiczeń 1.1 i pozwala uczestnikom na przeprowadzenie burzy mózgów w ciągu 15 minut.</p> <p>2. Po upływie 15 minut prowadzący pyta grupę, jak oceniają to ćwiczenie pod względem rozpoznawania terminów z zakresu własności intelektualnej.</p> <p>3. Po zakończeniu dyskusji nauczyciel rozpoczyna burzę mózgów, prosząc uczestników, aby odpowiedzieli na pytania: "Czy plagiat jest niczym innym jak krzywdą dla autora?" lub "Czy plagiat może dodać autorowi popularności?".</p> | | | <p>Długopisy i materiały do robienia notatek dla uczestników</p> <p>Ćwiczenie- 1.1</p> <p>PPT M1 slajd 14</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 7 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |
| 8 | <p>Prezentacja teorii</p> <p>Wykorzystanie praw autorskich</p> <p>Prowadzący wykorzystuje film z YouTube do przedstawienia tematu dotyczącego praw autorskich. Film ten będzie stanowił podstawowe wprowadzenie do prawa autorskiego.</p> <p>Dla pełniejszego zrozumienia nauczyciel prezentuje slajdy PPT wyjaśniające zagadnienia związane z prawem autorskim.</p> | 20 minut | ? | <p>Prawa autorskie i zasady uczciwego wykorzystania</p> <p>Video: https://www.youtube.com/watch?v=suMza6Q8J08</p> <p>PPT M1 slajdy 15-19</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 9 | <p>Ćwiczenie nr 4: Zrozumienie zagadnień związanych z prawem autorskim</p> <p>To ćwiczenie ma na celu przedstawienie informacji na temat praw autorskich i pomoc uczestnikom w rozpoznaniu niektórych z głównych rodzajów problemów związanych z tym zagadnieniem.</p> <p>1. Prowadzący dzieli grupę na 3 mniejsze grupy i prosi każdą z nich o wyznaczenie osoby sporządzającej notatki w celu</p> | 30 minut | <p>Aktywność zespołowa</p> <p>Burza mózgów</p> <p>Dyskusja</p> <p>Informacje zwrotne</p> | <p>Komputer/Laptop</p> <p>Projektor</p> <p>Flipchart</p> <p>Marker</p> <p>Długopisy i materiały do robienia notatek dla uczestników</p> <p>Ćwiczenie 1.2</p> |

| | | | | |
|-----------|--|----------|--|---|
| | <p>uzyskania informacji zwrotnej.</p> <p>2. Następnie rozdaje każdej z grup jeden z poniższych scenariuszy z ćwiczenia 1.2 i pozwala grupie przeprowadzić burzę mózgów na temat rozwiązania w ciągu 15 minut.</p> <p>3. Po upływie 15 minut nauczyciel prosi uczestników o przeczytanie swoich scenariuszy i rozwiązań pozostałym członkom grupy.</p> <p>4. Prowadzący pyta grupę, jak oceniają to ćwiczenie pod względem rozpoznawania problemów związanych z prawami autorskimi.</p> | | | <p>PPT M1 slajd 20</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 10 | <p>Prezentacja teorii</p> <p>Znaczenie cytowania</p> <p>Prowadzący korzysta z krótkiej prezentacji w programie PowerPoint, aby przedstawić uczestnikom teoretyczne informacje na temat cytowania. Zaprezentowane są różne rodzaje cytatów oraz poruszone kwestie: dlaczego ważne jest użycie cytatu, cytaty w tekście, spis bibliograficzny, itp.</p> | 20 minut | ? | <p>Komputer/Laptop</p> <p>Projektor</p> <p>PPT M1 slajdy 21-46</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 11 | <p>Ćwiczenie nr 5: Właściwe cytowanie</p> <p>Celem tego ćwiczenia jest zapoznanie uczestników z różnymi źródłami i pokazanie jak ważne jest tworzenie poprawnych cytatów.</p> <p>1. Prowadzący rozpoczyna dyskusję, pytając uczestników: "Jaki jest cel cytowania?".</p> <p>2. Następnie trener dzieli grupę na 3 mniejsze zespoły i prosi, aby każdy z nich wyznaczył osobę odpowiedzialną za sporządzanie notatek, które będą informacją zwrotną.</p> <p>3. Prowadzący rozdaje każdej</p> | 30 minut | <p>Aktywność zespołowa</p> <p>Burza mózgów</p> <p>Dyskusja</p> <p>Informacje zwrotne</p> | <p>Komputer/ Laptop/ iPad</p> <p>Projektor</p> <p>Flipchart</p> <p>Powieści</p> <p>Gazety</p> <p>Czasopisma</p> <p>Markery</p> <p>Długopisy i materiały do notowania dla uczestników</p> <p>PPT M1 slajd 47</p> |

| | | | | |
|-----------|--|----------|---|---|
| | <p>grupie 3-5 różnego rodzaju materiałów, takich jak: powieści, artykuły prasowe, artykuły z czasopism, przemówienia, iPad z artykułem z czasopisma lub streszczeniem pliku dźwiękowego, laptopy z artykułem prasowym wyświetlonym na ekranie, itp.</p> <p>4. Grupy będą miały 20 minut na stworzenie cytatu przy użyciu stylów APA, MLA i Chicago dla danego źródła i sprawdzenie, czy wszystkie informacje o cytacie są dokładne oraz dodanie cytatu do bibliografii grupy.</p> <p>Po 20 minutach uczestnicy sprawdzają swoją bibliografię, a nauczyciel rozpoczyna z nimi dyskusję, zadając następujące pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jak wam się podobało to ćwiczenie? • Co było najtrudniejszą częścią ćwiczenia? • Jak byście się czuli, gdyby wasze pomysły lub praca zostały wykorzystane bez udzielenia wam kredytu zaufania? | | | Zeszyt ćwiczeń |
| 12 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |
| 13 | <p>Prezentacja teorii</p> <p>RODO i ochrona danych</p> <p>Trener pokazuje film z YouTube i prowadzi dyskusję grupową na temat doświadczeń uczestników związanych z RODO.</p> <p>Następnie, korzystając ze slajdów PPT, przedstawia krótkie wprowadzenie do Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych, omawia zakres i zastosowanie RODO, podstawową terminologię prawa, uprawnienia, jakie daje ono osobom w UE, oraz obowiązki, jakie nakłada na organizacje.</p> | 20 minut | <p>Burza mózgów</p> <p>Dyskusja</p> <p>Informacje zwrotne</p> | <p>Komputer/Laptop</p> <p>Projektor</p> <p>Wideo na temat RODO: https://www.youtube.com/watch?v=j6wwBqfSk-o PPT M1 slajdy 48-53</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |

| | | | | |
|---|---|------------------------|--|--|
| 14 | <p>Ćwiczenie nr 6: Postępowanie z danymi osobowymi</p> <p>Celem ćwiczenia jest zrozumienie i wdrożenie przez uczestników różnych aspektów RODO w ich życiu osobistym i zawodowym.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Trener dzieli grupę na 3 mniejsze grupy i prosi każdą z nich o wyznaczenie osoby sporządzającej notatki, która udzieli informacji zwrotnych. 2. Prowadzący daje grupom jeden lub dwa scenariusze (ćwiczenie 1.3) do omówienia w swoich grupach i ustalenia, jak postępaliby uczestnicy, aby zapewnić zgodność z przepisami RODO. 3. Następnie uczestnicy powinni przekazać swoje przemyślenia całej grupie lub zebrać się razem, aby uzyskać informacje zwrotne od całej grupy. 4. Prowadzący pyta grupę, jak oceniają to ćwiczenie pod względem wdrażania przepisów RODO. | 25 minut | <p>Aktywność zespołowa</p> <p>Burza mózgów</p> <p>Dyskusja</p> <p>Informacje zwrotne</p> | <p>Komputer/Laptop</p> <p>Projektor</p> <p>Długopisy i materiały do robienia notatek dla uczestników</p> <p>Ćwiczenie - 1.3</p> <p>PPT M1 slajd 54</p> <p>Zeszyt ćwiczeń</p> |
| 15 | <p>Zakończenie warsztatów</p> <p>Prowadzący podsumowuje tematy 5-godzinne warsztatu z modułu 1 i prosi uczestników, aby w 1-2 zdaniach określili, które z tematów omawianych w ciągu ostatnich 5 godzin były dla nich najciekawsze/najważniejsze. Odbywa się dyskusja grupowa.</p> <p>Wszyscy uczestnicy otrzymują ankietę ewaluacyjną do wypełnienia.</p> | 10 minut | <p>Dyskusja</p> <p>Ocena</p> | <p>Kwestionariusz oceny</p> <p>PPT M1 slajdy 55-56</p> |
| Czas trwania Modułu | | 5 godzin | | |
| Materiały szkoleniowe do nauki bezpośredniej | | Wydrukowany podręcznik | | |

Źródła

- Bbamantra. (2019). Media – Types of media, characteristics, advantages & disadvantages. Pobrano z: <https://bbamantra.com/media-types-characteristics/>
- Wendy. (2019). What Are the Different Types of Media? Pobrano z: <https://whatagraph.com/blog/articles/different-types-of-media>
- J. Wiles. (2017). How to Choose the Right Communications Channel. Pobrano z: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/corporate-communications-four-steps-to-choosing-the-right-communication-channel/>
- WIPO. (2019). What is Intellectual Property? Pobrano z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf
- Michael Wood A. (2020). Copyright Explained For Students: Don't Get Caught Out. Pobrano z: <https://www.whoishostingthis.com/resources/student-copyright/>
- SIP. (2019). What may be protected? Pobrano z: <https://www.prv.se/en/copyright/what-may-be-protected/>
- J. Bailey. (2005). Copyright Infringement, Plagiarism and Fair Use. Pobrano z: <https://www.plagiarismtoday.com/2005/10/06/copyright-infringement-plagiarism-and-fair-use/#:~:text=Plagiarism%20is%20defined%20as%20%E2%80%9Cthe,it%20is%20the%20final%20part.&text=Plagiarizing%20works%20in%20the%20public,is%20not%20considered%20copyright%20infringement.>
- A. Peters. (2018). Citation Help. Pobrano z: <https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282964&p=1885440>
- University of Pittsburgh. (2020). Citation Styles: APA, MLA, Chicago, Turabian, IEEE: Home. Pobrano z: <https://pitt.libguides.com/citationhelp>
- Mendeley Ltd. (2019). APA Format Citation Guide. Pobrano z: <https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide>
- Mendeley Ltd. (2019). MLA 8 Citation Guide. Pobrano z: <https://www.mendeley.com/guides/mla-citation-guide>
- LibApps. (2020). Citation Styles: MLA 8th Edition. Pobrano z: <https://pitt.libguides.com/citationhelp/mla8thedition>
- M. Kirschenbaum. (2020). The Ultimate Guide to Citing Anything in Chicago Style. Pobrano z: <https://www.citationmachine.net/chicago>

| | |
|--|--|
| | <p>Ross. (2019). Does GDPR Apply to You? Pobrano z: https://www.rossgsaunders.com/2019/06/does-gdpr-apply-to-you/</p> <p>Intersoft consulting. (2020). Art. 5 GDPR, Principles relating to processing of personal data. Pobrano z: https://gdpr-info.eu/art-5-gdpr/</p> <p>i-SCOOP. (2019). Data subject rights and personal information: data subject rights under the GDPR. Pobrano z: https://www.i-scoop.eu/gdpr/data-subject-rights-gdpr/</p> <p>T. Grennan. (2018). 17 Things You Need To Know About GDPR. Pobrano z: https://www.braze.com/perspectives/article/gdpr-compliance-need-to-know</p> |
|--|--|

Ćwiczenie – 1.1

| | | | |
|------------------------|---|-------------------------|-----|
| Tytuł Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych | | |
| Nazwa ćwiczenia | Dopasowanie terminów z zakresu własności intelektualnej | Number ćwiczenia | 1.1 |
| Opis ćwiczenia | <p>Dopasuj definicję do odpowiedniego terminu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prawo przyznające autorom i twórcom oryginalnych dzieł wyłączny przywilej powielania, rozpowszechniania, wykonywania, wyświetlania lub sprzedawania swoich prac. Prawo autorskie • Ograniczone wykorzystanie dzieł chronionych prawem autorskim, bez zgody właściciela, jest dozwolone dla krytyki i komentarzy, parodii, raportów informacyjnych, badań i nauczania w klasie. Własność intelektualna • Oryginalna praca twórcza, w formie materialnej, która może być prawnie chroniona patentem, znakiem towarowym lub prawem autorskim. Patent • Projekt stosowany przez organizację na papierze firmowym, materiałach reklamowych i znakach jako emblemat, dzięki któremu organizacja może być łatwo rozpoznana. Dokumentacja • Dokument prawny przyznawany przez rząd, dający wynalazcy wyłączne prawo do wytwarzania, używania i sprzedawania danego wynalazku przez określoną liczbę lat. Logo/symbol • Symbol, taki jak słowo, liczba, obraz lub wzór, używany przez producentów lub handlowców do identyfikacji ich produktów i odróżnienia od innych. Plagiat • Użycie własnych słów, aby opowiedzieć o tym, co się przeczytało, usłyszało lub zobaczyło. Dozwolony użytek • Przejmowanie i wykorzystywanie myśli, pism, wynalazków lub prac twórczych innej osoby i używanie ich jako własnych. Parafraza • Cytowanie źródeł używanych podczas badań, zazwyczaj w formie bibliografii. Własność publiczna • Przejmowanie i wykorzystywanie myśli, pism, wynalazków lub prac twórczych innej osoby i używanie ich jako własnych. Znak towarowy | | |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Utwory/dzieła, które nie są chronione prawem autorskim i mogą być wykorzystywane bez zezwolenia. |
|--|---|

Ćwiczenie –1.2

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|---|------------------------|-----|----|---|--|--|----|--|--|--|----|--|--|--|
| Tytuł Modułu | Moduł 1 - Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych | | | | | | | | | | | | | | |
| Nazwa ćwiczenia | Zrozumienie kwestii związanych z prawem autorskim | Numer ćwiczenia | 1.2 | | | | | | | | | | | | |
| Opis ćwiczenia | <p>Wymyśl rozwiązanie dla następujących scenariuszy.</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20px;">1.</td> <td>Chcesz napisać oryginalną historię o czarodzieju i jego przygodach w szkole dla czarodziejów. Wygląda na to, że postać jest opisana dokładnie tak jak Harry Potter. Czy narusza to prawo autorskie? Jak możesz rozpowszechnić tę historię bez naruszania prawa autorskiego?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="height: 80px;"></td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Chcesz stworzyć opowiadanie fan fiction z wykorzystaniem postaci z Twojego ulubionego filmu i opublikować je na stronie internetowej, na której inni ludzie dzielą się swoimi opowiadaniemami . Czy fan fiction może być rozpowszechniana publicznie i czy autorzy mogą na niej zarabiać? Zastanów się, jakiego rodzaju zezwolenie na korzystanie z praw autorskich jest wymagane?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="height: 80px;"></td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>Chcesz obejrzeć swój ulubiony film poprzez streaming online. Czy oglądanie i słuchanie online utworów objętych prawem autorskim jest dozwolone? Zastanów się, jakie zezwolenie na korzystanie z praw autorskich jest wymagane?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="height: 80px;"></td> </tr> </table> | | | 1. | Chcesz napisać oryginalną historię o czarodzieju i jego przygodach w szkole dla czarodziejów. Wygląda na to, że postać jest opisana dokładnie tak jak Harry Potter. Czy narusza to prawo autorskie? Jak możesz rozpowszechnić tę historię bez naruszania prawa autorskiego? | | | 2. | Chcesz stworzyć opowiadanie fan fiction z wykorzystaniem postaci z Twojego ulubionego filmu i opublikować je na stronie internetowej, na której inni ludzie dzielą się swoimi opowiadaniemami . Czy fan fiction może być rozpowszechniana publicznie i czy autorzy mogą na niej zarabiać? Zastanów się, jakiego rodzaju zezwolenie na korzystanie z praw autorskich jest wymagane? | | | 3. | Chcesz obejrzeć swój ulubiony film poprzez streaming online. Czy oglądanie i słuchanie online utworów objętych prawem autorskim jest dozwolone? Zastanów się, jakie zezwolenie na korzystanie z praw autorskich jest wymagane? | | |
| 1. | Chcesz napisać oryginalną historię o czarodzieju i jego przygodach w szkole dla czarodziejów. Wygląda na to, że postać jest opisana dokładnie tak jak Harry Potter. Czy narusza to prawo autorskie? Jak możesz rozpowszechnić tę historię bez naruszania prawa autorskiego? | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Chcesz stworzyć opowiadanie fan fiction z wykorzystaniem postaci z Twojego ulubionego filmu i opublikować je na stronie internetowej, na której inni ludzie dzielą się swoimi opowiadaniemami . Czy fan fiction może być rozpowszechniana publicznie i czy autorzy mogą na niej zarabiać? Zastanów się, jakiego rodzaju zezwolenie na korzystanie z praw autorskich jest wymagane? | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Chcesz obejrzeć swój ulubiony film poprzez streaming online. Czy oglądanie i słuchanie online utworów objętych prawem autorskim jest dozwolone? Zastanów się, jakie zezwolenie na korzystanie z praw autorskich jest wymagane? | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |

Ćwiczenie –1.3

| | | | |
|------------------------|---|------------------------|-----|
| Tytuł Modułu | Moduł 1 - Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych | | |
| Nazwa ćwiczenia | Posługiwanie się danymi osobowymi | Numer ćwiczenia | 1.3 |
| Opis ćwiczenia | <p>Zaproponuj rozwiązania dla następujących scenariuszy</p> <p>Scenariusz 1</p> <p>Posiadasz wideo z wywiadem z kilkoma członkami organizacji, na którego nagranie zebrałeś zgodę w zeszłym roku. Członkowie wyrazili zgodę na wykorzystanie tego nagrania w związku z konkretnym wydarzeniem. Teraz chciałbyś/chciałabyś wykorzystać je do stworzenia filmu promocyjnego. Czy możesz wykorzystać je do tego celu? Czy też musisz ponownie ubiegać się o ich zgodę?</p> <p>Scenariusz 2</p> <p>Posiadasz zgodę od grupy uczestników, z którymi nagrywasz wywiad na wideo. Podczas chwili ciszy, w tle słychać głos innego uczestnika, od którego nie masz zgody. Czy to stanowi problem? Czy możesz wykorzystać to nagranie?</p> <p>Scenariusz 3</p> <p>Masz świetne zdjęcie grupowe ze szkolenia niektórych pracowników Twojej organizacji. Uzyskałeś wtedy od nich wszystkich zgodę na wykorzystanie tego zdjęcia w ulotce i biuletynie. Od tego czasu otrzymałeś prośbę od jednej z uczestniczek, aby nie wykorzystywać już jej wizerunku. Czy możesz nadal korzystać z tego zdjęcia?</p> <p>Scenariusz 4</p> <p>Jako lider starasz się upewnić, że nie posiadasz żadnych danych, których nie używasz i chcesz bezpiecznie usunąć wszystkie niepotrzebne dane. Obawiasz się również zniszczenia potrzebnych danych lub zniszczenia dokumentacji. Chcesz zachować zapisy z pierwszych spotkań i kilka zdjęć z lat, na które nie masz pozwolenia. Nie pamiętasz nawet, kim byli wszyscy uczestnicy, więc nie możesz się z nimi skontaktować, aby zapytać o ich zgodę. Co można zachować, jeśli chodzi o przechowywanie informacji o starych spotkaniach? Co powinieneś zachować?</p> <p>Scenariusz nr 5</p> <p>Należysz do kilku nieoficjalnych grup przewodników na Facebooku, gdzie rozmawiasz i dzielisz się z członkami i innymi uczestnikami szczegółami dotyczącymi wydarzeń i dobrych ofert związanych z przewodnictwem. Korzystasz również z aplikacji WhatsApp z innymi liderami, aby omawiać powyższe działania.</p> | | |

Czy to jest w porządku, aby nadal korzystać z tych platform mediów społecznościowych w ten sposób? Jeśli tak, to dlaczego? I czego powinieneś być świadomy? Jeśli nie, dlaczego?

Scenariusz 6

Na każdym spotkaniu lub imprezie uczestnicy są proszeni o wpisanie swojego imienia i nazwiska, numeru członkowskiego i adresu e-mail. Lista ta nie zawiera żadnych informacji o zgodzie i jest przechowywana przez komitet do celów analizy statystycznej.

Czy posiadanie tej listy adresów e-mail jest w porządku? Jeśli tak, to dlaczego i czego należy być świadomym? Jeśli nie, to dlaczego?

Wprowadzenie do Modułu 2

Postęp technologiczny, a przede wszystkim rozwój technologii cyfrowych wraz z rozprzestrzenieniem się Internetu doprowadził do "demokratyzacji informacji". Ludzie mają teraz możliwość łatwego i bezproblemowego dostępu do informacji z wielu źródeł z całego świata, dzielenia się własnymi poglądami, doświadczeniami i przemyśleniami, jak również komunikowania się z innymi bez ograniczeń geograficznych.

Internet i smartfony zmieniły rzeczywistość, w której obywatele polegali na tradycyjnych mediach (telewizja, radio i gazety), co ograniczało dopływ informacji i w pewnym stopniu również prezentowane punkty widzenia oraz dostęp do sfery publicznej. Każda osoba ma obecnie możliwość przeglądania różnych stron internetowych w celu otrzymywania informacji i opinii na temat wydarzeń i kwestii będących przedmiotem zainteresowania, tworzenia własnej strony internetowej lub bloga, w celu dzielenia się swoimi poglądami lub publikowania postów i dyskusowania z innymi użytkownikami za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Rozwój ten został przyjęty z wielkim entuzjazmem i nadzieją. Wielu analityków postrzegало tę ewolucję jako początek wspaniałej ery, w której jednostki będą lepiej poinformowane, a dyskurs publiczny zyska wykładniczo dzięki aktywnemu uczestnictwu obywateli i prezentowaniu wszystkich punktów widzenia. Jednakże ten optymizm został szybko zachwiany, ponieważ sfera cyfrowa stała się również żyznym gruntem dla wymiany i rozkwitu materiałów zawierających groźby i często

przepełnionych nienawiścią, jak również dla rozpowszechniania niekontrolowanych i często celowo fałszywych informacji.

W związku z tym niezwykle ważne jest, aby każdy rodzaj mediów wprowadził i realizował procedury moderacji treści w celu zapewnienia, że przedstawiane lub udostępniane przez niego treści nie są szkodliwe. Wymagane są konkretne kroki w celu zapewnienia, że potencjalnie szkodliwe treści w postaci np. materiałów przedstawiających wykorzystywanie dzieci, treści brutalnych i ekstremalnych, mowy nienawiści, treści graficznych, treści seksualnych, materiałów okrutnych i nieczułych oraz treści spamu były blokowane (Ofcom: 2019). W tym celu, niniejszy moduł chce wprowadzić konkretne modele moderacji mediów z zasobami w celu wspierania uczniów zainteresowanych rozwojem mediów społecznościowych, aby skutecznie przeprowadzać takie procesy w swoich miejscach pracy.

Cele nauczania

Korzystając z oferowanych szkoleń i materiałów do samodzielnej nauki w ramach modułu, uczestnicy:

- Zapoznają się z różnymi rodzajami moderacji i ich zaletami
- Zdobędą podstawową wiedzę na temat różnych narzędzi technicznych
- Będą w stanie rozpoznać cechy charakterystyczne celowo negatywnych i prowokacyjnych treści w mediach społecznościowych
- Nauczą się, jak tworzyć Czarną Listę i stosować filtry po publikacji
- Zrozumieją praktyki stosowane przez dostawców usług mediów społecznościowych w celu identyfikacji anomalii w rozprzestrzenianiu się treści

Podstawowe informacje na temat zaprezentowanych kluczowych pojęć

Definicja Moderacji Treści

Słownik Cambridge definiuje Moderację jako umiejętność robienia czegoś w granicach rozsądku. W kontekście treści medialnych, zasada ta odnosi się do ustalania regulacji i granic w odniesieniu do informacji i materiałów, które mają być udostępniane lub hostowane przez platformę, czy jest to punkt medialny, portal społecznościowy, strona internetowa lub blog i podejmowanie kroków w celu zapewnienia, że są one przestrzegane. Innymi słowy, odnosi się to do monitorowania treści, które mają być lub już zostały załadowane i zabraniania lub usuwania treści, które nie są akceptowane przez zasady, które dana platforma posiada (Grimes-Viort: 2010). "W zależności od specyficznych wymagań każdej strony, moderacja może być podejmowana w mniejszym lub większym stopniu. Niektóre tablice informacyjne szczytują się wolnością słowa, podczas gdy inne, takie jak portale społecznościowe,

muszą znaleźć trudną równowagę między łatwością użytkowania a ochroną swoich młodszych użytkowników" (Smith:2019).

Większość popularnych mediów społecznościowych i mediów (zarówno cyfrowych, jak i tradycyjnych) ma konkretne wytyczne dotyczące moderacji, które dyktują do pewnego stopnia, jaki rodzaj treści jest dopuszczalny do rozpowszechniania za pośrednictwem ich platformy. Przestrzegając tych zasad i stosując różne techniki i podejścia do moderacji treści, monitorują i oceniają udostępniane materiały, aby zapewnić, że wszelkiego rodzaju obraźliwe lub budzące sprzeciw treści, takie jak filmy pornograficzne, drastyczne obrazy lub zdjęcia nieodpowiednie dla wszystkich grup wiekowych ludzi, nie są publikowane lub są usuwane (Cogito Tech: 2020).

Dlaczego Moderacja Treści jest tak ważna?

Moderacja obrazu, moderacja wideo i moderacja tekstu mają kluczowe znaczenie dla zapewnienia, że publiczność / użytkownicy mediów lub platformy nie są narażeni treści niewłaściwe lub szkodliwe (Schomer: 2019). Hosting lub udostępnianie wszelkich nieodpowiednich, szkodliwych lub nielegalnych zachowań nie tylko spowoduje problemy dla platformy / mediów, ale może mieć poważne konsekwencje dla ich odbiorców, zwłaszcza tych w młodym wieku, którzy korzystają z Internetu i głównie mediów społecznościowych w celu uzyskania dostępu do informacji i wiadomości, a także do interakcji społecznych. Dlatego też jest niezwykle ważne, aby media i platformy były czujne i zainwestowały w monitorowanie i moderowanie treści dostępnych za ich pośrednictwem (puremoderation: 2020).

Modele Moderacji Treści

Jeśli chodzi o moderację treści, istnieją różne podejścia lub modele, które platforma może zastosować w zależności od własnych zasad, sposobów działania, celów i procesów pracy. Modele te do pewnego stopnia nie wykluczają się wzajemnie, więc platforma może zdecydować się na zastosowanie wielu podejść. Ostatecznie, decyzja o przyjętym podejściu powinna być podjęta w celu zapewnienia najlepszego możliwego wyniku monitorowania i filtrowania, który zabezpieczy odbiorców przed szkodliwymi i niezadowolonymi treściami, a także utrzyma pewne poczucie porządku w jej funkcjonowaniu (Cogito Tech: 2019).

Zrozumienie różnych rodzajów moderacji treści, wraz z ich mocnymi i słabymi stronami, może pomóc moderatorowi/zarządzającemu mediami podjąć właściwą decyzję dla jak najlepszej realizacji własnych celów i funkcjonowania.

Poniżej znajduje się krótka charakterystyka najczęściej spotykanych rodzajów podejść do moderacji treści

Pre-Moderacja

Jak sama nazwa wskazuje, model Wstępnej Moderacji obejmuje ustawienie procesu, w którym wszystkie treści wymagają zatwierdzenia przed publikacją. W praktyce, każda treść przesłana na platformę jest umieszczana w kolejce do przejrzania i zatwierdzenia przez moderatora, zanim stanie się widoczna dla użytkowników. Wstępna moderacja pomaga zapewnić, że (w rękach dobrego moderatora) wszelkie treści, które mogą być szkodliwe, nieodpowiednie lub nie przestrzegają zasad witryny/platformy są trzymane z dala od jej widocznych sekcji publicznych. W ten sposób oferuje wysoką kontrolę dla menedżera-moderatora.

Ma to jednak swoje minusy, ponieważ może powodować pretensje ze strony osoby przesyłającej treść lub może prowadzić do opóźnień w przesyłaniu, co może mieć negatywny wpływ na treści, które są konwersacyjne i wrażliwe na czas. Dodatkowo, jest to proces, który pociąga za sobą wysokie koszty, jeśli i gdy platforma się rozrasta, a zgłoszenia przekraczają próg treści generowanych przez użytkowników i stają się niemożliwe do opanowania przez moderatorów (Grimes-Viort: 2010).

Post-moderacja

Metoda ta polega na umożliwieniu zamieszczania treści/materiałów na platformie bez wstępnego przeglądu, a moderator(lub moderatorzy) może (mogą) je następnie ocenić i w razie potrzeby usunąć. Zaletą tego typu moderacji jest to, że minimalizuje opóźnienia i pomaga w szybszym działaniu platformy i zaangażowania odbywającego się na niej/za jej pośrednictwem. "Ludzie oczekują natychmiastowej reakcji w sieci, a moderacja postów pozwala na to jednocześnie umożliwiając moderatorom zapewnienie, że problemy związane z bezpieczeństwem, zachowaniem i prawem mogą być zidentyfikowane i podjęte w odpowiednim czasie" (Grimes-Viort: 2010).

Niemniej jednak, może to doprowadzić do tego, że niektórzy użytkownicy natkną się na szkodliwe lub nieodpowiednie treści. Co więcej, jest to proces, który może stać się kosztowny w miarę wzrostu widoczności i zasięgu platformy, a co za tym idzie, zwiększania się ilości zamieszczanych na niej treści.

Moderacja reaktywna

Reaktywna Moderacja to podejście, które polega na tym, że użytkownicy zgłaszają treści, gdy uznają je za nieodpowiednie. Procedura zgłaszania jest wprowadzona, co daje użytkownikom możliwość poinformowania administratora lub moderatora i poproszenia o sprawdzenie i usunięcie danej treści. Moderacja reaktywna jest szeroko stosowana w mediach społecznościowych, gdzie użytkownicy mogą aktywnie uczestniczyć w moderowaniu treści. Można ją opisać jako moderację treści generowanych przez użytkowników, która bezsprzecznie oddaje władzę i własność w ręce użytkowników - odbiorców danej platformy (Cogito Tech: 2019).

Główną zaletą tej metody moderacji jest to, że może skalować wraz ze wzrostem widoczności platformy i umożliwia jej uniknięcie odpowiedzialności za nieodpowiednie treści zamieszczane przez użytkowników, o ile reaguje ona na prośby o recenzje i usunięcie takich materiałów. Wiąże się to jednak z ryzykiem, ponieważ prowadzi do nadmiernego polegania na użytkownikach (Grimes-Viort: 2010).

Moderacja rozproszona

Jest to metoda moderacji treści generowanych przez użytkowników, opierająca się na systemie ocen, za pomocą którego członkowie społeczności głosują nad tym, czy nadesłane treści są zgodne z oczekiwaniami społeczności lub z zasadami użytkowania. W ten sposób, przy wsparciu zaangażowanych i doświadczonych moderatorów, przyczynia się to do kontroli komentarzy lub wpisów na forum. Ważne jest, aby wziąć pod uwagę, że to podejście opiera się na zdolności i chęci społeczności internetowej do samomodernizacji. (Grimes-Viort: 2010).

Moderacja automatyczna

Oprócz wszystkich powyższych systemów moderowania przez człowieka, cenną bronią w arsenale moderatorów jest moderacja automatyczna. Polega ona na wprowadzeniu i wykorzystaniu narzędzi technicznych oraz zautomatyzowanych procesów filtrowania w celu sprawdzania i przeglądania treści i zgłoszeń. Najbardziej typowym narzędziem jest filtr słów, który analizuje tekst pod kątem wcześniej zdefiniowanych zakazanych słów i albo je zastępuje, albo całkowicie blokuje tekst. Podobne narzędzia istnieją w przypadku moderacji obrazów i filmów, które oznaczają wspomniane treści multimedialne pod kątem nieodpowiednich napisów (Grimes-Viort: 2010).

Brak moderacji

Wreszcie, platforma może zdecydować się na brak jakiegokolwiek formy moderacji lub monitorowania. Jest to niewskazane, ponieważ brak moderacji w praktyce oznacza, że właściciel(e)-zarządca(e) platformy nie ma/mają żadnej kontroli nad treściami, które mogą doprowadzić do tego, że stanie się ona siedliskiem nieodpowiednich, zagrażających lub nielegalnych materiałów i poglądów.

Ważne jest również zwrócenie uwagi na inne rozróżnienie w odniesieniu do moderacji treści: "Human or Manual Moderation" i "Automated". Pierwsza z nich odnosi się do procesu, w którym ludzie są odpowiedzialni za nadzór i monitorowanie treści na platformie, podczas gdy druga obejmuje proces, w którym przesłane treści będą akceptowane lub odrzucane/usuwane automatycznie (puremoderation:2020).

Tworzenie Czarnych List (ang. black list) i stosowanie Filtrów Publikacji

Filtrowanie to proces, który polega na wykrywaniu i blokowaniu/usuwaniu treści uznanych za nieodpowiednie. Filtry mogą zostać wprowadzone przez moderatorów platformy lub konta w mediach społecznościowych i mogą być postrzegane jako zestaw zasad, których treść musi być przestrzegana, jeśli ma zostać opublikowana lub pozostać widoczna za pośrednictwem platformy (Rada Europy: 2017). W tym celu często opracowywane są "czarne listy" (lista słów, terminów, form treści lub kont i stron źródłowych), których publikowanie, udostępnianie lub komentowanie na danej platformie lub koncie jest blokowane. Innymi słowy, moderatorzy treści mogą stworzyć archiwum słów lub terminów, które są niedozwolone na ich platformie, jak również listę stron internetowych, kont e-mail lub użytkowników, którzy mają być zablokowani przed zamieszczaniem lub udostępnianiem na ich platformie. Jest to proces, który może być wspierany przez odpowiednie narzędzia i wtyczki, które mogą wykonywać tę pracę automatycznie, wspierając moderatorów w fachowym wykonywaniu tego zadania i utrzymywaniu standardów na ich platformach lub kontach, a także w regularnym aktualizowaniu ich czarnej listy/blocklisty, dodając lub usuwając terminy, konta, źródła treści, itp.

Narzędzia techniczne do Moderacji Treści

Zaostrzona potrzeba moderacji treści udostępnianych za pośrednictwem platform internetowych doprowadziła do powstania szerokiego wachlarza narzędzi i platform wspierających moderatorów - administratorów w tym procesie. Narzędzia te obejmują procesy filtrowania oparte na sztucznej inteligencji, a także proste wtyczki, które pomagają im zachować pewną kontrolę i nadzór.

Narzędzia, które mogą być wykorzystane do moderacji treści

➤ **Narzędzia do moderacji komentarzy dla blogerów**

▪ Disqus

Disqus jest narzędziem, które może być z łatwością zainstalowane na blogu poprzez kod bezpośredni lub jako plugin (odpowiednią wtyczkę) i pozwala administratorom na przeglądanie i moderowanie komentarzy do artykułów poprzez pojedynczy pulpit nawigacyjny. Pulpit nawigacyjny zapewnia im również możliwość tworzenia m.in. list zablokowanych użytkowników, filtrów słów, kontroli spamu.

▪ Wtyczka „Facebook Comments“

Blogi mogą korzystać z wtyczki Facebook Comments, która pozwala ich użytkownikom na powiązanie ich komentarzy z ich profilami na Facebooku bez konieczności rejestracji-logowania się do danego bloga. Narzędzie to pozwala moderatorom porządkować komentarze według czasu zamieszczenia lub zgodnie z ich zaangażowaniem. Co najważniejsze, mają oni możliwość moderowania komentarzy poprzez aplikację Facebook lub przez przeglądarkę oraz stosowania masowych działań do komentarzy. Mogą też decydować o pozostawieniu jako publiczne lub w ukryciu komentarzy, które zostały oflagowane przez Facebooka lub innych użytkowników (np. za obraźliwe lub bluźniercze). Dodatkowo, jeśli moderacją strony/bloga zajmuje się zespół, moderatorzy mogą również przypisywać konkretne komentarze do różnych członków zespołu.

▪ IntenseDebate

IntenseDebate to narzędzie, które może być zsynchronizowane z różnymi platformami internetowymi, takimi jak Wordpress, Tumblr czy Blogger. Pozwala moderatorom przeglądać

i odpowiadać na komentarze za pośrednictwem poczty elektronicznej, jak również dzielić zadania moderacji w ramach zespołu administratorów. Co najważniejsze, jego funkcje zapewniają moderatorom możliwość filtrowania, wyszukiwania i/lub automatycznego usuwania komentarzy według słów kluczowych, adresu IP lub adresu e-mail, a w razie potrzeby banowania użytkowników.

- Livefyre

Livefyre posiada wiele możliwych do dostosowania ustawień, które pomagają w automatycznym prowadzeniu procesu moderacji. Moderatorzy mają możliwość przeglądania komentarzy przed ich publikacją, pozwalają użytkownikom na ich edycję, jak również mają możliwość tworzenia list zablokowanych, które uniemożliwiają określonym użytkownikom komentowanie. Dodatkowo mogą ustalać reguły dla komentarzy, dzięki czemu jeśli np. pewna liczba użytkowników oznaczy dany fragment treści, zostanie on automatycznie usunięty. To samo dotyczy sieciowego filtra wulgaryzmów.

(Gotter: 2016)

- **Narzędzia do zwalczania nadużyć w mediach społecznościowych**

W badaniu przeprowadzonym przez Międzynarodowy Instytut Prasy zaproponowano następujące techniki/narzędzia do moderowania/obsługi obraźliwych wiadomości w mediach społecznościowych:

Twitter

- Wyciszenie

W przypadku otrzymywania obelg za pośrednictwem Twittera zaleca się, aby moderatorzy wyciszali konta zamiast je blokować. Takie podejście łagodzi skutki nadużyć, ponieważ wyciszone konto nie otrzymuje powiadomień o jego wyciszeniu. Co więcej, zapobiega to ewentualnemu odwetowi, jaki mogłoby wywołać zablokowanie danego użytkownika. Jednocześnie pozwala moderatorom zachować dostęp do zawartości wyciszzonego konta i zachować wiedzę na temat wszelkich ewentualnych zagrażających komentarzy i poglądów wyrażanych pod jego adresem.

- Blokowanie strony

Jest to działanie ostateczne wobec kont, które uporczywie spamują lub wysyłają obraźliwe treści. Zablokowanie użytkownika może wywołać reakcje jego lub jego rówieśników, dlatego lepiej tego unikać.

- Zgłaszanie

Moderatorzy zgłaszają zazwyczaj tweety lub konta, które rozpowszechniają potencjalnie realne i bezpośrednie groźby lub zawierają obrazy przemocy.

Facebook

- Usuwanie komentarzy

Facebook daje administratorom stron możliwość usuwania komentarzy, które mogą być postrzegane jako obraźliwe, zagrażające lub uwłaczające.

- Ukrycie komentarzy z obraźliwą treścią

Moderatorzy mogą zdecydować się na ukrycie obraźliwego komentarza z postu. Jest to jednak uważane za mniej skuteczne niż usunięcie go, ponieważ oznacza to, że dany komentarz pozostaje widoczny dla użytkownika i jego znajomych.

- Zablokowanie użytkownika na stronie

Jeśli użytkownik nagminnie zamieszcza komentarze, które naruszają standardy strony, podważają wartości zdrowej dyskusji, zaleca się zbanowanie go.

- Wyłączenie komentarzy

Ta funkcja jest dostępna tylko dla postów wideo i jest to podejście, które moderatorzy wybierają, gdy czują, że nie są w stanie skutecznie monitorować napływu komentarzy do wideo lub transmisji na żywo.

- Blokowanie słów

Moderatorzy mogą wpływać na siłę filtra bluźnierstw na swojej stronie poprzez blokowanie konkretnych słów, co gwarantuje, że komentarze zawierające te słowa nie będą publikowane na ich stronie.

- Zgłaszanie

Jeśli moderator uzna, że komentarz/post narusza standardy Facebooka, może zgłosić użytkownika lub stronę, która go zamieściła.

- Zautomatyzowane narzędzia/platformy do moderacji treści

- wtyczka Akismet

Akismet to wtyczka, która najlepiej sprawdza się na platformach opartych na WordPressie i skupia się przede wszystkim na blokowaniu spamu. Może być również wykorzystywana jako narzędzie skanujące do monitorowania postów i stron, a także sprawdzania komentarzy w celu zapewnienia, że żadna złośliwa treść nie pojawia się na stronie. Warto zauważyć, że ta wtyczka jest przyjazna dla użytkownika i bezpłatna.

Aby uzyskać więcej informacji: <https://akismet.com/>

- Utopia AI Moderator

Utopia AI Moderator jest w pełni zautomatyzowanym narzędziem moderowania, specjalnie zaprojektowanym do monitorowania i wykerzenia obraźliwych i fałszywych treści oraz spamu. Narzędzie moderuje 100% treści przychodzących i aktualizuje się poprzez naukę w trakcie pracy, badając decyzje wydawnicze, które ludzie - moderatorzy podjęli w przeszłości. Pozwala administratorom zdefiniować swoją politykę moderacji, którą realizuje automatycznie i może obsługiwać treści w wielu językach, a także przetwarzać linki i adresy. Utopia AI Moderator jest również w stanie zrozumieć kontekst treści ocenianych, niezależnie od słownictwa i pisowni, oferując jednocześnie automatyczną moderację filmów i obrazów.

Więcej informacji: <https://utopiaanalytics.com/utopia-ai-moderator/>

- Implio

Implio to narzędzie, które może być wykorzystywane jako wsparcie dla automatycznej i ręcznej moderacji treści i komentarzy. Oferuje ręczny interfejs moderacji do kontroli procesu i pozwala użytkownikom na ustawienie własnych filtrów, aby łatwo zidentyfikować i usunąć niechciane treści z przewidywalnymi schematami. Dodatkowo, pozwala im ustawić szeroki zakres reguł automatyzacji, aby usprawnić cały proces.

Więcej informacji: <https://besedo.com/implio-features/>

- PicPurify

PicPurify to interfejs API (Interfejs Programowania Aplikacji) do moderacji obrazów w czasie rzeczywistym, zaprojektowany do automatycznego wykrywania i filtrowania obrazów

zawierających niepożądane treści. Jest w stanie zidentyfikować szkodliwe elementy w obrazach, takie jak nagość, narkotyki, nienawiść i zapewnić, że nie pojawiają się na platformie. Moderatorzy są w stanie stworzyć indywidualne podejście, które pasuje do ich potrzeb i perspektywy, a narzędzia działają 24h na dobę aby zapewnić, że ich wymagania są spełnione. Więcej informacji: <https://www.picpurify.com/>

- Zautomatyzowana inteligentna moderacja WebPurify (ang. WebPurify's Automated Intelligent Moderation)

Usługa Automated Intelligent Moderation (AIM) firmy WebPurify oferuje całodobową ochronę przed zagrożeniami związanymi z obrazami generowanymi przez użytkowników poprzez wykrywanie i usuwanie nagości i innych nieodpowiednich treści w czasie rzeczywistym. Narzędzia te mogą wykrywać obrazy zawierające nagość, alkohol, narkotyki, obraźliwe gesty i symbole nienawiści oraz teksty, aby zapewnić, że treści na platformie są "bezpieczne" przed takimi obraźliwymi lub oszukańczymi treściami. Co więcej, oferuje niestandardowe modele moderacji, które mogą pasować do potrzeb każdej platformy i najlepiej je wykorzystywać.

Więcej informacji: <https://www.webpurify.com/photo-moderation/automated/>

- Oprogramowanie Azure Content Moderator

Azure Content Moderator jest usługą inteligentną, która monitoruje zawartość w wielu formach, takich jak tekst, obrazy i treści wideo, sprawdzając i stosując odpowiednie etykiety (flagi) dla materiałów, które mogą być obraźliwe, ryzykowne lub w inny sposób niepożądane. Usługa Content Moderator obejmuje również internetowe narzędzie Review, w którym przechowywane są recenzje treści do przetworzenia przez ludzkich moderatorów. Łącząc pracę serwisu z pracą zespołów ludzkich, moderatorzy platformy mogą osiągnąć równowagę między wydajnością i dokładnością. Narzędzie Review stanowi również przyjazny dla użytkownika interfejs dla kilku zasobów moderatorów treści.

Więcej informacji: <https://docs.microsoft.com/en-in/azure/cognitive-services/content-moderator/overview>

Metody Moderacji Treści stosowane przez Platformy Społecznościowe

<https://www.socialmediatoday.com/news/9-of-the-biggest-social-media-monitoring-mistakes-and-how-to-avoid-them/544145/>

Platformy mediów społecznościowych stały się najważniejszymi źródłami treści i informacji. Znaczna część użytkowników Internetu korzysta z mediów społecznościowych, aby uzyskać dostęp do informacji, wiadomości i różnych poglądów, a także aby nawiązać kontakt z rówieśnikami. Chociaż doprowadziło to do rewolucji w sposobie korzystania z wiadomości i informacji, dzielenia się nimi i ich omawiania, platformy mediów społecznościowych stały się również pożywką dla rozprzestrzeniania dezinformacji, nienawiści, cyberprzemocy i złośliwych treści.

Wzrosło zapotrzebowanie na podjęcie działań przeciwko wspomnianym formom treści pojawiającym się na platformach mediów społecznościowych. Występowanie takich treści skłoniło je do podjęcia kroków w zakresie monitorowania i moderowania. W tym celu platformy mediów społecznościowych opracowały standardy społecznościowe, które określają, co jest dopuszczalne, a co nie oraz stosują rozbudowane strategie moderacji treści, angażując zarówno ludzkich moderatorów, jak i zautomatyzowane systemy, aby zapewnić swoim użytkownikom ochronę w możliwie największym stopniu przed wulgarnymi treściami i nadużyciami.

Aby uzyskać więcej informacji na temat standardów społecznościowych każdej z platform, proszę zapoznać się z poniższymi informacjami:

Facebook

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

*Warto zauważyć, że Facebook we współpracy z zewnętrznymi firmami uruchomił program sprawdzający fakty. Więcej informacji na ten temat można uzyskać pod następującym linkiem: <https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking>

Instagram

<https://help.instagram.com/477434105621119>

*Instagram wprowadził ulepszony filtr komentarzy oparty na AI, aby monitorować i usuwać obraźliwe komentarze. Więcej informacji:

<https://www.theverge.com/2017/6/29/15892802/instagram-ai-offensive-comment-filter-launches>

Twitter

<https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules>

<https://www.scmp.com/tech/apps-social/article/3075874/twitter-expands-content-moderation-rules-include-more-forms>

<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/04/16/twitter-executive-heres-how-were-trying-to-stop-abuse-while-preserving-free-speech/>

Youtube

<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>

Reddit

<https://www.redditinc.com/policies/content-policy>

Plan zajęć: Moduł 2 – Modele Moderacji Mediów

| Nazwa Modułu | Modele Moderacji Treści i ich zastosowanie |
|---------------------------|---|
| Grupa docelowa | Członkowie Grup Działania Mediów Lokalnych, którzy będą pełnić funkcję Zespołu Zarządzającego Mediami Lokalnymi w projekcie Wires Crossed |
| Cel Modułu | Przedstawienie i zbadanie potrzeby moderowania treści w mediach oraz w mediach społecznościowych, sprawdzenie różnych modeli operowania treścią oraz narzędzi, które mogą być wykorzystane do tego celu. Ponadto, moduł będzie stanowić podstawę dla uczących się, aby zrozumieć omawiane zagadnienia i zbadać, w jaki sposób moderacja treści jest przeprowadzana przez platformy mediów społecznościowych, jakie pojęcia należy wziąć pod uwagę i w jakim stopniu proces ten ma niedociągnięcia lub wady. |
| Efekty kształcenia | <ul style="list-style-type: none"> - Zapoznanie się z różnymi rodzajami moderacji i ich zaletami - Uzyskać podstawową wiedzę na temat różnych narzędzi technicznych do moderowania treści - Być w stanie rozpoznać cechy charakterystyczne dla celowo negatywnych i prowokacyjnych treści w mediach społecznościowych - Nauczyć się tworzyć "czarną listę" i stosować filtry po publikacji |

| | |
|----------------------|--|
| | - Zrozumieć praktyki stosowane przez dostawców usług w mediach społecznościowych w celu identyfikacji anomalii w rozprzestrzenianiu się treści |
| Czas trwania | 10 godzin |
| Tematy | <ul style="list-style-type: none"> o Moderacja treści o Modele moderowania o Narzędzia techniczne do moderacji o Charakterystyka intencjonalnych i niekorzystnie prowokujących treści w mediach społecznościowych o Stosowanie filtrów po publikacji o Praktyki stosowane przez platformy mediów społecznościowych w zakresie moderacji treści |
| Przygotowanie | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Znajdź salę z krzesłami i stołami, komputerami, projektorem. Zarezerwuj ją co najmniej 2 miesiące przed realizacją warsztatu. ▪ Opracuj strukturalny program warsztatów wraz z materiałami informacyjnymi, które będą potrzebne do ich promocji oraz wszystkimi zadaniami, które będą się z nimi wiązać ▪ Znajdź instruktorów do zajęć warsztatowych, których nie znacie ▪ Poinformuj uczestników o celu warsztatu, jego założeniach i programie, który będzie realizowany. Dodatkowo poinformuj ich, że nie muszą mieć żadnego szczególnego doświadczenia ani wiedzy w dziedzinach, które będą przedmiotem szkolenia. ▪ Zorganizuj catering na przerwy na kawę i lunch lub podaj informacje o możliwościach wyżywienia w pobliżu. |

Plan zajęć – nauka bezpośrednia (F2F Learning)

| Nr. | Tematy i podtematy/działania edukacyjne | Czas trwania (minuty) | Metody szkoleniowe | Wymagane materiały/sprzęt |
|-----|---|-----------------------|--------------------|--|
| 1 | <p>Rozpoczęcie drugiego dnia warsztatów, poświęconego modułowi 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wprowadzenie <p>Facylitator wita uczestników warsztatu i przedstawia program dnia. Następnie powinien rozpocząć pracę od dyskusji, w której prosi uczestników o podzielenie</p> | 15 minut | Prezentacja | Krzesła znajdujące się w Sali powinny być ustawione w półkolu. |

| | | | | |
|----------|---|----------|-------------------|--|
| | <p>się z grupą swoimi oczekiwaniami wobec modułu 2 i warsztatu. Następnie prowadzi rozmowę na temat tego, co uczestnicy rozumieją pod pojęciem "moderowanie treści" i dlaczego jest ono ważne zarówno z punktu widzenia zakresu projektu (tworzenie mediów społecznościowych), jak i w kontekście ogólnym.</p> | | | |
| 2 | <p><u>Prezentacja teorii: 'Wprowadzenie do Moderacji Treści oraz jej znaczenie'.</u></p> <p>Po umożliwieniu grupie podzielenia się swoimi oczekiwaniami, przemyśleniami i poglądami na temat Moderacji Treści, Facylitator prezentuje slajdy 3-12 z PPT 2.1, które stanowią przegląd treści warsztatu, jak również wprowadzenie do Moderacji Treści i jej znaczenia. Następnie daje grupie możliwość zadawania pytań dotyczących omawianego tematu.</p> | 45 minut | Prezentacja | Projektor, Laptop, PPT 2.1. Krzesła powinny być ustawione w półkole. |
| 3 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |
| 4 | <p>Aktywność Nr1: Zagrożenia, na które moderatorzy muszą zwrócić uwagę</p> <p>Facylitator tworzy stronę na Mentimetrze (mentimeter.com), gdzie prosi uczestników o wymienienie zagrożeń, którymi ich zdaniem moderatorzy powinni się zająć, używając opcji chmury słów.</p> <p>Uczestnicy przesyłają przez swoje telefony odpowiedzi, które przychodzą im do głowy.</p> <p>Na podstawie zidentyfikowanych i przedstawionych przez uczestników zagrożeń prowadzona jest dyskusja.</p> | 15 minut | Aktywność grupowa | Projektor, Laptop, krzesła ustawione w półkole, Mentimetr. |

| | | | | |
|---|---|----------|-------------------|--|
| | Uczestnicy proszeni są o podzielenie się znanymi im przykładami takich zagrożeń i ich skutkami (np. rozpowszechnianie fałszywych wiadomości, rozpowszechnianie niepokojących materiałów itp.) | | | |
| 5 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |
| 6 | <p>Teoria - Prezentacja: Modele Moderacji Treści I Filtry Publikacji</p> <p>Facylitator prezentuje grupie slajdy 15-26 z PPT 2.1. przedstawiające różne modele moderacji.</p> <p>Po prezentacji moderator prowadzi dyskusję, dając uczestnikom możliwość zadawania pytań dotyczących przedstawionych modeli, jak również podzielenia się z grupą swoimi doświadczeniami związanymi z któryś z tych modeli.</p> <p>Następnie grupa dyskutuje nad zaletami i wadami każdego z modeli i zastanawia się, jaki model zastosowałyby w mediach społecznościowych, który ma rozwijać/którym ma zarządzać.</p> | 30 minut | Prezentacja | Projektor, Laptop, PPT 2.1; krzesła ustawione w półkolu. |
| 7 | <p>▪ Aktywność Nr 2: Tworzenie Czarnej Listy i Ustawianie Filtrów Publikacji</p> <p>Facylitator przedstawia koncepcję czarnej listy i stosowania filtrów publikacji na slajdach 27-29 z PPT 2.1.</p> <p>Następnie dzieli uczestników na grupy. Każdej grupie należy przydzielić stronę internetową, za którą będzie odpowiedzialna:</p> <p>a) Strona internetowa/platforma medialna społeczności lokalnej, na której zamieszczane są historie i artykuły nadsyłane przez mieszkańców. Strona ma pełnić rolę medium, które oferuje mieszkańcom możliwość wyrażania siebie i dzielenia się swoimi przemyśleniami i doświadczeniami. Daje również użytkownikom możliwość komentowania publikowanych historii.</p> | 30 minut | Aktywność grupowa | Projektor, Laptop, Flipchart, markery, ćwiczenie 2.1. |

| | | | | |
|--|---|----------|-------------------|-----------------------------|
| | <p>b) Młodzieżowa platforma sieciowa (forum), która daje użytkownikom możliwość dyskusowania na interesujące ich tematy oraz dzielenia się zdjęciami i filmami.</p> <p>c) Blog sportowy z wieloma pisarzami, który koncentruje się głównie na krajowej lidze piłki nożnej, każdy obejmujący jedną z drużyn, dając również możliwość odwiedzającym komentowania i dyskusowania pod jego artykułami.</p> <p>Każdy zespół musi omówić te historie, zidentyfikować i wymienić problemy, pojawiające się w odniesieniu do treści, które muszą być moderowane. Należy ustalić zasady, na których będzie opierać się automatyzacja filtrowania, identyfikując kategorie terminów, które będą musiały być wykluczone i podanie dlaczego.</p> <p>Każdy zespół zaprezentuje swój przykład i podejście. Następnie uczestnicy przedstawiają wszelkie sugestie dotyczące filtrów, jakie proponują wprowadzić na swojej platformie medialnej.</p> | | | |
| 8 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |
| 9 | <p>Podsumowanie pierwszego dnia</p> <p>Grupa omawia zagadnienia poruszone podczas pierwszego dnia oraz odpowiada na wszelkie pytania, jakie mogą mieć uczestnicy. Następnie facylitator przedstawia program dnia następnego.</p> | 15 minut | Dyskusja Ocena | krzesła ustawione w półkoło |
| Koniec pierwszego dnia warsztatów | | | | |
| 10 | <p><u>Rozpoczęcie trzeciego dnia warsztatów z Modułem 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wprowadzenie – powitanie <p>Facylitator wita uczestników ponownie na szkoleniu i przedstawia program spotkania.</p> <p>Następnie prowadzi dyskusję na temat oczekiwań uczestników wobec drugiego dnia szkolenia (Moduł 2) i związanych z nim działań.</p> | 30 minut | Dyskusja | krzesła ustawione w półkoło |

| | | | | |
|----|--|----------|------------------------|--|
| 11 | <p>▪ Teoria – prezentacja: Narzędzia Moderacji treści</p> <p>Facylitator prezentuje grupie slajdy od 30 do 41 ilustrujące wybór narzędzi i podejść do moderacji treści.</p> <p>Prowadzący w ramach prezentacji odnosi się do ich zalet i wad.</p> <p>Po zakończeniu prezentacji moderator daje grupie możliwość podzielenia się swoimi przemyśleniami na temat tego, co zostało przedstawione, a także zadania ewentualnych pytań.</p> | 45 minut | Prezentacja & Dyskusja | Projektor, Laptop, PPT 2.1. krzesła ustawione w półkolu |
| 12 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |
| 13 | <p><u>Ćwiczenie nr 3: Prezentacja grupowa na temat przykładów moderacji w mediach społecznościowych</u></p> <p>Prowadzący prezentuje slajdy od 42 do 44 ilustrujące potrzebę moderacji treści w mediach społecznościowych wraz z kwestiami, które należy wziąć pod uwagę.</p> <p>Po prezentacji, uczestnicy zostaną podzieleni na grupy i każda z nich otrzyma do omówienia i zaprezentowania przykład moderowania treści przez platformy mediów społecznościowych lub zaniechania działań w tym zakresie. Ich zadaniem będzie zidentyfikowanie problemu, którym platformy mediów społecznościowych muszą się zająć, jego skutków, kwestii, które muszą wziąć pod uwagę i działań. Powinni również przedstawić krytyczną ocenę działań, które podejmują w celu rozwiązania tych problemów.</p> <p>Historie, nad którymi uczestnicy będą się zastanawiać:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Firmy z branży mediów społecznościowych nie podejmują działań w związku z fake newsami o Covid-19 <p>Social media firms fail to act on Covid-19 fake news</p> | 60 minut | Praca w grupie | Flipchart, markery, długopisy, materiały ćwiczeniowe 2.2 |

| | | | | |
|----|--|----------|---------------------------------|--|
| | <p>2. Bardziej rygorystyczna polityka YouTube dotycząca nękania ma na celu rozwiązanie problemu mowy nienawiści, zawołanych gróźb i seryjnych przestępców</p> <p>YouTube's tougher harassment policy aims to address hate speech, veiled threats and repeat offenders</p> <p>3. Twitter dodaje oznaczenia sprawdzania faktów do setek tweetów mimo ataków Trumpa</p> <p>Twitter adds fact-checking labels to hundreds of tweets despite Trump attacks</p> <p>4. Facebook usuwa 790 grup QAnon, by walczyć z teorią spiskową</p> <p>Facebook Removes 790 QAnon Groups to Fight Conspiracy Theory</p> <p>Po prezentacji moderator powinien poprowadzić dyskusję na ten temat, dając uczestnikom możliwość zadawania pytań i dzielenia się przemyśleniami na tematy poruszone w filmie.</p> | | | |
| 14 | <p>Ćwiczenie nr 4: Dyskusja na temat zagrożeń w Internecie</p> <p>Facylitator pokazuje wyniki zebrane za pomocą mentimetru w poprzednim dniu szkolenia. Następnie pyta uczestników, czy chcą coś dodać/usunąć.</p> <p>Następnie łączy uczestników w pary i prosi, aby każda dwójka wybrała spośród zidentyfikowanych "zagrożeń" i wspólnie znalazła za pomocą swoich smartfonów lub laptopów, przykład takiego przypadku. Muszą również określić, jakie kroki powinien podjąć zespół moderujący treści, aby zaradzić takiemu zagrożeniu.</p> <p>Każda para prezentuje swój przypadek i poglądy pozostałym uczestnikom.</p> | 30 minut | Uczestnictwo/int eraktywność | Projektor, Laptop, telefony komórkowe/tablety/lapt opy, flibcharty, markery |
| 15 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |
| 16 | <p>Teoria - Prezentacja: <u>Moderacja I Wolność Słowa</u></p> <p>Uczestnikom zostaje zaprezentowany film na slajdzie</p> | 30 minut | | |

| | | | | |
|----|---|----------|--------------------------|--|
| | 47, który w zabawny i krytyczny sposób debatuje na temat moderacji i wolności słowa. Następnie prowadzący zachęca uczestników, aby podzielili się swoimi przemyśleniami i wspólnie je przedyskutowali. | | | |
| 17 | <p><u>Ćwiczenie nr 5: Debata</u></p> <p>Uczestnicy zostają podzieleni na dwa zespoły (jeden za moderacją, drugi przeciw).</p> <p>Każdy zespół musi zbadać i przedyskutować główne punkty przemawiające za jego punktem widzenia, tj. za tym, że moderacja jest konieczna i że należy chronić wolność słowa. W trakcie tego procesu zbierają listę argumentów i wybierają przedstawiciela, który weźmie udział w debacie w cztery oczy z przedstawicielem innego punktu widzenia.</p> <p>Przedstawiciele dwóch zespołów debatuje nad kwestiami (moderacja vs. wolność słowa). Każdy z dwóch zespołów ma okazję do wygłoszenia 3-minutowych wystąpień, w których przedstawia swoje argumenty, a następnie ma możliwość zadania drugiej osobie jednego pytania.</p> | 40 minut | Praca w grupach i debata | Flipcharty i markery, stoły/przestrzeń do dyskusji w grupie, |
| 18 | Przerwa na kawę | 15 minut | | |

| | | | | |
|----------------------------|---|------------------|---|---|
| <p>19</p> | <p><u>Ćwiczenie nr 6: Ustalenie parametrów moderowania treści w mediach społecznościowych</u></p> <p>Facylitator dzieli grupę na zespoły i prosi uczestników o opracowanie planu dotyczącego podejścia do moderacji treści, które będą stosować w swoich mediach społecznych. Muszą przy tym wziąć pod uwagę kwestie, narzędzia i aspekty przedstawione podczas warsztatów z moderacji treści.</p> <p>Każdy zespół musi przedyskutować i zanotować swoje przemyślenia na temat następujących kwestii:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jakiego rodzaju platformę chcą użyć przy tworzeniu swoich mediów społecznościowych - Jacy są ich docelowi odbiorcy - Potencjalne zagrożenia - Na jakich zasadach będą opierać swoje podejście do moderacji - Jakie narzędzia będą im potrzebne. <p>Po kolei każdy zespół musi zaprezentować zanotowane przez siebie poglądy. Po prezentacji, prowadzący notuje kwestie wspólne dla wszystkich uczestników i prowadzi rozmowę, podczas której cała grupa określa wspólnie akceptowane podejście do moderacji treści, jakie powinna stosować w swoich mediach społecznych.</p> | <p>40 minut</p> | <p>Praca w grupach, prezentacja, interaktywne/uczestnictwo.</p> | <p>Flipchart i markery, smartfony/tablety/laptopy, miejsce/stoliki dla grup do dyskusji</p> |
| <p>20</p> | <p><u>Sesja podsumowująca</u></p> <p>Facylitator prowadzi dyskusję na temat zagadnień poruszanych w trakcie warsztatu, uzyskując również opinie i komentarze uczestników na temat warsztatu oraz na temat tego, w jakim stopniu przyniósł im korzyści i czy uważają, że są kwestie, które nie zostały odpowiednio poruszone w tym temacie. Przekazuje im również formularze ewaluacyjne do wypełnienia.</p> | <p>25 minut</p> | <p>Uczestnictwo/interaktywność</p> | <p>Krzeseła ustawione w półkolu</p> |
| <p>Czas trwania</p> | | <p>10 godzin</p> | | |

| | |
|---|--|
| <p>Materiały szkoleniowe do nauki bezpośrednio</p> | <p>Wydrukowany zeszyt ćwiczeń</p> |
| <p>Źródła</p> | <p>Ana Gotter (2016) '4 Comment Moderation Tools for Bloggers' <i>Social Examiner</i>: https://www.socialmediaexaminer.com/4-comment-moderation-tools-for-bloggers/</p> <p>Besedo (2020) What is content moderation? https://besedo.com/resources/blog/what-is-content-moderation/</p> <p>Biaise Grimes Viort (2010) '6 types of content moderation you need to know about' <i>Social Media today</i>: https://www.socialmediatoday.com/content/6-types-content-moderation-you-need-know-about</p> <p>Cogito Tech (2018) 'What are the different types of content moderation you need to know?' https://www.cogitotech.com/blog/what-are-the-different-types-of-content-moderation-you-need-to-know/</p> <p>Cogito Tech LLC (2020) 'What is social media content moderation and how moderation companies use various techniques to Moderate Content?' https://medium.com/cogitotech/what-is-social-media-content-moderation-and-how-moderation-companies-use-various-techniques-to-a0e38bb81162</p> <p>Ofcom (2019) 'Use of AI in online content moderation' 'Cambridge Consultants' https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0028/157249/cambridge-consultants-ai-content-moderation.pdf</p> <p><i>Open Access</i> (2014) 'What the different types of content moderation?' https://www.openaccessbpo.com/blog/different-types-content-moderation/</p> <p>Pure Moderation (2020) 7 secrets of content moderation and how it protects your brand? https://puremoderation.com/content-moderation-protect-your-brand/</p> <p>International Press Institute (2019) 'Tools and strategies for online moderators to address abuse on social media' link: https://ipi.media/tools-and-strategies-for-online-moderators-to-address-abuse-on-social-media/</p> |

Szablon 1.2 Konspekt ćwiczeń

Ćwiczenie –2.1

| Nazwa Modułu | Moduł 2- Modele moderacji treści i ich zastosowanie | | |
|-----------------|---|------------------|---|
| Nazwa ćwiczenia | Tworzenie Czarnej Listy i ustawianie Filtrów Publikacji | Number ćwiczenia | 2 |
| Opis ćwiczenia | <p>Uczestnicy zostają podzieleni na zespoły. Każdy zespół jest odpowiedzialny za moderację online i musi przedyskutować i zdecydować, jakich Czarnych List i Filtrów Publikacji będzie używać:</p> <p><u>Platforma A</u></p> <p>Strona społeczności lokalnej/platforma medialna, na której zamieszczane są historie i artykuły nadsyłane przez mieszkańców. Strona ma pełnić rolę medium, które oferuje ludności możliwość wyrażania siebie i dzielenia się swoimi przemyśleniami i doświadczeniami. Daje również użytkownikom możliwość komentowania publikowanych historii.</p> <p><u>Platforma 2</u></p> <p>Młodzieżowa platforma sieciowa (forum), która obejmuje wiele zagadnień i spraw, takich jak sport, muzyka, związki, polityka, wydarzenia. Za pośrednictwem tego forum użytkownicy mają możliwość dzielenia się swoimi przemyśleniami, doświadczeniami i poglądami, a także interakcji między sobą w celu omówienia tych kwestii. Platforma pozwala im również na dzielenie się linkami do innych stron, jak również zdjęciami i filmami.</p> <p><u>Platforma 3</u></p> <p>To blog sportowy, który koncentruje się głównie na krajowej lidze piłki nożnej z udziałem wielu autorów. Każdy z autorów bloga zajmuje się jedną z wielkich drużyn i ma swoją własną stronę, na której dzieli się swoimi artykułami i opiniami. Odwiedzający blog mają możliwość dzielenia się artykułami i treścią bloga poprzez swoje konta w mediach społecznościowych, a także umieszczania komentarzy w specjalnej sekcji pod artykułami.</p> <p>Każdy zespół musi przedyskutować te historie, zidentyfikować i wymienić problemy, które mogą się pojawić w odniesieniu do materiału. Treści muszą być moderowane. Należy ustalić zasady, na których będzie opierać się system automatyzacji filtrowania identyfikując kategorie terminów, które muszą być wykluczone i podanie dlaczego.</p> <p>Każdy zespół zaprezentuje swój przykład i podejście do tematu. Następnie uczestnicy przedstawią wszelkie sugestie dotyczące filtrów, które chcą wprowadzić na swojej platformie medialnej.</p> | | |

Ćwiczenie – 2.2

| | | | |
|------------------------|---|------------------------|---|
| Nazwa Modułu | Moduł 2- Modele moderacji treści i ich zastosowanie | | |
| Nazwa ćwiczenia | <u>Prezentacja grupowa na temat przykładów moderacji w mediach społecznościowych</u> | Numer ćwiczenia | 3 |
| Opis ćwiczenia | <p>W grupach przeanalizujcie i przedyskutujcie poniższe przypadki działań podejmowanych przez platformy mediów społecznościowych lub braku działań w celu moderowania treści lub potencjalnych zagrożeń, które pojawiają się za pośrednictwem ich platform. Waszym zadaniem jest zidentyfikowanie problemów i potencjalnych zagrożeń, do których należy się odnieść oraz przewidywanie potencjalnych reakcji, jakie mogą wywołać ich działania.</p> <p><u>Przypadek 1</u></p> <p><u>Social media firms fail to act on Covid-19 fake news</u></p> <p><u>Firmy z branży mediów społecznościowych nie podejmują działań w związku z fake newsami Covid-19</u></p> <p><u>Przypadek 2</u></p> <p><u>YouTube's tougher harassment policy aims to address hate speech, veiled threats and repeat offenders</u></p> <p><u>Bardziej rygorystyczna polityka YouTube dotycząca nękania ma na celu rozwiązanie problemu mowy nienawiści, zawołanych gróźb i seryjnych przestępców</u></p> <p><u>Przypadek 3</u></p> <p><u>Twitter adds fact-checking labels to hundreds of tweets despite Trump attacks</u></p> <p><u>Twitter dodaje oznaczenia sprawdzania faktów do setek tweetów pomimo ataków Trumpa</u></p> <p><u>Przypadek 4</u></p> <p><u>Facebook Removes 790 QAnon Groups to Fight Conspiracy Theory</u></p> <p><u>Facebook usuwa 790 grup QAnon, by walczyć z teorią spiskową</u></p> <p>Każdy zespół musi zapisać główne punkty, które są wynikiem ich rozważań i przedstawić je grupie. Następnie moderator prowadzi dyskusję na ten temat, pozwalając uczestnikom na podzielenie się swoimi przemyśleniami po zapoznaniu się z różnymi przypadkami. Mają oni również szansę podzielić się swoimi spostrzeżeniami w nawiązaniu do tematów i rozważań przedstawionych w zaprezentowanym poprzednio filmie.</p> | | |

Ćwiczenie –2.3

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|---|------------------------|---|----|---|--|--|----|---------------------------------|--|--|----|--|--|--|----|--|
| Nazwa Modułu | Moduł 2- Modele moderacji treści i ich zastosowanie | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nazwa ćwiczenia | <u>Ustawienie parametrów treści w mediach społecznościowych</u> | Numer ćwiczenia | 6 | | | | | | | | | | | | | | |
| Opis ćwiczenia | <p>W grupach zastanów się i przedyskutuj podejście do moderacji treści, które powinieneś zastosować w swoich mediach społecznościowych. Jest to doskonała okazja dla Ciebie, aby zbadać kwestie i aspekty przedstawione podczas trwania warsztatów i umieścić je w odpowiedniej perspektywie, biorąc pod uwagę potencjalne potrzeby i wyzwania związane z mediami społecznymi w Twojej okolicy.</p> <p>Proszę, odpowiedz na następujące pytania:</p> <table border="1" data-bbox="395 880 1422 1995"> <tr> <td data-bbox="395 880 475 927">1.</td> <td data-bbox="475 880 1422 927">Jakiego typu platformy zamierzasz używać jako mediów społecznych?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="395 927 1422 1193"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1193 475 1240">2.</td> <td data-bbox="475 1193 1422 1240">Jaka jest Twoja grupa docelowa?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="395 1240 1422 1565"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1565 475 1612">3.</td> <td data-bbox="475 1565 1422 1612">Jakiego rodzaju zagrożeń się spodziewasz? Z jakimi rodzajami zagrożeń musisz się zmierzyć?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="395 1612 1422 1937"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1937 475 1984">4.</td> <td data-bbox="475 1937 1422 1984">Zasady, na których będziesz opierać swoje podejście do moderacji</td> </tr> </table> | | | 1. | Jakiego typu platformy zamierzasz używać jako mediów społecznych? | | | 2. | Jaka jest Twoja grupa docelowa? | | | 3. | Jakiego rodzaju zagrożeń się spodziewasz? Z jakimi rodzajami zagrożeń musisz się zmierzyć? | | | 4. | Zasady, na których będziesz opierać swoje podejście do moderacji |
| 1. | Jakiego typu platformy zamierzasz używać jako mediów społecznych? | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Jaka jest Twoja grupa docelowa? | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Jakiego rodzaju zagrożeń się spodziewasz? Z jakimi rodzajami zagrożeń musisz się zmierzyć? | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Zasady, na których będziesz opierać swoje podejście do moderacji | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | |
|--|---|
| | |
| | 1. Które narzędzia, spośród zaprezentowanych podczas warsztatów, planujesz wykorzystać do moderowania treści? |
| | |

Podręcznik materiałów do samokształcenia

1.1 Samokształcenie - zadanie

| | | | |
|---------------------------|--|------------------------------|-------------|
| Nazwa Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych | | |
| Nazwa ćwiczenia | Pisanie wiadomości, newsów | Czas trwania (minuty) | 60-90 minut |
| Efekty kształcenia | <ul style="list-style-type: none"> Tworzenie angażujących wiadomości dla tradycyjnych kanałów medialnych i kanałów social media Wykorzystanie wiedzy teoretycznej w praktyce Zastosowanie w praktyce techniki 5 W i H oraz burzy mózgów do tworzenia newsów Bycie świadomym treści Przeprowadzenie badania. | | |
| Cel ćwiczenia | <p>Po wykonaniu tego ćwiczenia nauczysz się jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identyfikować podstawowe elementy newsa: kto, co, kiedy, gdzie, dlaczego i jak - zrozumieć zasadę/strukturę odwróconej piramidy w Internecie (piramidy newsa) - zidentyfikować cele różnych kanałów medialnych - definiować słownictwo związane z różnymi kanałami medialnymi - odkrywać różne rodzaje informacji znalezionych w Internecie - określić format dla różnych kanałów medialnych | | |

| | |
|--|---|
| <p>Materiały potrzebne do wykonania zadania</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Laptop lub komputer z edytorem tekstu • Dostęp do Internetu • Smartfon lub rejestrator wideo/głosowy |
| <p>Instrukcja krok po kroku</p> | <p>Twoim zadaniem jest napisanie dwóch angażujących wiadomości na jeden konkretny temat dla wybranych przez Ciebie tradycyjnych kanałów medialnych i kanałów społecznościowych.</p> <p>Aby wykonać to zadanie, wykonaj następujące kroki:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zastanów się nad swoim tematem, wybierz zagadnienie, które naprawdę Cię interesuje i często lubisz o nim mówić, a może coś niezwykłego wydarzyło się w ciągu ostatnich kilku dni? <p>* Może te kryteria wyboru historii wartej uwagi pomogą Ci w podjęciu decyzji:</p> <p>Oś czasu - wydarzenia, które dzieją się właśnie teraz, lub wiadomości, które są dla Ciebie interesujące właśnie teraz</p> <p>Bliskość - wydarzenia lub sytuacje, które mają miejsce blisko Ciebie</p> <p>Wyjątkowość - bardzo nietypowe wydarzenia lub sytuacje</p> <p>Wpływ - wiadomości, które będą miały wpływ na dużą liczbę czytelników</p> <p>Wybitność - znani ludzie lub grupy ludzi</p> <p>Suspens - wydarzenia, takie jak katastrofy, których wynik nie jest znany</p> <p>Konflikt - ludzie lub grupy przeciwstawiające się danej sytuacji lub innym grupom ludzi</p> <p>Emocje - miłość, nienawiść, strach, zazdrość, przerażenie, współczucie.</p> <p>Postęp - postępy w nauce, medycynie lub technologii</p> <p>Znaczenie – tematy ważne dla twojego życia, rodziny, edukacji, zdrowia lub dobrego samopoczucia</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Wybierz rodzaj mediów informacyjnych, które chcesz zaprojektować: media drukowane (gazety, czasopisma informacyjne), media nadawane (radio i telewizja) oraz Internet (media społecznościowe, gazety online, blogi informacyjne, filmy informacyjne, transmisje na żywo, itp.) W ten sposób przekażesz swoje przesłanie. 3. Po podjęciu decyzji o kanałach medialnych, zdecyduj, kto będzie twoją publicznością. Zdecyduj, do kogo konkretnie chcesz wysłać wiadomość i dlaczego 4. Pomyśl o jednym wydarzeniu i przygotuj się do pisania. Sporządź listę pytań - co chcesz wiedzieć. Zaznacz te pytania, które poruszają następujące kwestie (ang. 5 W i H): kto, co, gdzie, kiedy, dlaczego/jak. <p>O kim jest ta historia?.....</p> <p>Co się stało?</p> <p>Kiedy to się stało?</p> <p>Gdzie to się stało?</p> <p>Dlaczego jest to ważne?</p> <p>Jak działa ten temat?.....</p> |

*Ważne, aby zauważyć, że jest to technika BRAINSTORMINGU. Kiedy odpowiadasz na pytania, nie powinieneś się zbyt przejmować tym, czy Twoje pomysły są doskonale wyrażone, a nawet czy są dobre! Ideą burzy mózgów jest ZBIERANIE ILOŚCI, NIE JAKOŚCI. Kiedy masz już wiele pomysłów zapisanych na papierze (lub na ekranie, w zależności od przypadku), możesz wrócić i wybrać te, które wydają się mieć najwięcej zalet.

5. Użyj techniki KTO, CO, GDZIE i KIEDY w jednym zdaniu. To będzie Twoje zdanie główne.

.....
.....
.....
.....

* A oto zdanie główne z włączonymi pięcioma odpowiedziami (5/6):

Jeśli jesteś osoba, która musi tworzyć treści, aby nawiązać kontakt ze swoją publicznością (kto), to zapewne może być Ci trudno produkować materiały wysokiej jakości (dlaczego) w sposób spójny (z jakiej przyczyny). Jeśli dotyczy to Ciebie, użyjcie dobrze znanej techniki pisarskiej (jak) zwanej "pytaniami reportera" lub "5 W i H" (co) może być właśnie tym, czego potrzebujesz.

6. Następnie, napisz chwytliwy slogan, frazę lub tytuł dla wiadomości/newsa, odpowiedni do rodzaju mediów i skierowany do zamierzonej publiczności. Slogan/fraza lub tytuł może być taki sam jak wiadomość medialna, może być dodatkiem do niej lub może być zupełnie inny. Pamiętaj, to są Twoje wiadomości i możesz je napisać tak, jak chcesz! Bądź kreatywny.

7. Pamiętaj, aby sprawdzić pisownię i gramatykę. Pamiętaj, aby wiadomość była uporządkowana i krótka. Przed zakończeniem, upewnij się, że przeczytałeś całą wiadomość na głos.

8. Jeśli piszesz drukowane newsy w mediach lub wiadomości dla gazet online i blogów informacyjnych, stwórz odpowiednie ilustracje lub odszukaj zdjęcia, aby przyciągnąć czytelników. Możesz pobrać darmowe obrazy z Pixabay, Pexels, Freepik, Gratisography, Freestock lub na przykład Unsplash.

9. Jeśli tworzysz wiadomości, podcast, filmy informacyjne lub transmisję na żywo, nagraj swój występ na dyktafon lub nagraj krótki filmik. Dla bardziej zaawansowanego poziomu, możesz stworzyć swój własny film informacyjny po prostu używając PowerPoint lub kreatora wideo online. Możesz pobrać darmowe filmy z Pixabay i Pexels.

10. Gratulacje! Właśnie napisałeś swój pierwszy news. Następnie, gdy w końcu stworzyłeś dwie angażujące wiadomości na jeden konkretny temat dla tradycyjnych kanałów medialnych i mediów społecznościowych możesz opublikować je na swoim osobistym profilu mediów społecznościowych i

| | |
|--|---|
| | uzyskać opinie. Możesz nawet stworzyć ankietę, aby pozwolić publiczności zdecydować, który format wiadomości mediów wybrać. |
|--|---|

1.2 Samokształcenie - zadanie

| | | | |
|---|--|------------------------------|-------------|
| Nazwa Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych | | |
| Nazwa ćwiczenia | Sprawdzanie faktów | Czas trwania (minuty) | 60-90 minut |
| Efekty kształcenia | <i>W oparciu o ramy programowe</i> | | |
| Cel ćwiczenia | <p>W Internecie można znaleźć wiele informacji na różne tematy, które często nie są prawdziwe. Blogerzy rozpowszechniający fake newsy liczą na zdobycie sławy, podejmując popularny temat i przedstawiając go w kontrowersyjny sposób. Często robią to na tyle skutecznie, że ich poglądy stają się bardziej popularne niż poglądy specjalistów z danej dziedziny, którzy mogą je potwierdzić badaniami. Wielu użytkowników nie potrafi odróżnić źródeł wiarygodnych od niewiarygodnych. Celem ćwiczenia jest zrozumienie, jak korzystać ze źródeł naukowych i jak uświadomić użytkownikom rozpoznawanie wiarygodnych źródeł.</p> | | |
| Materiały potrzebne do wykonania zadania | <ul style="list-style-type: none"> • Laptop lub komputer PC z edytorem tekstu • dostęp do Internetu | | |
| Instrukcja krok po kroku | <p>Spróbuj napisać artykuł, w którym sprawdzisz, czy teorie rozpowszechniane w Internecie są prawdziwe. Na przykład, w Internecie jest obecnie wiele informacji, że COVID nie istnieje, że jest to spisek, albo że wirus nie jest groźny dla ludzi.</p> <p>Możesz przytoczyć opinie lekarzy i epidemiologów, aby zweryfikować te dane. Wyjaśnij słuchaczom, czym różnią się niesprawdzone informacje zamieszczane np. przez blogerów od informacji popartych źródłami naukowymi.</p> <p>Artykuł może przybrać formę prezentacji przeciwstawnych poglądów, na przykład: "Koronawirus nie istnieje i jest oszustwem rządów na całym świecie" vs. "Koronawirus istnieje i jest zagrożeniem dla zdrowia publicznego". Aby zainteresować użytkowników, można zestawić różne poglądy i dopiero na końcu artykułu zdecydować, który z nich jest prawdziwy w oparciu o wiarygodne źródła.</p> <p>Dodaj do artykułu bibliografię, aby użytkownik, który chce zgłębić temat, mógł dotrzeć do materiałów opisujących go w szerszym kontekście.</p> <p>Aby stworzyć bibliografię na podstawie źródeł znalezionych w Internecie, należy zebrać:</p> | | |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - nazwiska autora i redaktora (jeśli są dostępne) - tytuł strony (jeśli jest dostępny) - nazwę firmy lub organizacji, która zamieściła stronę - adres internetowy strony (zwany URL) - ostatnią datę przeglądania strony. |
|--|---|

Dodatkowe materiały do samodzielnej pracy

SDLR-1

| | |
|--|---|
| Nazwa Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych |
| Temat | Jak właściwie dopasować wyprodukowany news do właściwych kanałów medialnych, aby uzyskać najlepszy odzew |
| Nazwa materiału: | Jak wybrać odpowiednie kanały marketingu cyfrowego dla Twojego przekazu i odbiorców |
| Dlaczego warto korzystać z tego materiału? | Ten ciekawy artykuł pomoże Ci określić najlepszy sposób dotarcia z przekazem do każdej osoby na każdym kanale. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego materiału? | Korzystanie z tego zasobu dostarczy Ci niezbędnej wiedzy na temat tego, jak uzyskać najlepszą odpowiedź na swoje posty |
| Link do strony: | https://blog.metrixia.com/how-to-choose-the-right-digital-marketing-channels-for-your-message-and-audience |

SDLR-2

| | |
|-------------------------|---|
| Nazwa Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych |
| Temat | Zrozumienie zagadnienia własności intelektualnej |
| Nazwa materiału: | Zrozumienie zagadnienia własności intelektualnej (Intellectual Property - IP) |

| | |
|--|---|
| Dlaczego warto korzystać z tego materiału? | Ten ciekawy i krótki filmik o własności intelektualnej (IP) i o tym, jak odnosi się ona do wytworów umysłu, takich jak wynalazki, dzieła literackie i artystyczne, projekty oraz symbole, nazwy i obrazy wykorzystywane w handlu. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego materiału? | Korzystanie z tego zasobu dostarczy Ci niezbędnej wiedzy na temat różnych aspektów własności intelektualnej. |
| Link do strony: | https://www.youtube.com/watch?v=UgZJPuyK9VY |

SDLR-3

| | |
|--|--|
| Nazwa Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych |
| Temat | Kwestie praw autorskich |
| Nazwa materiału: | Jak prawo autorskie wpływa na naszą przyszłość (TEDx re-cut) |
| Dlaczego warto korzystać z tego materiału? | Ten ciekawy wykład TED pozwoli Ci spojrzeć na temat praw autorskich z nowej perspektywy. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego materiału? | Korzystanie z tego zasobu dostarczy Ci niezbędnej wiedzy na temat prawa autorskiego i tzw. kultury współdzielenia. |
| Link do strony: | https://www.youtube.com/watch?v=NGLcGVMAPxc |

SDLR-4

| | |
|-------------------------|---|
| Nazwa Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych |
| Temat | Jak prawidłowo cytować innych ludzi |
| Nazwa materiału: | Jak cytować? |

| | |
|--|---|
| Dlaczego warto korzystać z tego materiału? | To i ciekawa lektura, która pomoże Ci zidentyfikować najlepszy sposób na prawidłowe cytowanie. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego materiału? | Korzystanie z tego zasobu dostarczy Ci niezbędnej wiedzy na temat zasad cytowania. |
| Link do strony: | https://www.grammarly.com/blog/quotation-within-quotation/ |

SDLR-5

| | |
|--|---|
| Nazwa Modułu | Moduł 1-Podstawowa wiedza na temat efektywnej produkcji i dystrybucji mediów społecznych |
| Temat | Zrozumienie i wdrożenie RODO (ang. GDPR) |
| Nazwa materiału: | Przewodnik po ogólnym rozporządzeniu o ochronie danych (RODO) - ICO |
| Dlaczego warto korzystać z tego materiału? | Ten bezpłatny przewodnik po rozporządzeniu RODO wyjaśnia każdą z zasad, praw i obowiązków w zakresie ochrony danych oraz podsumowuje najważniejsze kwestie, które należy znać. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego materiału? | Korzystanie z tego zasobu dostarczy Ci niezbędnej wiedzy na temat RODO. |
| Link do strony: | https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/ |

Materiały do samodzielnej pracy – podręcznik

1.1 Samokształcenie - zadanie

| | |
|---------------------|-----------------------------------|
| Nazwa Modułu | Moduł 2 - Modele moderacji mediów |
|---------------------|-----------------------------------|

| | | | |
|---|--|------------------------------|--------------|
| Nazwa ćwiczenia | Moderacja treści tworzonych przez użytkowników | Czas trwania (minuty) | 60-90 minuty |
| Efekty kształcenia | <i>Na podstawie ramowych treści programowych</i> | | |
| Cel ćwiczenia | <p>Rozumienie w praktyce, co oznacza publikowanie zakazanych lub nieodpowiednich treści</p> <p>Umiejętność rozróżnienia między wyrażaniem swoich poglądów w sposób zdecydowany a publikacją treści obraźliwych lub dyskryminujących</p> <p>Rozumienie znaczenia zapewnienia użytkownikom swobody wypowiedzi, nawet jeśli się z nimi nie zgadzasz oraz wyznaczenia granicy między treściami dozwolonymi a zabronionymi.</p> | | |
| Materiały potrzebne do wykonania zadania | <ul style="list-style-type: none"> - Laptop lub komputer z edytorem tekstu - dostęp do Internetu | | |
| Instrukcja krok po kroku | <p>Znajdź artykuł na temat Facebooka w jednym z głównych serwisów informacyjnych.</p> <p>Przejrzyj komentarze użytkowników.</p> <p>Spróbuj dokonać selekcji komentarzy, które powinny zostać usunięte ze względu na np:</p> <ul style="list-style-type: none"> - używanie słów powszechnie uznawanych za obraźliwe - atakowanie rozmówców ad personam, co zakłóca przebieg dyskusji - próby manipulacji użytkownikami poprzez publikowanie nieprawdziwych wiadomości, nie popartych faktami naukowymi - publikowanie treści dyskryminujących ze względu na pochodzenie etniczne, orientację seksualną, wiek, światopogląd itp. <p>Postaraj się podać przykłady komentarzy, w których autor wypowiada się w sposób zdecydowany, ale przedstawia merytoryczne argumenty i w żaden sposób nie obraża innych użytkowników ani nie zawiera treści niedozwolonych.</p> | | |

1.2 Samokształcenie – zadanie

| | | | |
|---------------------------|--|------------------------------|-------------|
| Nazwa Modułu | Moduł 2 - Modele Moderacji Mediów | | |
| Nazwa ćwiczenia | Opracowanie dokumentu dotyczącego zasad postępowania | Czas trwania (minuty) | 60-90 minut |
| Efekty kształcenia | <i>W oparciu o ramowe treści programowe</i> | | |

| | |
|---|---|
| Cel ćwiczenia | Tworzenie zrozumiałych dla użytkowników zasad postępowania, obejmujących wszystkie kluczowe kwestie związane z odpowiednim zachowaniem w danym serwisie |
| Materiały potrzebne do wykonania zadania | - Laptop lub komputer z edytorem tekstu - dostęp do Internetu |
| Instrukcja krok po kroku | <p>Wyobraź sobie, że jesteś moderatorem serwisu i Twoim zadaniem jest stworzenie regulaminu dla użytkowników, którzy będą komentować treści na stronie.</p> <p>Postaraj się stworzyć politykę użytkownika, która jasno określi jakie treści są niedozwolone. Nie zapomnij dodać, że użytkownicy powinni komentować na temat związany z artykułem, aby zapewnić odpowiednią jakość dyskusji.</p> <p>Oprócz treści wymienionych w poprzednim ćwiczeniu, zwróć uwagę na nieetyczne reklamowanie produktów (np. podszywanie się pod użytkownika danego produktu i polecanie go).</p> <p>Zapoznaj się z definicją spamu i zasadą działania botów - jako moderator powinieneś umieć odróżnić bota od prawdziwego użytkownika. Dowiedz się, co możesz zrobić jako moderator, aby poradzić sobie ze spamem.</p> <p>Postaraj się jak najdokładniej określić w regulaminie, jakie treści są zabronione, aby użytkownicy, którzy je publikują, nie mogli zarzucić Ci łamania wolności słowa.</p> |

Samokształcenie - dodatkowe zasoby edukacyjne

SDLR-1

| | |
|---|--|
| Nazwa Modułu | Moduł 2: Modele moderacji treści i ich zastosowanie |
| Temat | Rola moderatorów treści i realia, z którymi muszą się zmierzyć |
| Nazwa źródła: | Kustosze Internetu: platformy, moderacja treści i ukryte decyzje, które kształtują media społecznościowe |
| Dlaczego warto korzystać z tego zasobu? | Aby lepiej zrozumieć praktyki stosowane przez platformy mediów społecznościowych w zakresie moderacji treści i ich wpływ na materiały, do których my, użytkownicy, mamy dostęp. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego zasobu? | Gillespie (autorka) przedstawia przegląd aktualnych praktyk stosowanych w mediach społecznościowych i wyjaśnia racjonalne podstawy tego, jak, kiedy i dlaczego te polityki są egzekwowane. Czyniąc to, Gillespie podkreśla, że moderowanie treści jest zbyt mało kontrolowane przez opinię publiczną, nawet jeśli kształtuje normy |

| | |
|------------------------|---|
| | społeczne i ma konsekwencje dla dyskursu publicznego, produkcji kulturowej i struktury społeczeństwa. |
| Link do źródła: | https://www.researchgate.net/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media |

SDLR-2

| | |
|---|--|
| Nazwa Modułu | Moduł 2: Modele moderacji treści i ich zastosowanie |
| Temat | Badanie podejścia Twittera do moderacji treści |
| Nazwa źródła: | Podcast - Joe Rogan Experience #1258 - Jack Dorsey, Vijaya Gadde & Tim Pool |
| Dlaczego warto korzystać z tego zasobu? | Ten materiał zawiera dyskusję z Jackiem Dorsey dyrektorem generalnym Twittera i Vijayą Gadde platformy Head of Trust and Safety na temat polityki i podejścia do monitorowania treści i moderacji. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego zasobu? | Zapewnia to wyjątkową okazję do uzyskania wglądu w kwestie, którymi Twitter (lub jakkolwiek inna platforma mediów społecznościowych) musi się zająć, tematy i etykę, które muszą wziąć pod uwagę, jak również zasady, które przyjmują. |
| Link do źródła: | https://www.youtube.com/watch?v=DZCBRH0g3PQ&feature=youtu.be |

SDLR-3

| | |
|--|--|
| Nazwa Modułu | Moduł 2: Modele moderacji treści i ich zastosowanie |
| Temat | Etyka moderacji |
| Nazwa źródła: | Facebook i etyka moderacji - The Listening Post |
| Dlaczego warto korzystać z tego zasobu? | Niniejszy materiał przedstawia główne zagadnienia i tematy, pojawiające się w kontekście moderowania treści, które muszą być prowadzone przez platformy mediów społecznościowych oraz problemy, które występują lub mogą wystąpić w przypadku braku aktywnych środków. |

| | |
|---|---|
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego zasobu? | Daje uczniom możliwość zbadania różnych kwestii i perspektyw, jak również różnych tematów, które są ważne dla lepszego zrozumienia moderacji treści w mediach społecznościowych i jej konieczności. |
| Link do źródła: | https://www.youtube.com/watch?v=dysyh7QBDnY&t=625s |

SDLR-4

| | |
|---|---|
| Nazwa Modułu | Moduł 2: Modele moderacji treści i ich zastosowanie |
| Temat | Moderacja treści na platformach internetowych |
| Nazwa źródła: | Moderacja treści i platformy internetowe: Problem nie do rozwiązania? Regulatorzy i ustawodawcy szukają nowych przepisów |
| Dlaczego warto korzystać z tego zasobu? | Zasób ten zawiera krótkie, ale kompleksowe wprowadzenie do pytań, które dotyczą moderowania treści na platformie internetowej. Tłumaczy również podejścia stosowane przez platformy mediów społecznościowych, efekt Covid-19 pojawił się w tej dziedzinie, tak samo jak najnowsze osiągnięcia. |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego zasobu? | Daje on uczestnikom możliwość zapoznania się z wprowadzeniem i ogólną koncepcją niektórych z najważniejszych parametrów tematu. Poprzez połączenie wielu zagadnień służy również jako przewodnik dla uczestników, pomagając im dogłębnie zrozumieć temat i wziąć pod uwagę wiele perspektyw, które mogą zbadać. |
| Link do źródła: | https://talkingtech.cliffordchance.com/en/industries/e-commerce/content-moderation-and-online-platforms--an-impossible-problem--.html |

SDLR-5

| | |
|----------------------|--|
| Nazwa Modułu | Moduł 2: Modele moderacji treści i ich zastosowanie |
| Temat | Moderacja treści i wolność słowa |
| Tytuł źródła: | Moderacja treści: Kto decyduje o tym, co jest prawdą? |

| | |
|---|---|
| Dlaczego warto korzystać z tego zasobu? | |
| Co zyskasz dzięki korzystaniu z tego zasobu? | Daje on uczestnikom możliwość zapoznania się z wprowadzeniem i ogólną koncepcją niektórych z najważniejszych parametrów tematu. Poprzez połączenie wielu zagadnień służy również jako przewodnik dla uczestników, pomagając im dogłębnie zrozumieć temat i wziąć pod uwagę wiele perspektyw, które mogą zbadać. |
| Link do źródła: | https://re-publica.tv/de/session/content-moderation-who-decides-what-true |

Wires - Crossed



JUGEND- &
KULTURPROJEKT E.V.



CARDET

CENTRE FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH
& DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY



ACUMEN
TRAINING



Speha Fresia
SOCIETÀ COOPERATIVA



USTANOVA ZA | ADULT
OBRAZOVANJE | EDUCATION
ODRASLIH | INSTITUTION



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

“The European Commission’s support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.”
2019-1-DE02-KA204-006115