Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Cyfrowa Tożsamość Jednostki

Przewodnik dla nauczycieli, jak szkolić uczniów w kwestiach dotyczących reputacji internetowej

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

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Spis Trésci

1. Tożsamość cyfrowa 3
1.1 Jak zdefiniować tożsamość cyfrową 4
2. Czym jest reputacja cyfrowa i zasady tworzenia dobrej reputacji 4
2.1 Jak utrzymać i poprawić swoją reputację 6
2.2 Aktywny udział 7
3. Narzędzia do sprawdzania reputacji online 8
3.1. Egosurfing 9
3.2. Odcisk palca 10
3.3. Przyszłość 10
4. Utwórz 11
4.1 Solomo (media społecznościowe) 11
4.1.1 Web 2.0 - Twoje imię lub marka (domena, e-mail, blog, forum, wiki) 12
4.1.2 Sieci społecznościowe (Twitter - Facebook - Google+) 13
4.1.3 Profesjonalne Portfolio (Linkedin - Slideshare) 15
4.2 SoLomo (Geolokalizacja) 16
4.3 SoloMo (Mobilny) 18
4.3.1 Smartfony / tablety 18
4.3.2 Sprzęt do noszenia/galanteria elektroniczna 18
5. Kontrola 19
5.1. Alerty 19
5.1.1 Alerty Google 19
5.1.2 Wgląd w YouTube/YouTube insight 19
5.1.3 Facebook Insight 19
5.2 Jak otwarty/towarzyski (How sociable) 20
5.3 Tweetreach 20
6. Jak poprawić 20
6.1. Hootsuite 21
6.2. Tweetdeck 21
7. Przykłady 22
8. Wznowienie i planowanie 23

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

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

1. Tożsamość cyfrowa

Tożsamość cyfrowa składa się z następujących danych osobowych:

- nazwa użytkownika i hasło
- data urodzenia
- numer ubezpieczenia społecznego
- historia medyczna
- czynności dokonywane online, takie jak, np. transakcje elektroniczne
- historia zakupów

Każda interakcja zachodząca w środowisku cyfrowym dostarcza danych na temat tego, co robiliśmy w tym środowisku, odgrywając rolę w procesie personalizacji, marketingu docelowego, reputacji cyfrowej, mediach społecznościowych oraz serwisach graficznych. Inaczej mówiąc, pozostawiony przez nas cyfrowy ślad, jest tak duży, jak liczba osób lub podmiotów, z którymi się kontaktujemy w sieci.

Tożsamość cyfrowa może być zdefiniowana jako wszystkie informacje i dane online dotyczące konkretnej osoby. Twoja tożsamość cyfrowa składa się z czterech kategorii informacji/ danych:

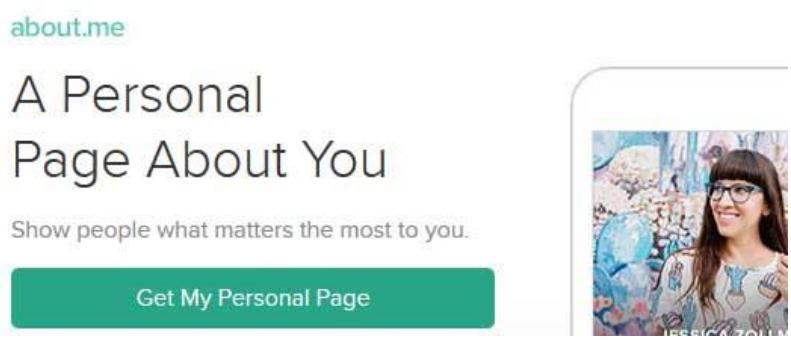
- Elementy uwierzytelniania: adres e-mail, nazwa użytkownika, hasło, nazwisko, imię, alias, adres IP itp.
- Dane: osobiste, administracyjne, zawodowe, bankowe, społeczne itd.
- Identyfikatory: fotografia, logo, obraz, avatar itp.
- Cyfrowe ślady: wkład do systemów zarządzania treścią publiczną, na przykład Twitter, YouTube, Wikipedia itd.

Tożsamość cyfrowa to tożsamość online lub sieciowa stworzona w cyberprzestrzeni przez jednostkę, organizację lub urządzenie elektroniczne. Jeśli chodzi o cyfrowe zarządzanie tożsamościami, kluczowe obszary tematyczne to bezpieczeństwo i prywatność. Sieci społecznościowe online, takie jak Facebook czy Twitter, pozwalają utrzymać tożsamość online, powodując wzajemne zachodzenie na siebie kontekstu online z kontekstem rzeczywistym. Przedmiotowe tożsamości są tworzone często w celu odzwierciedlenia określonego aspektu lub idealnej wersji samych siebie.

Reprezentacje obejmują zdjęcia, komunikację z innymi "przyjaciółmi" i członkostwo w grupach sieciowych. Tożsamość cyfrowa to inaczej dane, które jednoznacznie opisują osobę lub rzeczy i zawierają informacje na temat powiązań danego podmiotu. Istotnym problemem w cyberprzestrzeni jest poznanie, z kim się wchodzi w interakcje. Obecnie nie ma bowiem możliwości precyzyjnego określenia tożsamości osoby (którą można zmienić, zamaskować lub usunąć, jak również stworzyć) w przestrzeni cyfrowej. Użytkownicy mogą również wyświetlać więcej niż jedną tożsamość cyfrową za pośrednictwem różnych społeczności internetowych. Pomimo wielu systemów uwierzytelniania oraz identyfikatorów cyfrowych, próbujących rozwiązać przedmiotowe problemy, nadal istnieje potrzeba ujednoliconego i zweryfikowanego systemu identyfikacji.

Internet, od momentu swojego powstania, stał się globalnym podmiotem dla milionów ludzi każdego dnia. "Internet umożliwia szybszy przepływ informacji niż kiedykolwiek wcześniej" (Solove, 17). Zbliżamy się więc do świata, w którym znajduje się stały zapis informacji o ludziach - w tym również przeszłych wykroczeń – wszystko co zrobiliśmy można znaleźć online.

Informacje raz zamieszczone w Internecie, już w nim pozostają. Dlatego też musimy być bardzo rozważni w odniesieniu do informacji, za pomocą których przedstawiamy sobie w Internecie. Tożsamość cyfrowa może stać się tak samo ważna jak nasza tożsamość fizyczna. Na szczęście istnieją sposoby pozwalające na zarzadzanie tym, jak jesteśmy postrzegani online.
Powinieneś spojrzeć na swoje sieci społecznościowe i zdecydować, które z



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

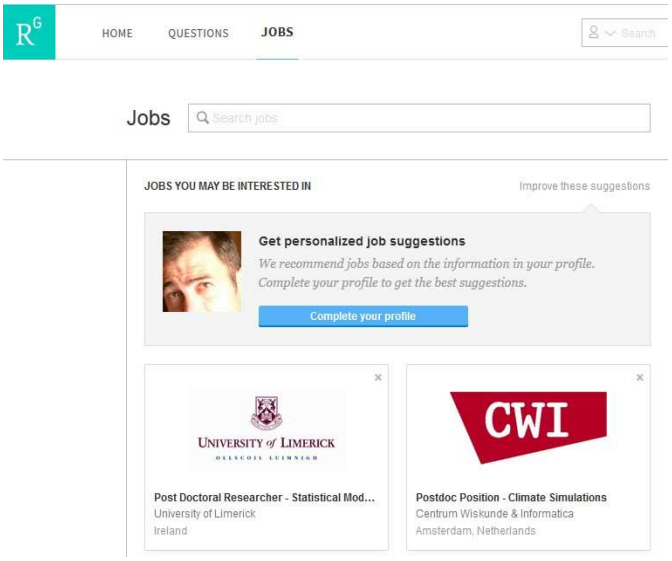
nich chcesz używać osobiście i które chcesz używać profesjonalnie. Prowadzi to zazwyczaj do utworzenia większości prywatnych postów na Facebooku i czyszczenia treści udostępnianych na innych platformach. Nie da się ukryć swoich mediów społecznościowych przed przyszłymi pracodawcami.

W celu stworzenia profesjonalnej tożsamości cyfrowej i pokazania światu kim jesteś, najpierw musisz zrozumieć, co sprawia, że istniejesz online.

1.1 Jak zdefiniować tożsamość cyfrową

Musisz wiedzieć, kim jesteś, jaka jest Twoja historia, a co najważniejsze trzymać się tej historii. Musisz być wierny sobie. Rozumiejąc swoje mocne oraz słabe strony, będziesz mógł podkreślić te aspekty, które wyróżniają cię wśród innych i nie musisz zmuszać się do bycia kimś, kim naprawdę nie jesteś. Musisz być spójny. To dotyczy wszystkich aspektów Twojej marki: w rzeczywistości oraz online. Odzwierciedlaj prawdziwego siebie we wszystkim co robisz, inaczej ryzykujesz utratę wiarygodności. Oznacza to umiejętne zarządzanie różnymi platformami społecznościowymi, na których już jesteś. Spróbuj przeprowadzić audyt mediów społecznościowych w celu zapewnienia, że Twoje platformy cyfrowe są zgodne z Twoją osobistą marką i tym jak chcesz, aby Cię postrzegano. Możesz także pozwolić rówieśnikom na ocenę swoich platform cyfrowych w celu uzyskania ich niezależnej opinii.

Utwórz swoją własną markę, wybierając swoje narzędzia. Możesz używać horyzontalnych: w tych sieciach społecznych nie ma konkretnego tematu. Są to sieci ogólne, oparte na kontaktach. Najbardziej typowe z nich to Facebook, Twitter, Google, itp. Możesz również używać sieci tematycznych, sprofilowanych. Na przykład Linkedin lub Researchgate (portal społecznościowy dla naukowców i badaczy pozwalający udostępniać dokumenty, zadawać i odpowiadać na pytania oraz znaleźć współpracowników). Jest to największa sieć dla naukowców, specjalistów badaczy i osób powiązanych. Została założona w 2008 roku przez wirusologa i naukowca - Ijad Madisch). Możesz korzystać z powiązanych profesjonalnych sieci Instagram lub YouTube – związanych z hobby lub sieci społecznościowych.



Dzięki nowym aplikacjom tworzonym codziennie, istnieje wiele sposobów na przedstawienie Twojej cyfrowej tożsamości. Niezależnie od tego, czy jest to wykres infograficzny, film animowany czy inne kreacje medialne, po prostu bądź sobą!

2. Czym jest reputacja cyfrowa i zasady tworzenia dobrej reputacji

Każdy rodzic wie: W erze Tajemnicy i Snap Chat'a wysiłki podejmowane w tym celu, aby pomóc dzieciom zrozumieć potencjalne niebezpieczeństwa w Internecie, nie są łatwe. W końcu dorośli kochają media społecznościowe jako kluczowe kanały marketingu i rozwoju biznesu, nie mówiąc już o osobistej praktyce

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

pozostawania w kontakcie. Podczas gdy dorośli lubią uświadamiać dzieciom, jak zachować bezpieczeństwo, prawdą jest, że wielu z nich nie do końca zna sposób na zarządzanie reputacją online.
"Internet jest jak małe miasteczko o zasięgu globalnym", wyjaśnia Janine Warner, autorka ponad 25 książek, w tym Social Media Design for Dummies "i nigdy nie zapominaj."

Długotrwałe przechowywanie informacji o nas i naszych aktywnościach online, wydaje się być najistotniejszym problemem w odniesieniu do reputacji online, niemniej jednak także inne elementy, takie jak spam boty, które skłaniają użytkowników Twittera do klikania linków prowadzących do włamania do konta, mogą zaszkodzić naszej reputacji w Internecie.
Może to zabrzmieć dziwnie - jak fałszywe konto kogoś innego może zaszkodzić Twojej reputacji? - kliknięcie na nawet jedno łącze z konta spam może zablokować Twoje konto. Albo gorzej, możesz przypadkowo wysyłać wiadomości spamowe do znajomych, rodziny, a nawet szefa.

Oprócz unikania spamu, równie istotne jest zarządzanie Twoją reputacją online poprzez Twoje zachowanie. Dzisiejsza reputacja online jest tak samo ważna, jak dobra ocena kredytowa lub dobrze edytowane CV. Social media to także miejsce, w którym potencjalni klienci i pracodawcy mogą dowiedzieć się więcej o Tobie i jeśli znajdą, to czego nie lubią, możesz odczuć bardzo realne konsekwencje swojej aktywności w mediach społecznościowych.

Istnieją cztery główne sposoby utrzymania reputacji online:
1. Bądź szczery
2. Bądź dokładny
3. Bądź spójny
4. Aktualizuj na bieżąco swoje profile.

Jeśli będziesz się do tego stosował masz szanse na stworzenie silnej reputacji online.
Tutaj zawarta jest też odpowiedź na wiele nurtujących ludzi pytań.

Śledzenie profili społecznościowych poprzez ich regularną aktualizację, może być pomocne w wykryciu jakichkolwiek nieprawidłowości. Ponadto, kiedy jesteś uczciwy i konsekwentny, masz szansę być postrzegany jako osoba poważna i profesjonalna. Zasadniczo Twoim celem jest przeciwstawianie się spamerom, co oznacza, że masz zdjęcie profilowe, które wygląda jak ty, oraz biografię, która jest uczciwa, dokładna i prezentuje Cię w pozytywnym, prawdziwym świetle
Pamiętaj, że zarządzanie reputacją online to proces ciągły, więc nawet wtedy, gdy zaczniesz widzieć pozytywne wyniki swoich działań, ważne jest, aby nadal pozostawać aktywnym w mediach społecznościowych oraz regularnie aktualizować swoją stronę.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Ostatnia rada jest prawdopodobnie najprostsza, ale warta powtórzenia: Nie mów nic online, czego nie powiedziałbyś swojemu przyjacielowi, mamie lub szefowi. Nawet jeśli jest to tylko komentarz, który nie został dołączony do Twojego imienia, prześledzenie jego drogi i dotarcie do Ciebie jako jego autora, nie stanowi trudności. Bardzo niewiele rzeczy, które wydają się być tajne lub anonimowe, naprawdę nimi pozostają, a raz spowodowana w ten sposób szkoda już nią pozostaje.

"Nie możesz zbudować dobrej reputacji online w ciągu jednej nocy, ale możesz ją bardzo szybko zniszczyć", ostrzega Janine.

http://blog.creativelive.com/how-to-manage-your-online-reputation/

2.1 Jak utrzymać i poprawić swoją reputację

Budowanie dobrej reputacji online może trwać kilka miesięcy, a jej zniszczenie tylko kilka sekund. Ludzie mogą mieć złe wyobrażenie na temat Twojej reputacji, ponieważ ktoś może wykorzystać w niewłaściwy sposób należące do Ciebie informacje i w ten sposób zepsuć Twoją reputację. Dlatego tak ważne jest stałe obserwowanie swojej reputacji online oraz podejmowanie kroków w celu jej utrzymania.

Najlepszym sposobem na utrzymanie i poprawienie reputacji cyfrowej jest rozmowa. W tym celu musisz brać udział i odpowiadać.
Możesz uczestniczyć na dwa różne sposoby:

- Tworzyć treści i udostępniać je w Internecie oraz pomagać rozpowszechniać treści utworzone przez innych użytkowników za pomocą platformy lub platform, które wybraliśmy.
- Odpowiadać na konwersacje rozpoczęte przez innych użytkowników poprzez swoje komentarze.

Równie ważne jest rozpoczęcie rozmowy i umieszczanie własnych treści w Internecie, jak też uczestnictwo w rozmowach rozpoczętych przez innych, ponieważ wspólna i generowana przez użytkowników wiedza jest jednym z kluczowych elementów Web 2.0. Zasada współpracy i dzielenia się ma zasadnicze znaczenie w kulturze 2.0: po to żeby otrzymać, musisz być gotowym dawać. W celu zbudowania dobrej reputacji cyfrowej, istotne jest dostarczanie do sieci odpowiedniej zawartość, z którą chcemy być powiązani.

Zanim przystąpimy do poprawy reputacji online, ważne jest, aby wiedzieć, jaki jest nasz produkt, firma lub witryna internetowa. Można to zrobić za pomocą narzędzi wymienionych powyżej (wyszukiwarki, alerty itd.).

W celu utrzymania i poprawy reputacji cyfrowej istotne jest, aby:

Nawiązywać kontakty z innymi. Ważne jest, żeby aktywnie uczestniczyć, dodając cenne treści: komentarze, zasoby, linki i wszystko to, co jest uważane za interesujące. Należy znaleźć czas na to, aby podziękować za osobiste komentarze online, ponieważ ludzie to docenią i zrobią to samo w zamian. Im szersza jest sieć powiązań, tym bardziej pozytywne wyniki przyniesie reputacja online.
Jasno przedstawiać treść, uczciwie, serdecznie, życzliwie, grzecznie i tolerancyjnie. Krótko mówiąc, pielęgnować dobrą reputację cyfrową, wykazując humor i uprzejmość. Utrata kontroli może zrujnować Twoją reputację, więc nawet jeśli zostałeś sprowokowany lub ktoś mówi o Tobie coś, co wywołuje Twoją złość, pomyśl dwa razy zanim mu odpowiesz.

Dbać o edytowanie treści, unikając błędów ortograficznych i wyrażeń, które mogą być postrzegane jako obraźliwe. Zaakceptować krytykę i postrzegać ją jako szansę na poprawę. Trzeba nauczyć się rozmawiać z poszanowaniem opinii innych i unikać dyskwalifikacji. Starać się uczestniczyć w społecznościach, które są istotne dla Twojej pracy. W ten sposób nie tylko uzyskasz niewiarygodną ilość informacji, ale również świetną ekspozycję, a tym samym poprawisz swoją cyfrową reputację.

Unikać bycia apodyktycznym, chlubiącym się osiągniętym sukcesem. Musimy umieć docenić i przyznać się do dobrej pracy innych osób; Musisz działać z pokorą i przyznać, że nie jesteś doskonały; będąc skromnym inni postrzegają Cię jako osobę zainteresowaną dobrem społeczności, a nie tylko swoim. Oszczędnie gospodarować treścią tego samego tematu w ciągu jednego dnia.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Uważać na obraz nas samych lub naszego środowiska, które publikujemy w sieci.

Umiejętnie i selektywnie nawiązywać kontakty. Nie należy szukać kontaktów za wszelką cenę, po to aby zyskać władzę; To mogłoby być niszczące dla Twojej reputacji. Ustanowić jasne zasady współpracy z innymi, unikając stałej zmiany kryteriów.

2.2 Aktywny udział

Pracodawcy często szukają aktywnych osób, oceniając ich uczestnictwo w sieci.

- Oto kilka złych zasad:
- Osobiste opinie mają podstawowe znaczenie, jeśli chcesz opublikować wiadomości z ostatniej chwili lub inną treść;
- Pytania generują interakcje (Ważne jest, aby wiedzieć, co myśli publiczność);
- Posty z obrazkami dostają więcej "polubieni" niż tekst bez ilustracji;
- Częstotliwość wiadomości w sieci musi być określona zgodnie z profilem widowni;
- Należy pamiętać o godzinach szczytu;
- Edukacja, polityka i "jet set life" to tematy, które generują więcej komentarzy;
- Ważne jest, aby utworzyć stronę powitalną dla użytkowników, którzy mają stronę fanów na Facebooku;
- Wykorzystaj w pełni wtyczki i dodatkowe, dostępne aplikacje.

Jeśli chcesz odnieść sukces w mediach społecznościowych, musisz stworzyć harmonogram publikowania, wskazując daty i tematy, utworzyć plan, aby uniknąć pokusy porzucenia swojego zamiaru publikowania. Wybierz jeden lub kilka tematów, które Ci się podobają i podzielić je na kategorie i podkategorie. Po lewej stronie arkusza utwórz listę tygodni i zadecyduj ile razy w tygodniu będziesz publikować i zamieszczać artykuły. Stwórz nagłówki i jeśli wcześniej pisałeś artykuły, użyj ich jako kopii zapasowej, jeśli nie masz aktualnie pomysłów.

Przykładem planszy planistycznej może być:

	Kategoria 1	Kategoria 2	Kategoria 3	Kategoria 4
	Podkategoria	Podkategoria	Podkategoria	Podkategoria
Tydzień 1	Tytuł			
Tydzień 2		Tytuł		
Tydzień 3			Tytuł	

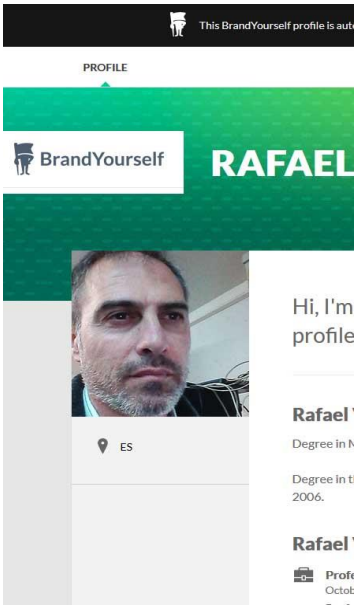
Oto kilka przykładów tematów, na które można pisać:

- Prezentacje dotyczące wykonywanej pracy.
- Recenzje książek w wybranej kategorii.
- Filmy wideo i tematyczne strony internetowe.
- Streszczenia książek.
- Zdjęcia.
- Pytania i odpowiedzi.
- itd.

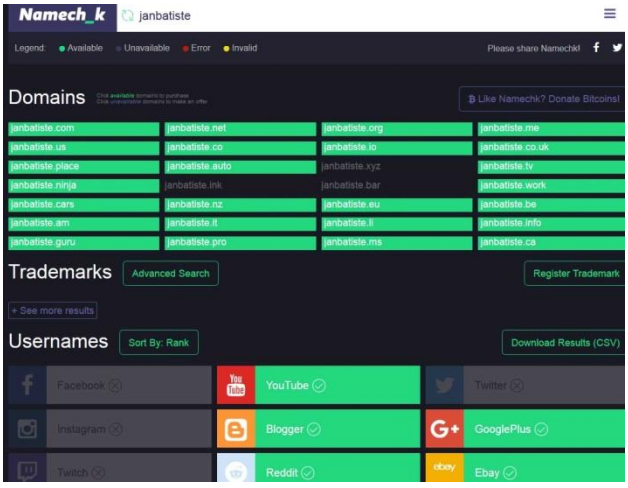
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

3. Narzędzia do sprawdzania reputacji online

Oto dziesięć konkretnych sposobów śledzenia reputacji online.



- BrandYourself – to bezpłatne narzędzie pomagające śledzić, gdzie Twoje imię trafia do wyszukiwarek - nawet jeśli masz imię podobne do kogoś, kto jest sławny.
- O mnie – to bardzo prosta (ale przydatna) usługa, która pozwala na łatwe skonfigurowanie Twojej strony internetowej. Pozwala na przekierowanie na nią osób z Facebooka lub Twittera, po to aby mogły dowiedzieć się więcej o Tobie.
- Wspomnienie społeczne – jeśli chcesz wiedzieć o wzmiankach na temat Twojej firmy lub marki w sieciach społecznościowych, jest to narzędzie, które temu służy.
- Kto mówi? – jest to bardzo proste i darmowe narzędzie online mające na celu uzyskanie wpisów i alertów dotyczących Ciebie lub Twojej firmy.



- NameChk - to narzędzie zapewnia, że "squatters" nie używają Twojego nazwiska w żadnej z sieci społecznościowych. Wystarczy wypełnić informacje i pozwolić, aby to narzędzie automatycznie sprawdzało wszystkie sieci społecznościowe.

- Alerty Google - Google ułatwia także skonfigurowanie alertu w poszukiwaniu dowolnych wyszukiwań - jak imię lub marka. Możesz określić, jak często otrzymujesz powiadomienia e-mailowe, jak również z jakich źródeł.
- Yasni - jeśli wpiszesz swoje imię lub markę do tego internetowego narzędzia, możesz być zdziwiony tym, co znajdziesz. Witryna ułatwia śledzenie tego, co ludzie mówią o Tobie w Internecie.
- Spokeo, Pipl e CVGadget - te narzędzia wykonują prace mające na celu agregację danych. Dzięki nim można wyszukiwać nazwy, adres e-mail, numer telefonu, nazwę użytkownika lub adres. Przedmiotowe witryny umożliwiają też użytkownikom usunięcie informacji o sobie poprzez proces "opt-out".

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

3.1. Egosurfing

Wspólne badanie na temat reputacji online przeprowadzone przez firmę zarządzającą marką online BrandYourself i Harris Interactive wykazało, że:

- 86% dorosłych osób dorosłych w Stanach Zjednoczonych korzystało z wyszukiwarki, takiej jak Google, aby uzyskać więcej informacji na temat innej osoby.
- 75% dorosłych online w Stanach Zjednoczonych przeszukiwało własne nazwisko w wyszukiwarce. Spośród badających własne imię prawie połowa (48%) twierdzi, że większość wyników wyszukiwania nie jest pozytywna; Prawie jedna trzecia (30%) powiedziała, że w ogóle nic się o nich nie mówi.
- Prawie jedna trzecia (31%) osób dorosłych w USA, którzy przeszukują inną osobę w trybie online, sprawdzała w ten sposób polityka. Spośród tych, którzy to zrobili, ponad połowa stwierdziła, że wyszukiwanie wpłynęło na ich decyzję głosową.
- Wśród osób dorosłych online w Stanach Zjednoczonych, którzy przeszukali kogoś innego w Internecie, 42% przeszukiwało osoby przed podjęciem z nimi współpracy. Spośród tych, co to zrobili, 45% znalazło coś, co sprawiło, że postanowili nie robić z nimi interesów.
- Prawie połowa (43%) osób dorosłych, które przeszukiwały kogoś innego w trybie online, przeszukiwało w celu potencjalnej randki lub przeszukiwało byłego chłopaka/ dziewczynę, czyniąc te romantyczne wyszukiwania jednym z najczęstszych poszukiwań wśród osób dorosłych w Stanach Zjednoczonych.

Egosurfing (np. egosearching, eggoogling, autogogoging, selfgoogling) to praktyka wyszukiwania własnego nazwiska lub pseudonimu w popularnej wyszukiwarce w celu sprawdzenia wyników. Termin ten został stworzony przez Seana Cartona w 1995 roku i po raz pierwszy pojawił się w druku jako wpis w Gareth Branwyn w marcu 1995 r., w kolumnie Watch Jargon Watch, w programie Wired. Podobnie, egosurfer to ten, kto surfuje po Internecie pod kątem własnego imienia, aby zobaczyć, jakie informacje się pojawiają. Stało się to coraz bardziej popularne wraz ze wzrostem internetowych wyszukiwarek, a także darmowymi blogami i usługami hostingowymi. Chociaż Google jest wyszukiwarką najczęściej wymienioną w odniesieniu do egosurfingu, inne powszechnie znane wyszukiwarki to Yahoo i Bing.

Egosurfing jest używany przez wielu ludzi z różnych powodów. Użytkownicy internetowi dokonują przeszukiwań w wyszukiwarce Google lub innej wyszukiwarce. Niektórzy robią to wyłącznie dla celów rozrywkowych, np. znalezienia gwiazd o tym samym nazwisku. Jednak wiele osób traktuje egosurfing jako sposób zarządzania reputacją online. Egosurfing może być wykorzystany do wykrycia wycieków danych oraz przedostania się informacji, które są uznawane w oczach opinii publicznej za niepożądane. Przeszukując własne imię w wyszukiwarce internetowej, można spojrzeć z perspektywy nieznajomego, który próbuje znaleźć o nas informacje osobiste. Niektórzy przeszukują w celu ukrycia osobistych zdjęć lub informacji przed potencjalnymi pracodawcami, klientami, złodziejami tożsamości. Podobnie, niektórzy używają egosurfingu, aby utrzymać pozytywny wizerunek publiczny i stworzyć autopromocję. Wiele serwisów społecznościowych, takich jak Facebook, umożliwia użytkownikom tworzenie ich profili "wyszukiwalnych", co oznacza, że ich profil pojawi się w odpowiednich wynikach wyszukiwania. W rezultacie ci, którzy chcą zachować prywatność często egosurfują po to, aby upewnić się, że ich profil nie pojawia się w wynikach wyszukiwania. Ponieważ coraz więcej osób tworzy online, wiele z nich jest zdania, że należy uważniej śledzić ich cyfrowy ślad, w tym informacje, których nie postanowili udostępniać online, na przykład numery telefonów i rejestry publiczne. Chociaż informacje osobiste dostępne online mogą być trudne do usunięcia, w 2009 roku Google wprowadziła funkcję umożliwiającą użytkownikom utworzenie małego pola z wyszczególnieniem informacji osobistych, takich jak imię, zawód i lokalizację, które pojawiają się na pierwszej stronie wyników, gdy ich nazwa jest wyszukiwana. Łącza pola prowadzą do pełnej strony profilu, podobnej do tej widocznej na Facebooku. Ten profil Google można powiązać z innymi portalami społecznościowymi, takimi jak blog, witryna internetowa lub kanał Twitter. Im więcej

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

informacji, które zawierają w swoim profilu Google, tym wyższe pole informacyjne będzie umieszczone w wynikach, a tym samym będzie zachęcać do publikowania informacji osobistych online i kontynuowania egosurfingu.

3.2. Odcisk palca

W coraz większym cyfrowym świecie Internet i media społecznościowe stały się częścią codziennego życia, a oba te elementy stają się jeszcze ważniejsze dla profesjonalistów biznesu, a także dla ogółu społeczeństwa. Wykorzystywane są jako źródło aktualizacji wiadomości o tym, co dzieje się na całym świecie lub po prostu służą rozmowie z przyjaciółmi podczas podróży.

W dzisiejszych czasach ludzie postrzegają social media jako cyfrowe rozszerzenie siebie; często używając platformy do publikowania swoich hobby, problemów lub wyrażania osobistych opinii na temat konkretnego tematu lub konkretnej osoby lub grupy.

Niebezpieczeństwo tego jest takie, że ludzie często nie doceniają wpływu korzystania z Internetu i social media w ten sposób. Bardzo ważne jest, aby wiedzieć, w jaki sposób publikowanie postów w Internecie może potencjalnie wpłynąć na nasze przyszłe możliwości zatrudnienia.

Na przykład, pracodawcy często korzystają z Internetu w celu przeprowadzenia badań wstępnych (takich jak LinkedIn czy Twitter): Proste wyszukiwanie Google może przynieść wiele informacji, o których nigdy nie sądziłeś, że znajdą się w posiadaniu potencjalnych pracodawców.

Wielu ludzi uważa, że mogą ukryć się za ekranem komputera, wierząc, że są anonimowi lub nie można ich znaleźć. W rzeczywistości wszystko, co publikujesz w mediach społecznościowych oraz tożsamość tych, którzy publikują, będą dostępne dla każdego na świecie, pozostając na zawsze w Internecie jako cyfrowy zapis – to jest Twój odcisk palca w sieci.

Jest to kwestia zdecydowanie ważna dla młodych ludzi, ponieważ zbyt wiele osób korzysta z social media, po to aby publikować wszystko, co robią i wyrażać wszystko, co się zdarza, nie zdając sobie sprawy z przyszłych skutków takich działań dla kariery zawodowej i ich możliwości.
Zasadniczo media społecznościowe pozostawiają ślad cyberprzestępcy, więc pomyśl przed wysłaniem zdjęć lub zamieszczeniem komentarzy - nigdy nie wiesz, kto może je zobaczyć i jak mogą one wpłynąć na Twoje przyszłe zatrudnienie.

3.3. Przyszłość

Kto Cię ochroni? Ochrona danych przed żądaniami rządu
Żyjemy w cyfrowym świecie, począwszy od filmów udostępnianych w sieciach społecznościowych, poprzez aplikacje na telefonach komórkowych, logowanie do skrzynki pocztowej, do naszych dokumentów. Wszystko jest zapisywane w pakietach danych, przechodząc przez światłowodowe sieci.

Podczas gdy nasze codzienne życie w XXI wieku uległo wzbogaceniu, prawo za tym nie nadąża. Kongres Stanów Zjednoczonych, do dnia dzisiejszego, nie zdołał zaktualizować Ustawy z 1986 r. o ochronie prywatności w zakresie komunikacji elektronicznej w celu uznania, iż e-mail przechowywany przez ponad 6 miesięcy zasługuje na identyczne zabezpieczenia jak e-mail zapisany w okresie krótszym niż 6 miesięcy.
Kongres podjął kroki zmierzające do powstrzymania nieustannego nadzoru NASA nad łącznością internetową, ale nie wprowadził jeszcze reform w tym obszarze.

W tym klimacie coraz częściej patrzymy na firmy zajmujące się technologiami w celu stworzenia silnej polityki w zakresie ochrony praw użytkowników. Które firmy będą strzegły praw użytkowników, kładąc nacisk na przejrzystość i właściwe normy prawne regulujące zakres dostępu przez rząd do danych użytkowników?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Które firmy wyrażają te zasady publicznie, pozwalając światu i swoim użytkownikom - oceniać kwestie prawa do prywatności?

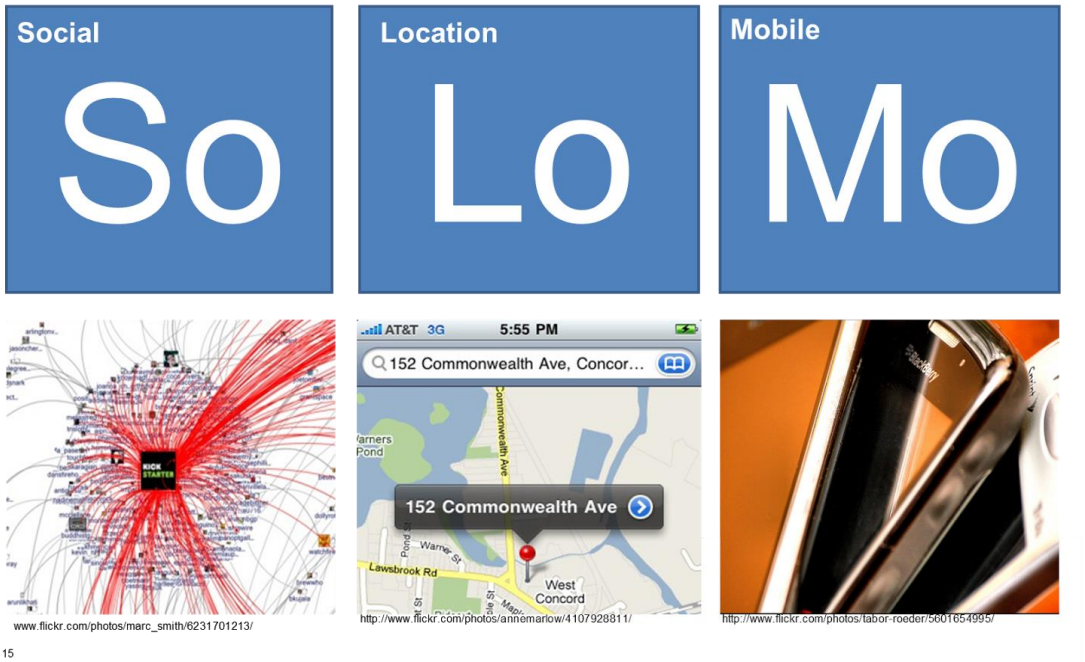
2 lipca 2015 r. | Przez Parker Higgins

https://www.eff.org/wp/who-has-your-back-2015-protecting-your-data-government-requests

4. Utwórz

4.1 Solomo (media społecznościowe)

W maju 2010 r. John Doerr był prawdopodobnie pierwszym człowiekiem, który przewidział, że "Następną wielką rzeczą będzie SoLoMo: partnerstwo pomiędzy pojęciami Społeczny, lokalny i mobilny". Ten paradygmat utrzymuje się dzięki popularyzacji oraz dominującemu użyciu smartfonów, co oznacza władzę najpotężniejszego kieszonkowego komputera stworzonego w XX wieku. Ten potencjał przybliża nas do znajomych poprzez sieci społecznościowe i aplikacje geoprzestrzenne, umożliwiając interakcję z rodziną, przyjaciółmi, a nawet nieznajomymi.



Zobaczmy, jaki wpływ – w obszarze osobistym i zawodowym - wywiera przedmiotowy termin SoLoMo:

1. Po pierwsze, w odniesieniu do tradycyjnych systemów Web 2.0
2. Po drugie, w relacjach zachodzących w osobistych sieciach społecznościowych
3. Po trzecie, ma znaczenie w profesjonalnych sieciach społecznych.

Ten przewodnik pomoże Ci krok po kroku w tworzeniu profesjonalnej tożsamości cyfrowej oraz jej kontrolowaniu, doskonaleniu, jak również utrzymaniu.

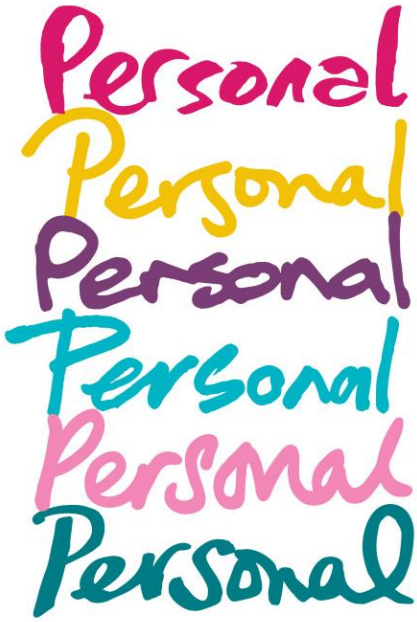
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

4.1.1 Web 2.0 - Twoje imię lub marka (domena, e-mail, blog, forum, wiki)

E-mail i domena

Nasze imię i osobista marka stają się każdego dnia coraz ważniejsze, zarówno jeśli chodzi o znalezienie lub utrzymanie pracy, jak i poprawę osobistych interakcji w sieci z innymi osobami.



Obecnie każdy posiada co najmniej konto e-mail. Jeśli spojrzymy na domenę, do której należy konto, to już daje nam jakąś część informacji profilowych: jeśli konto jest osobiste (korzystając z bezpłatnych kont) lub profesjonalne (używając domen firmowych lub osobistych, tworzonych i kupowanych przez nas).

W celu stworzenia profesjonalnego profilu zalecamy kupowanie domeny reprezentującej Twoje imię lub własną markę (może to być kombinacja Twojego imienia lub nazwiska lub tylko nazwiska). W ten sposób wszystko, co publikujesz, będzie zawsze powiązane z Twoją własnością nawet wtedy, gdy zmieniają się firmy obsługujące serwery, z których korzystasz.

Przedmiotowa opcja zapewnia optymalną ekspozycję w Internecie, po to aby ludzie mogli łatwo do Ciebie dotrzeć.

Blog

Typowa struktura blogów składa się z postów i komentarzy; posty ułożone są w porządku chronologicznym (ostatni post u góry), co pozwala czytelnikom na łatwy dostęp do najnowszych informacji. Pliki są archiwizowane co miesiąc, co z kolei ułatwia czytelnikom znajdowanie postu pochodzącego z danego okresu. Istnieją różne typy blogów - osobiste, profesjonalne, publiczne - można je wybrać, w zależności od potrzeb. Zachęcamy do stworzenia profesjonalnego bloga w Twoim profesjonalnym otoczeniu - po pierwsze, blogi są bardzo łatwe do tworzenia i używania, a po drugie pomagają w rozwinięciu następujących umiejętności: dzielenie się (myśli, pojęcia, doświadczenia, wiedza), analizowanie (myśli, pojęć i doświadczeń). Blog umożliwi Ci również współpracę z rówieśnikami lub ekspertami z Twojej okolicy. Ponadto blogowanie pozwala na nawiązanie nowych kontaktów i łatwe dotarcie do odbiorców. Otwiera nowe drzwi, dzięki którym uzyskujesz dostęp do informacji z całego świata.

Twój profesjonalny blog może pokazać menadżerom odpowiedzialnym za proces rekrutacji Twoje umiejętności, wiedzę, doświadczenie, zainteresowanie, sposoby pracy i pomoże Ci uzyskać dobre zatrudnienie. Istnieje wiele bezpłatnych, internetowych dostawców blogów.

Najważniejsze to:

- http://www.blogger.com
- http://www.wordpress.
- http://edublogs.org

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Wiki
Wiki to termin hawajski oznaczający "szybki". Wiki jest aplikacją internetową serwera, która umożliwia społecznościom dodawanie, edytowanie, tworzenie i usuwanie treści przechowywanych w centralnej lokalizacji. Najlepszym przykładem wiki jest Wikipedia - darmowa encyklopedia online. Treści zawarte w Wikipedii są w całości tworzone, utrzymywane i edytowane przez ochotników.

Pierwsza wiki została stworzona w 1995 roku przez programistę komputerowego o nazwie Howard G. "Ward" Cunningham. Jego celem było stworzenie miejsca, w którym programiści mogliby rejestrować i dzielić się fragmentami kodu. To jest właśnie to, co wiki robi najlepiej: pozwala wielu osobom współpracować i tworzyć treści wokół określonego celu lub pomysłu.

Wiki pomoże Ci stworzyć "duży obraz" w oparciu o wiele perspektyw; jest dobrym sposobem na pokazanie rekrutom swoich umiejętności, sposobów pracy i kompetencji, ponieważ umożliwia wyświetlanie projektów, notatek, pomysłów i zasobów.

W celu utworzenia wiki, zalecamy wykonanie następujących kroków:

Krok 1: Zdefiniuj potrzeby.
Krok 2: Napisz kodeks postępowania w celu uregulowania współpracy.
Krok 3: Ustaw wiki.
Krok 4: Publikuj treści i zapraszaj inne osoby do współpracy.
Krok 5: Inwestuj w szkolenia i rozpowszechnianie
Krok 6: Aktualizuj wiki na bieżąco.

Podczas konfigurowania wiki masz kilka opcji. Darmowe wiki hostingowe, takie jak Wikia® Tikiwiki® i MediaWiki®, które pozwalają tworzyć wiki od podstaw. Niektóre organizacje udostępniają za określoną opłatą wiki hosting, oprogramowanie i szablony. Płatne usługi, takie jak Central Desktop® i Same Page®, dostarczają narzędzi i szablonów. Mogą też współpracować z Twoją organizacją w celu wdrożenia i utrzymania wiki.
Wybierając pomiędzy usługą płatną lub bezpłatną, zastanów się, dlaczego potrzebujesz wiki, ilu ludzi będzie potencjalnie zaangażowanych, ile czasu możesz poświęcić na jej utworzenie i utrzymanie oraz jaki poziom bezpieczeństwa jest wymagany. Możesz użyć witryny WikiMatrix®, aby dokonać odpowiednich porównań i znaleźć wiki, która najlepiej odpowiada Twoim potrzebom.

4.1.2 Sieci społecznościowe (Twitter - Facebook - Google+)

Pod koniec XX wieku, w 1997 roku, Andrew Weinreich zliberalizował paradygmat Sześciu Stopni. Przedmiotowa nazwa opiera się na teorii, że każda istota ludzka połączona jest z inną istotą na planecie za pomocą max. 6 relacji (chociaż obecnie, w dobie z Internetu, przypuszcza się, że wystarczy 5 relacji).

Obecnie trzy najbardziej wpływowe sieci społecznościowe, które mają większość użytkowników to: Twitter, Facebook i Google+. Utworzenie konta (powiązanego z Twoim adresem e-mail) jest bardzo prostym procesem. Najważniejszą rzeczą, jeśli chodzi o jego utworzenie jest świadomość roli, jaką może odegrać w przyszłości. Pomimo tego, iż początkowo uważasz, że będzie przeznaczone do użytku osobistego firmy (wcześniej lub później) będą próbowały powiązać zawarte tam treści i informacje w celu zbudowania profilu, który będzie używany do oceny Ciebie jako kandydata.

Obecnie, przeważająca większość pracodawców traktuje rekrutację społeczną jako część strategii rekrutacyjnej, stąd też istotne jest, aby osoba poszukująca pracy odpowiednio dostosowywała do tego procesu swoje umiejętności.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

https://i.ytimg.com/vi/_a1E7belr1U/maxresdefault.jpg

Facebook

Facebook to bezpłatne narzędzie dla jego użytkowników. Umożliwia znalezienie starych znajomych, śledzenie ulubionych gwiazd i angażowanie się w popularne marki.

Korzystając z Facebooka, będziesz mógł komunikować się za pośrednictwem aplikacji czatowej; tutaj dostępne są narzędzia pozwalające z łatwością tworzyć różne treści. Użytkownicy mogą tworzyć profile zawierające zdjęcia i listy swoich zainteresowań, wymieniać między sobą prywatne i publiczne wiadomości oraz należeć do grupy przyjaciół.
Szczegółowy widok informacji o znajomych jest ograniczony do członków tej samej sieci, potwierdzonych znajomych albo może być dostępny dla każdego.

Facebook jest dobrym narzędziem do pokazania Twoich umiejętności i kompetencji. Weź pod uwagę to, że menedżerowie ds. rekrutacji osobistej, przed zawarciem umowy z nowym pracownikiem, zawsze studiują jego profil na Facebook-u.

Twitter

Twitter to darmowa usługa społecznościowa, która pozwala zarejestrowanym członkom na nadawanie krótkich postów nazywanych tweetami. Członkowie Twittera mogą nadawać tweety i śledzić tweety innych użytkowników, korzystając z wielu platform i urządzeń. Tweety i odpowiedzi na tweety mogą być wysyłane za pomocą wiadomości tekstowych z telefonu komórkowego, komputerów stacjonarnych lub zamieszczane na stronie Twitter.com.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Twitter sprawdza, czy wysyłane informacje są domyślnie publikowane publicznie. W przeciwieństwie do Facebooka lub LinkedIn, gdzie członkowie muszą zatwierdzać kontakty towarzyskie, każdy może obserwować każdego na Twitterze publicznym. W celu przeniesienia danego wątku do innego lub połączenia go z ogólnym tematem, członkowie mogą dodawać hashtag do słowa kluczowego w swoim poście. Ten hashtag, który działa jak tag meta, jest wyrażony jako # słowo kluczowe.
Twitter to dobre narzędzie, pozwalające na pokazanie swoich kompetencji oraz śledzenie osób poruszających się w Twoim obszarze zawodowym.

Google+

Google+ (Google Plus) nie osiągnął jeszcze takiej popularności na rynku jak niektóre serwisy społecznościowe. Google+ nie pozostaje jednak bez znaczenia w przestrzeni sieci społecznościowych. Stanowi połączenie Facebooka (przyjaciół, znajomych, grup itd.) i Twittera (krótkie posty, tagi z haszami, zwolennicy itp.) z niektórymi profesjonalnymi sieciami społecznościowymi, takimi jak LinkedIn.

Google+ łączy treści pochodzące z różnych źródeł: Gmaila, YouTube, Blogger.com, Google Maps, Google Translate, Google Flights, Google Play, Google News, Google Książki, Google Scholar, Kalendarz Google, Waze i wiele, wiele innych. Jednym z powodów, dla których Google skutecznie tworzy połączenia, jest użycie jednolitego profilu.

Te trzy platformy są używane tradycyjnie bardziej do celów społecznych niż profesjonalnych, dlatego bardzo ważne jest, aby być świadomym swojej obecności online i swojego wizerunku, który się rozprzestrzenia w sieci. Coraz więcej firm w celu rekrutacji swoich pracowników korzysta z Facebooka, Twittera i Google

4.1.3 Profesjonalne Portfolio (Linkedin - Slideshare)

Linkedin to najczęściej używana sieć do rekrutacji pracowników. Stanowi połączenie Twojego CV, listu motywacyjnego, referencji oraz bazy danych dotyczących Twoich kompetencji
i doświadczeń. Posiadanie silnego profilu LinkedIn to świetny sposób na zbudowanie profilu zawodowego i stworzenie własnej reklamy.
Linkedin może stanowić Twoje profesjonalne portfolio. Będzie to podsumowanie Twoich doświadczeń zawodowych, zainteresowań i kompetencji, mające na celu zwrócenie uwagi osób, które będą Cię poszukiwać online - potencjalnych pracodawców, kontaktów sieciowych itp.

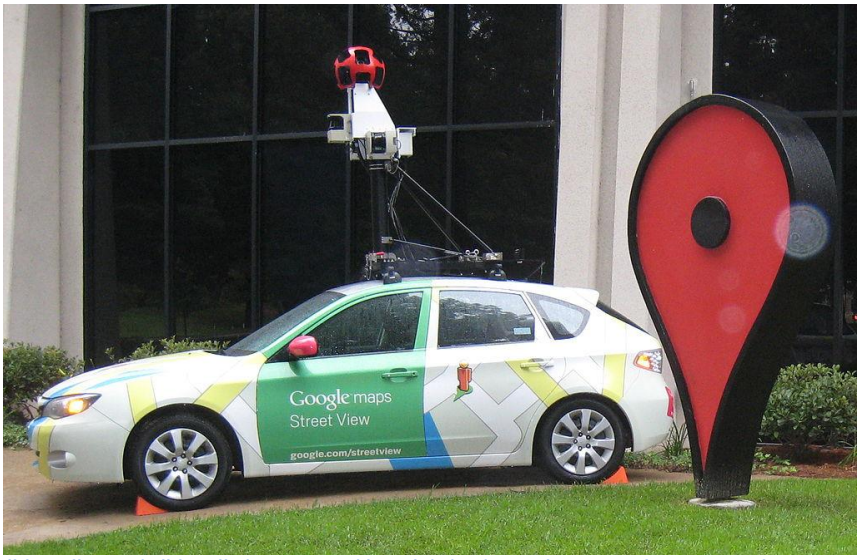
Silny profil stanowi kluczowy wyróżnik na rynku pracy. Oto kilka wskazówek, jak optymalnie wykorzystać LinkedIn podczas szukania pracy:

- Wykorzystaj nagłówek - napisz coś opisującego, kim jesteś, używając słów kluczowych: kuchenka, programista, prezes, dyrektor..
- Napisz słowo klucz podsumowujące Twoje bogate doświadczenie w sposób zwięzły i konkretny, np. Jestem młodszym programistą w "przedsiębiorstwie…." ze znajomością języka angielskiego na poziomie C1 i B2 w języku włoskim. Moje doświadczenie zawodowe polega na programowaniu i projektowaniu stron internetowych, zarządzaniu projektem, pracy zespołowej i inicjatywie.
- Pokaż swoje wykształcenie, wyróżnienia i najważniejsze działania. Uwzględnij istotne informacje, takie jak specjalizacje i posiadane tytuły. Umieść treść w slajdach i utwórz folder z profesjonalnymi projektami. W ten sposób powstanie profesjonalne portfolio.
- Zbieraj różnorodne rekomendacje. Możesz poprosić o nie swojego opiekuna stażu, profesora lub doradcę.
- Nawiązuj kontakty. Zapraszaj ludzi do dołączenia do swojego profilu.
- Dołącz do grup profesjonalnych profili i innych grup związanych z Twoimi zainteresowaniami.
- ZASTOSUJ LINKEDIN, aby nawiązać kontakt z firmami lub branżami, którymi jesteś zainteresowany. Użyj narzędzia wyszukiwania w prawym górnym rogu strony głównej, aby znaleźć interesujące Cię organizacje. Przejdź na stronę LinkedIn firmy i przewiń ją w dół, aby znaleźć osoby pracujące dla tej organizacji.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

4.2 SoLomo (Geolokalizacja)

Geolokalizacja to proces wyszukiwania, określania i dostarczania dokładnej lokalizacji komputera, urządzenia sieciowego lub sprzętu. Umożliwia lokalizację urządzenia na podstawie współrzędnych geograficznych i pomiarów. Jest to system powszechnie stosowany w systemie GPS (Global Positioning System) i innych powiązanych technologiach. Zapewnia i określa lokalizacje geograficzne. Współrzędne są identyfikowane na mapie, aby podać pełny adres, który zazwyczaj zawiera kraj, miasto, miejscowość, nazwę budynku i adres.



https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/aa/GoogleStreetViewCar_Subaru_Impreza_at_Google_Campus.JPG/1024px-GoogleStreetViewCar_Subaru_Impreza_at_Google_Campus.JPG

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Multimedia (Pinterest - Instagram - YouTube)

Bardzo istotne znaczenie dla naszej profesjonalnej tożsamości cyfrowej jest dbałość o nasz obraz i filmy wideo.

https://i.ytimg.com/vi/sYOryshb5E0/maxresdefault.jpg

W Internecie znajdziemy wiele witryn internetowych służących do tych celów, ale zwracamy uwagę na Pinterest, Instagram i YouTube.

Pinterest opiera się na umieszczaniu naszych zdjęć na różnych planszach. Mogą być rozmieszczone zgodnie z naszymi potrzebami w różnych zbiorach odnosząc się do wydarzeń, hobby i innych. Inaczej mówiąc, Pinterest jest serwisem społecznościowym przeznaczonym do kolekcjonowania treści wizualnych.

Instagram został przejęty przez Facebook'a, gdy ten stał się liderem w przesyłaniu zdjęć. Jest bardziej zorientowany na osobiste ja, wynikające z mody na selfie. Ta sieć była wielką niszą rynkową w obszarze zdjęć osobistych.

I wreszcie, najważniejszą społeczną siecią dystrybucji wideo i rozpowszechniania reklamy jest YouTube, która to sieć została w 2006 roku przejęta przez Google. Umożliwia ona przesyłanie treści audiowizualnych i odtwarzanie ich na całym świecie. Stworzyła zjawisko związane z transmisją programów na żywo poprzez przesyłanie strumieniowe.
Youtubers to ludzie, którzy tworzą wideoblogi, dzięki którym mają oni stać się sławnymi lub przynajmniej wpływowymi ludźmi, żyjącymi dzięki reklamie generowanej przez wizyty na ich blogach.
Nasz profil zawodowy powinien być połączony z naszym wideocurriuculum i naszymi wybitnymi osiągnieciami tak, aby, były widoczne.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

4.3 SoloMo (Mobilny)

Zmieniamy się we wszechobecnych ludzi, którzy chcą być w kontakcie w dowolnym momencie i w dowolnym miejscu. Urządzenia przenośne umożliwiają nam osiągnięcie tego celu.

4.3.1 Smartfony / tablety

Te urządzenia otworzyły nam drogę do bycia w kontakcie przez 24 godziny 7 dni w tygodniu. Tzw. SOMOhybrydy to ludzie, którzy dzielą się niemal natychmiast w wirtualnym życiu, tym wszystkim co się dzieje u nich w rzeczywistości.

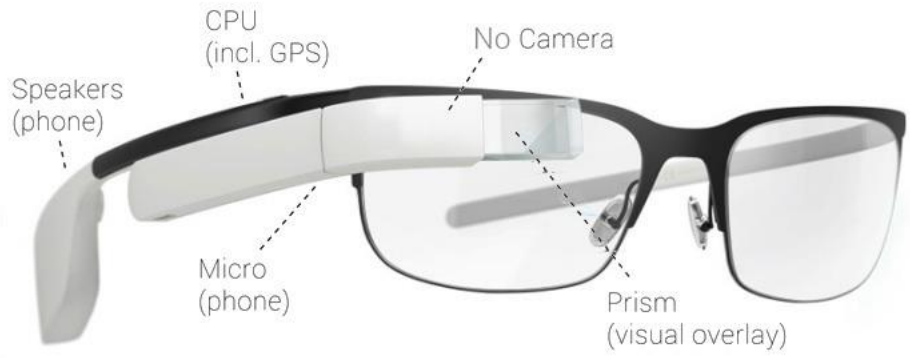
Po stworzeniu telefonu iPhone firmy Apple w 2007 r. wszystko zaczęło się zmieniać. Zamieniliśmy komputery stacjonarne na kieszonkowe komputery. Możemy telefonować jak zwykle, ale jednocześnie możemy zarządzać naszym programem, sprawdzać warunki pogodowe, instalować wszystkie typy aplikacji i możemy być połączeni z naszymi partnerami z sieci społecznościowych. Przeważnie za pomocą aplikacji Whatsapp czy też innych, gdy się pojawiają.

Tablety były kolejnym elementem, którego potrzebowaliśmy: w połowie drogi między smartfonami a komputerami stacjonarnymi. Pozwalają nam korzystać z Internetu, gdy potrzebujemy większych ekranów (wśród 8 "i 13"). Jako urządzenia dotykowe, tablety służą do zapisywania notatek, które mogą być wzbogacone o elementy multimedialne.

4.3.2 Sprzęt do noszenia/galanteria elektroniczna

Inną modą, która się teraz zaczyna, to rejestrowanie dodatkowych informacji. Ten trend jest znany jako Internet rzeczy.

Zaczyna się pojawiać nieskończona liczba nawet mniejszych urządzeń, które pozwalają nam śledzić np. nasze markery zdrowotne. Inne urządzenia łączą się z naszymi urządzeniami przenośnymi, na przykład zegarki są połączone przez Bluetooth lub inną konkretną technologię. Przemysł jest pełen mikro lub nano urządzeń, które będziemy także nosić przymocowane do ubrań, czy też do jakichkolwiek elementów w domu lub w miejscu pracy. Nie zapominajmy też o wczesnych prototypach Google Glasses.



https://c1.staticflickr.com/9/8782/17383574431_f9f1434704_b.jpg

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

5. Kontrola

To usługa wykrywania i powiadamiania o zmianach treści dostarczona przez firmę Google. W celu kontrolowania tożsamości cyfrowej istotne jest, aby wiedzieć, co mówi się o Tobie online. Istnieją pewne usługi internetowe, które ułatwiają kontrolę nad naszą tożsamością cyfrową. Usługi te obejmują:

5.1. Alerty

5.1.1 Alerty Google

Alerty Google to e-maile wysyłane do Ciebie, gdy zostaną znalezione przez Google nowe wyniki - takie jak strony internetowe, artykuły z gazety czy blogi - pasujące do wyszukiwanego hasła. Możesz używać Alerty Google do monitorowania czegokolwiek w Twoim imieniu
w Internecie. Ważne jest, aby utworzyć alert z Twoim imieniem i w ten sposób wiedzieć, co mówi się o Tobie w Internecie.

Po odwiedzeniu strony głównej Google Alerts należy wykonać następujące czynności:

- wpisz: wszystko lub najbardziej istotne
- jak często: to się dzieje (jeśli wysyła zbyt wiele e-maili, wybierz raz dziennie)
- objętość: wszystkie rezultaty - Opcja pokaże wszystko. Jeśli wysyła zbyt wiele alertów, wybierz "tylko najlepszy wynik" i Google wyśle tylko te wyniki, które Google uzna za pewne.
- Dostarcz na: Twój adres e-mailowy
- Możesz zawsze cofnąć się i edytować później alerty, jeśli jeden z nich stanie się zbyt uciążliwy, wysyłając za dużo wyników i za często.

5.1.2 Wgląd w YouTube/YouTube insight

Wgląd w YouTube to narzędzie analityczne i raportujące, które umożliwia każdemu posiadającemu konto na YouTube wyświetlanie szczegółowych statystyk dotyczących odbiorców filmów, które zamieszczają na stronie. YouTube Insight dostarcza informacji, które pomogą Ci lepiej zrozumieć odbiorców: kim są, skąd pochodzą, co oglądają i kiedy. Te informacje pomagają analizować Twój profil i określić, jak go najlepiej zoptymalizować. Obecna wersja YouTube Insight dostarcza poniższych informacji:

1. Liczba odsłon / względna popularność w interaktywnej linii czasowej
2. Informacje o tym, w jaki sposób ludzie zaczęli odkrywać Twój film wideo
3. Informacje demograficzne osób oglądających filmy wideo
4. Jak społeczność angażuje się w Twój film
5. Względne zainteresowanie widzów podczas oglądania Twoje wideo

5.1.3 Facebook Insight

Facebook Insights jest potężnym narzędziem dla tych, którzy chcą śledzić interakcje użytkowników na swoim Facebook Fan Page. Facebook Insights jest widoczne przez wszystkich administratorów Twojej strony i może pomóc Ci w lepszym poznaniu liczby aktywnych użytkowników.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

Korzystając z Facebook Insights, będziesz mógł ustalić najlepszy czas na wysłanie, najlepszy dzień tygodnia, w którym chcesz publikować oraz jaki rodzaj zawartości jest najbardziej popularny. To jest główna tabela, na której zobaczysz całkowitą liczbę polubień, całkowitą liczbę znajomych, liczbę osób aktywnie mówiących o Twojej stronie. Dzięki Facebookowi Insights możesz zobaczyć najnowsze posty. Szczególnie przydatne jest sprawdzenie, które posty były najbardziej udane oraz poszukiwanie nowych polubień.

5.2 Jak otwarty/towarzyski (How sociable)

HowSociable zapewnia prosty sposób pozwalający na zbadanie jaki jest wpływ Twojej marki na media społecznościowe. Nie wymaga konfiguracji od naszych użytkowników, tylko kilka sekund oczekiwania, podczas których analizuje obecność profilu w celu obliczenia wyników. Funkcja HowSociable wskazuje poziom aktywności marki w danym tygodniu. Zakres wynosi od 0 do 10. Punktacja zero oznacza, że aktywność w Twoim profilu wynosi zero lub jest bliska zeru. Wynik 10 oznacza, że profil nasyca sieć społeczną i będzie prawdopodobnie rozpoznawany przez wszystkich, którzy ją wykorzystują. Przedmiotowe narzędzie umożliwi identyfikację mocnych i słabych stron, wyznacza cele i poprawia jakość.

5.3 Tweetreach

Tweetreach dostarcza zestaw wskaźników, które pomogą Ci zrozumieć jaki wpływ i zasięg ma Twój pomysł na Twitterze. Twitter to o wiele więcej niż to, ilu masz naśladowców. Analityka może pomóc Ci zrozumieć, ile osób widzi tweety na Twoim profilu i kto o tym mówi.

TweetReach mierzy liczbę osób, które oglądały tweety na temat czegoś, a także ile było generowanych wszystkich wyświetleń. Uzyskasz też więcej informacji na temat tweetów i ludzi, którzy tweetowali dany temat.

6. Jak poprawić

Jeśli uważasz, że tworzenie cyfrowej tożsamości i reputacja online to najtrudniejsze zadania, to nie jest to prawda. Teraz gra się wpisem, dlatego musisz ciągle doskonalić i utrzymywać praktycznie codziennie wszystko to, co do tej pory stworzyłeś. Będzie to proces cykliczny, każdego dnia będziesz musiał starać się pokazać światu własną markę (wraz z Twoim życiorysem i portfolio) jako idealną, po to aby uzyskać ofertę pracy oferowana przez firmę.

Pokażemy Ci narzędzia służące poprawie i utrzymaniu kont w różnych sieciach społecznościowych, w których zdecydowałeś się aktywnie uczestniczyć. Nie warto rejestrować się, po to aby pozostawić konto nieaktywne po jej zakończeniu, najlepiej dokonywać rejestracji w serwisach społecznościowych lub w nowych serwisach, jeśli wiemy, jakie będziemy mieć z nich korzyści, w ten sposób będziemy mogli wypełnić dane rejestracyjne ciekawą treścią, dodającą wartość społeczności.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

http://hotelperunews.com/wp-content/uploads/2015/08/HS_reputacion_online.jpg

6.1. Hootsuite

Hootsuite (https://hootsuite.com) to panel do zarządzania mediami społecznościowymi. Możesz użyć Hootsuite do zarządzania wszystkimi sieciami społecznościowymi z jednego miejsca. Użytkownicy mogą zaoszczędzić cenny czas, łącząc swoje konta Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Foursquare, WordPress pod parasolem HootSuite i korzystając z wygodnej funkcji planowania.

6.2. Tweetdeck

TweetDeck ma na celu umożliwienie użytkownikom tworzenia nowych rzeczy, których nie mogą zrobić w interfejsie Twitter, np. wysyłanie tej samej wiadomości na wiele kont, śledzenie ich ostatnich haseł i zarządzanie wieloma kontami społecznościowymi, w tym Facebook, Foursquare i oczywiście Twitter). TweetDeck jest doskonałym narzędziem dla firm. Jest to szczególnie przydatne do zarządzania kontami Twitter. Możliwość wstępnego księgowania jest również przydatna, ponieważ stałe aktualizacje są ważne dla budowania marki poprzez sieci społecznościowe.

Oto kilka funkcji TweetDeck, które udoskonalają Twitter, tworząc z niego bardziej wydajne narzędzie biznesowe:

1. Wiele wiadomości do jednej wiadomości: jest idealna dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), ponieważ umożliwia stałą aktualizację konta (bez ręcznej aktualizacji).
2. Kurczący się: Jest przydatny dla osób, które zwykle pisują długie komentarze. TweetDeck pomaga osobom nie przekroczyć limitu 140 znaków, zastępując słowa liczbami, skracając je itp.
3. Tłumaczenie z Tweetdeck: jest to przydatne narzędzie, szczególnie jeśli robisz transakcje biznesowe z innymi krajami.
4. Filtrowanie słów kluczowych: opcje wyszukiwania TweetDeck są lepsze niż funkcje Twittera. Możesz filtrować tweety według słów kluczowych, jak również według źródła, nazwy i czasu.
5. Integracja social media: jest to jedna funkcja TweetDeck, którą musi utrzymać Twitter. Ta usługa pozwala użytkownikom zarządzać wieloma kontami społecznościowymi - takimi jak Facebook czy LinkedIn, o tej samej witrynie. Jeśli Twitter usunie tę opcję, użytkownicy będą narzekać.
6. Klient biurkowy: klient desktopowy TweetDeck jest atrakcyjny, zorganizowany i czysty.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

7. Przykłady

Korzystając z listy 30 najbardziej wpływowych ludzi w Internecie zbadamy 4 profesjonalne profile

Barack Obama

Łatwo jest przytoczyć fakty dotyczące wirtualnego wpływu prezydenta: jest najbardziej lubianym liderem na Facebooku; najbardziej światowym liderem na Twitterze; I uczynił stronę "Ask Me Anything" najczęściej odwiedzaną w historii Reddit. Ale co bardziej imponujące, Obama potrafi sobie coś przypomnieć, aby nadać sprawom bieg. W zeszłym miesiącu wylądował na kamerach BuzzFeed z kijem samoprzylepnym - pomiędzy innymi rekwizytami – po to aby przypomnieć osobom urodzonym na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych, że mają zapisać się na ubezpieczenie zdrowotne w ramach Ustawy- Affordable Care Act. W ciągu kilku dni, film został wyświetlony ponad 50 milionów razy. - Olivia B. Waxman

Joy Cho

35-letni blogerka poświęciła swoją wiedzę projektową na stworzenie swoistego imperium stylu życia "Oh Joy!", obejmując Pinterest (gdzie ma 13 milionów zwolenników), YouTube (gdzie pisze samouczki projektowania DIY), Instagram, Facebook, Twitter i tak, nawet staromodne książki. Niedawno rezydentka L.A. zaczęła tworzyć produkty z takimi markami, jak Land of Nod and Target, gdzie wiele elementów ze stworzonej przez nią kolekcji wystroju wnętrz zostało szybko wyprzedanych. W maju wyda linię wzorzystych pasków dla Johnson & Johnson.

Shakira

Może nie być osobiście zaangażowana w media społecznościowe tak jak część jej rówieśników, ale nie można zaprzeczyć jej kapitału społecznego. Dwukrotna laureatka nagrody Grammy zaprasza 107 milionów fanów na Facebooku - więcej niż jakakolwiek inna osoba na tej stronie, w tym Prezydent Obama i Taylor Swift - dając jej niezrównaną platformę do promowania pracy i jej przyczyn. Post z 2013 z prośbą o oddanie pieniędzy na "Światowy prysznic dla niemowląt" UNICEF pochwaliło 1,3 miliona osób, miał prawie 90 000 udostępnień i pomógł zdobyć wystarczającą ilość pieniędzy na zapewnienie 80 000 szczepionek przeciwko polio i czterech ton żywności dla dzieci na całym świecie.

Neil Gaiman

Neil Gaiman jest najlepiej sprzedającym się autorem, nagradzanym scenarzystą i producentem. W Internecie prezentuje swoje powieści oraz różne filmy, w które jest zaangażowany. Jego strona ma charakter zarówno osobisty, jak i zawodowy, odpowiadając w ten sposób oczekiwaniom odbiorców. Odwołuje się do poczucia „wiecznego dziecka”, żartując sarkastycznie, iż pewnego dnia znajdzie prawdziwą pracę. W ten sposób zdobywa publiczność, ponieważ wiele osób czuje podobnie. Jego zdjęcie profilowe może wydawać się osobiste, ale w rzeczywistości jest to jego najnowszy tytuł "Na szczęście Mleko".Neil Gaiman

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

8. Wznowienie i planowanie

Sieci społecznościowe ujawniają Twoją osobowość i Twoją profesjonalną postawę, mogą przyczynić się do sukcesu Twojej kariery, a także jej końca. To wymaga nie popełniania kolosalnych błędów...

1. Brak planu lub istnienie w sieciach bez celu;
2. Pomimo tego, że sieci społecznościowe są bezpłatne mogą kosztować zarówno czas, jak i pieniądze, zwykłych użytkowników, jak i przedsiębiorstwa, jeśli nie są używane przez nich poprawnie. Najważniejszym krokiem jest określenie, jaki jest cel i do kogo chcesz dotrzeć za pomocą tego narzędzia;
3. Robienie wszystkiego na raz - po planach strategicznych rzeczą naturalną jest, aby jednocześnie wdrożyć wszystkie działania, co może ostatecznie doprowadzić do przeciążenia. Wcześniej wyszukaj, które sieci najlepiej zrealizują Twoje cele;
4. Nie mierz zysku, jaki musi zwrócić inwestycja - zanim zaczniesz używać, określ swoje cele i sposób w jaki możesz monitorować ruch w sieciach społecznościowych. Większość z nich ma narzędzia do określania zakresu regionów demograficznych i monitorowania, gdzie są użytkownicy Twojego profilu i do ilu osób on przemawia;
5. Brak umieszczenia istotnych informacji w profilach - ważne jest to, aby wypełnić wszystkie pola informacji w profilach, ponieważ określają, kto znajduje się w wynikach wyszukiwania w Internecie. Profile w sieciach społecznościowych często zawierają kilka dziedzin, które obejmują informacje o użytkowniku, zdjęcia i logo itp. Wielu użytkowników ma w zwyczaju wypełniać tylko najważniejsze części, co kończy się pozostawieniem profilu w niepełnym wymiarze. Im pełniejszy jest Twój profil, tym większe szanse na znalezienie;
6. Zaniedbywanie opinii innych – szukaj interakcji z innymi. Jeśli byłeś w sytuacji, gdy tylko jedna osoba mówi i nie daje możliwości wypowiadania się innym, już wiesz, że to jest irytujące. W sieciach społecznościowych dynamika jest taka sama: jeśli użytkownik tylko się promuje i nie współpracuje z innymi, może to zakończyć się utratą zwolenników. Więc jeśli ktoś wpisze komentarz do Twojego profilu lub coś zamieści, nie zapomnij odpowiedzieć;
7. Usuwanie negatywnych komentarzy lub krytyki - są użytkownicy, którzy używają sieci społecznościowych po to, aby narzekać lub krytykować niektóre działania lub postawy. W większości przypadków pierwszą reakcją jest usunięcie komentarza. Jednak po usunięciu wiadomości użytkownicy mogą myśleć, że próbujesz coś ukryć i udawać, że zawsze masz pozytywny obraz. Zamiast usuwać posty, spróbuj im grzecznie odpowiedzieć i poczekaj także na obronę innych;
8. Niewłaściwe używanie sieci może również zniszczyć Twoją karierę - nie usuwaj wiadomości z krytyką o sobie, zamiast tego starają się zrozumieć, kto skrytykował i dlaczego inni Cię krytykowali. Przekonaj ich, aby napisali dokładnie odwrotnie;
9. Nie przejmuj się już istniejącymi profilami - wykonuj ciągłe wyszukiwania w Internecie, aby zobaczyć, gdzie znajdują się informacje o Tobie. Czy wiesz, że wiele informacji o Tobie istnieje już w Internecie bez Ciebie? Proste wyszukiwanie może wyświetlać profil Google Miejsca, firmy telefoniczne i witryny internetowe z informacjami, które umożliwią kontakt z Tobą. Ważne jest, aby te profile były aktualne, ponieważ nawet bez strony internetowej lub profilu w sieciach społecznościowych, pracodawca znajdzie je w wyszukiwarkach;
10. Brak czasu na aktualizację profili - budowanie marki w Internecie wymaga czasu i poświęcenia. Aby rozwinąć sieć kontaktów online, musisz przygotować się na poświęcenie kilku minut dziennych, aby zaktualizować wszystkie profile. Jeśli uważasz, że nie będziesz

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.

miał czasu na bieżące aktualizowanie sieci społecznościowych, najlepszą rzeczą jest nie zaczynać tej strategii.

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

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects 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.