

Közösségi média és Instagram a politikai ifjúsági munkában

Bevezetés a gyakorlathoz
írta Ariane Olek (Hochschule Niederrhein)



CHAMPIONS

Cooperative Harmonised Action Model
to Stop Polarisation in Our Nations



This project was funded by the European Union's Internal Security Fund — Police.

PATRIR



ibp
INSTYTUT
BEZPIECZENSTWA
SPOŁECZNEGO



Budapest Centre
FOR MASS ATROCITIES PREVENTION



**cultures
interactive**
Verein zur Interkulturellen Bildung
und Gewaltprävention e.V.



POLITICAL CAPITAL
POLICY RESEARCH & CONSULTING INSTITUTE



Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Az útmutatóról

Az ifjúság online életet él

Mindenkit érdekel a közösségi média, de különösen népszerű a fiatalok (és a reklámcégek) körében. Eleddig ismeretlen kommunikációs formákat tesz lehetővé: időtől és helytől független, bármilyen nyelven történő, bármilyen témát érintő kommunikációt. A legtöbb szolgáltatás ingyenes és, ha arra van igény, névtelen is. Mindez az internet számos egyéb előnye mellett azonban negatív fejleményekkel is társul: a felhasználók a diszkrimináció különféle formáit tapasztalhatják meg, mint például a szexizmus vagy a rasszizmus, gyűlöletbeszédrel találkozhatnak, számítógépes zaklatás és más bűncselekmények, például személyes adatokkal való visszaélés áldozatai lehetnek. A felhasználók áldozatként és elkövetőként is viselkednek.

A közösségi média révén tehát a mai ifjúsági munka is új lehetőségekkel és új veszélyekkel szembesül.

Kinek szól ez az útmutató?

Az útmutató a közösségi média világába való bevezetését segíti mindazoknak, akik fiatalokkal dolgoznak. E célból a kézikönyv az általános bevezetésen és a mindennapi életben alkalmazható műveletekkel kapcsolatos konkrét javaslatokon túl egyéb irodalommal és linkekkel szolgál további mélyreható tanulmányozáshoz.

Habár az útmutató alapvetően az Instagram nevű fénykép megosztó

közösséggel foglalkozik, számos tipp más közösségi hálózatokhoz is alkalmazható.

Fontos, hogy tisztában legyünk azzal, hogy a közösségi média se nem egy absztrakt, elméleti keretrendszer, se nem futó, rövidéletű trend az ifjúság körében. Az ideális hozzáállás az, hogy magunknak is részeseivé kell válnunk ahhoz, hogy kifejlesszük a médianak e formájával kapcsolatos szakmai kompetenciánkat, és ez által képessé váljunk még jobban belehelyezkedni a fiatalok mindennapi világába.

Ha intézménye illetve ön mégis úgy dönt, hogy nem használják aktívan a közösségi médiát, az útmutató mindazonáltal számos hasznos alapismeretet nyújthat a témában, melyek remélhetőleg az ön segítségére lehetnek.

Néhány szó a CHAMPIONS-ról

Az útmutató a CHAMPIONS (CHAMPIONS - Cooperative Harmonized Action Model to Stop Polarisation in Our Nations) nevű EU-projekt keretében készült. A projekt fő célja, hogy olyan együttműködési modelleket dolgozzon ki, melyek alkalmasak első vonalbeli szakemberek közötti munkacsoportok létrehozására. Az offline megközelítés együttműködést elősegítő online eszközökkel, valamint szakképzésekkel és digitális szolgáltatásokkal párosul. További információt találhat a projekt hivatalos weboldalán: <https://www.championsproject.eu/hu/>



Miért releváns ez a téma?

Egyre több serdülőkorú fiatal rendelkezik okostelefonnal, és használ közösségi médiát. Kihasználják a kommunikációs előnyöket, s eközben egy globális közösség részévé válnak. Ugyanakkor problémás helyzetekben találják magukat, például konfliktusba alakul ki köztük és más felhasználók között, vagy életkoruknak nem megfelelő tartalommal kerülnek kapcsolatba (pornográfia, erőszak).

A szülőktől, tanároktól, szociális és ifjúsági munkát végzőktől gyakran távol állnak a fiatalok online tevékenységei, részben azért, mert nincsenek ismereteik, illetve nincs meg bennük a személyes érdeklődés a tárggyal és annak inherens változékonyságával kapcsolatban, részben - különösen a mindennapi szakmai életben - egyszerűen azért, mert nincs rá idejük.

A közösségi média diskurzusán belül több indokolt aggály került megfogalmazásra, többek között az adatvédők részéről. Mindazonáltal ha óvatosan használják, a közösségi média aktív intézmények általi használata számos előnnyel jár az (első sorban politikai ismeretekkel kapcsolatos) ifjúsági munka terén, amelyek túlmutatnak pusztán az aktív felhasználás hasznán. Ez pedig már erős érvnek tekinthető: **csakis a kérdéskörrel való aktív foglalkozás révén fejleszthető ez a feltétlenül szükséges (médiá)kompetencia.**

Az alábbi érvek mind az Instagram szakmai jellegű használatának hasznosságát indokolják az ifjúsági munka terén.

- ✓ **Kapcsolatépítés és intézmények közötti együttműködés:** a platformon immár számos más intézmény, szervezet, politikai, üzleti, kulturális és médiához kapcsolódó szereplő is aktívvá vált.
- ✓ **Reklám és munkaerő-toborzás:** Rendezvényeket, workshopokat, vagy tanfolyamokat, programokat, akár új szórólapok révén könnyedén hirdethetünk meg, vagy dokumentálhatunk fényképekkel. Ezen kívül igen egyszerű módja a megüresedett állások és gyakornoki posztok meghirdetésének.
- ✓ **Hasznos a mindennapokban:** Az Instagramot könnyen a Facebook-hoz kapcsolható. Ha közzéteszünk valamit Instagramon, az üzenet automatikusan megjelenik a hozzá kapcsolódó Facebook profilon.
- ✓ **Multifunkciós:** az Instagram számos műveleti lehetőséget kínál, és folyamatosan fejlődik. Jelenleg (2019 őzétől kezdve) fotókat, fotósorozatokat, videókat, GIF animációkat, kérdőíveket, akár több fordulás kvízzjátékokat és (chat-el vagy a nélküli) élő közvetítéseket lehet közzétenni.
- ✓ **Ingyenes használat**
- ✓ **Egyszerű, ösztönösen elsajátítható** az okostelefonon keresztül

Bevezetést ad a közösségi médiába



Számok, adatok, tények

A közösségi média színtere legtöbbször egy-egy közösségi hálózat. Ezeket a következő jellemzőkkel lehet azonosítani:

- ✓ Használatukhoz előzetes **regisztráció** szükséges. Ha ez megvan, a bejelentkezés már mindig az adott felhasználónévvel (vagy e-mail címmel, telefonszámmal) és jelszóval történik.
- ✓ A felhasználók saját **profiloldalt** tartanak fenn, melyeken többé-kevésbé az őket jellemző információkat szerkeszthetik (lakóhely, hobbi, kapcsolattartási lehetőségek stb.). Az információk részletessége a hálózattól és a felhasználók preferenciáitól függ.
- ✓ Világos módon jelzik a felhasználó közötti **kapcsolatokat**, például hogy követik-e egymást, barátok, ismerősök-e, illetve rokonok vagy kapcsolatban állnak-e egymással.
- ✓ Saját felhasználóinak folyamatos bővítése érdekében a rendszer mindig **új potenciális ismerősöket** javasol, például közös ismerősök, hasonló lakó- vagy munkahely, illetve érdeklődési kör alapján.



Globális felhasználói adatok (a 2019-es évtől)

A világon szinte minden harmadik ember használ közösségi médiát. Ez a világ lakosságát tekintve körülbelül 2,8 milliárd fő.









A világ legnépszerűbb közösségi hálózatai (válogatás) milliárdokban (a 2019-es évtől)

Facebook	2.4
YouTube	2.0
WhatsApp	1.6
Instagram	1.0
Tik Tok	0.5
Twitter	0.3
SnapChat	0.3




Ki? Hogyan? Mit?

Egy kis áttekintés (1/3)

Platform neve (ábécé sorrendben)	Általában mire használják?	Tudnivalók
Discord 	Audio-, video- és chat révén történő kommunikáció alapvetően a videojátékok témakörben. A Discord-on való kommunikáció általában egyetlen videojáték több játékos általi használata közben történik. Ezen kívül a közösségi és (zárt) csoportokon belüli használat is lehetséges.	
Facebook (& Messenger)  	Célja a felhasználók, vagyis természetes személyek, intézmények és márkákat képviselő cégek profiljai közötti kapcsolatépítés. A kommunikáció történhet csoportok között, kommentek vagy hangulatjel formájában, pl. a "tetszik" (hüvelykujjat feltartó hangulatjellel). Lehetséges tovább média anyagok illetve a saját helyzet megosztása. További kiegészítő lehetőség a Messengeren történő kétszemélyes vagy csoportos csevegés.	
Instagram 	Részlegesen módosítható fotók és rövid videók megosztása, lejátszása és értékelése (a "tetszikkkel"). Chat funkcióval kiegészített élő közvetítés adható. Mások képei "idézhetők", vagyis újra posztolhatók.	A Facebook üzleti csoport része. Az adatokat valószínűleg egy megosztott szerveren tárolják.
LinkedIn 	Szakmai jellegű kapcsolatépítés csoportos kommunikáció, (nemzetközi) álláskeresés és munkaerő toborzás formájában.	
Pinterest 	Digitális hirdetőtábla gyakran téma szerint rendezett képekkel, linkekkel és ötletekkel (gyűjteményekkel). A felhasználók közötti kapcsolatépítés.	Regisztráció nélküli használatuk szinte lehetetlen.




Ki? Hogyan? Mit?

Egy kis áttekintés (2/3)

Platform neve (ábécé sorrendben)	Általában mire használják?	Tudnivalók
Snapchat 	Virtuális médianapló első sorban fényképek és videók számára, melyek legfeljebb 10 másodperc hosszúak lehetnek, más felhasználók által is megtekinthetők, de kommentel el nem láthatók. Nagy számban jelennek meg és elérhetők a nap 24 órájában olyan "történetek", amelyek több ún. snap (azaz "kattintás") sorozatából állnak. Szintén népszerű a filter szolgáltatás (pl. aranyos kutyák), melyekkel az egyes képek vagy videók kiegészíthetők.	Nem megengedett, ámde van rá lehetőség, hogy mások történeteit rögzítsük, tároljuk és terjesszük. A felhasználási feltételek elfogadásával a felhasználó feljogosítja a Snapchatet arra, hogy a tartalmakat tárolja, felhasználja, módosítsa és közzétegye.
Tik Tok 	Szájmozgáshoz igazított, elsősorban zenei playbacket bemutató, 15 másodperces videoklipek készítése, esetlegesen színészi játékot vagy táncot tartalmazó közjátékokkal, melyeket a felhasználó saját okostelefonjával rögzít. Lehetőség van továbbá élő közvetítést adni és más felhasználókkal interakcióba lépni.	2018-ig "musical.ly" néven működött. A klipek megtekintése regisztráció nélkül is lehetséges, tartalmak feltöltéshez és a többi felhasználóval való interakcióhoz azonban saját profil szükséges.
Twitch 	Élő közvetítés adása alapvetően a videojátékok témakörben. Chaten keresztüli kommentek révén interakció is lehetséges.	Az Amazon tulajdonában van.

Ki? Hogyan? Mit?

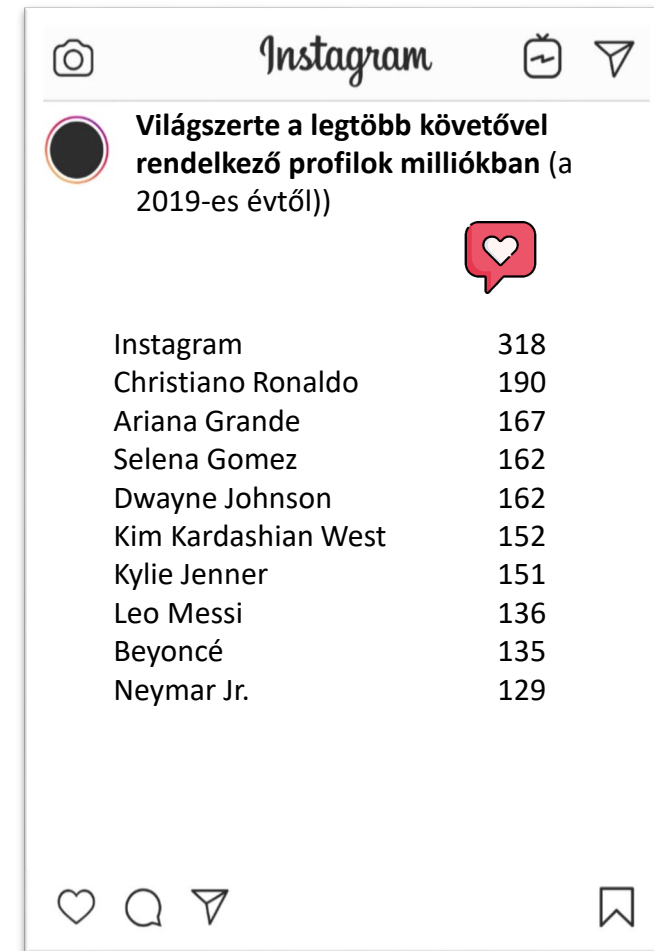
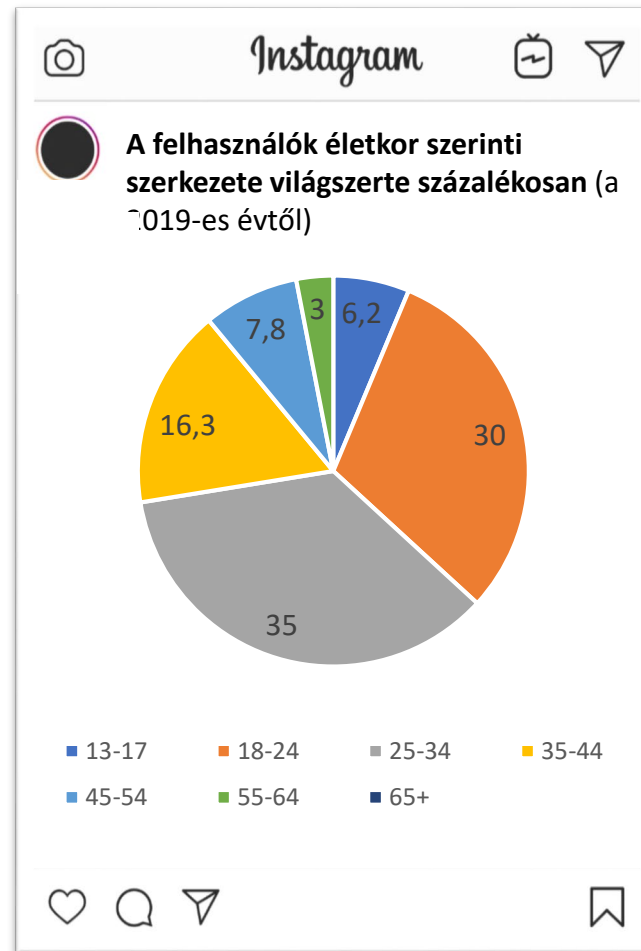
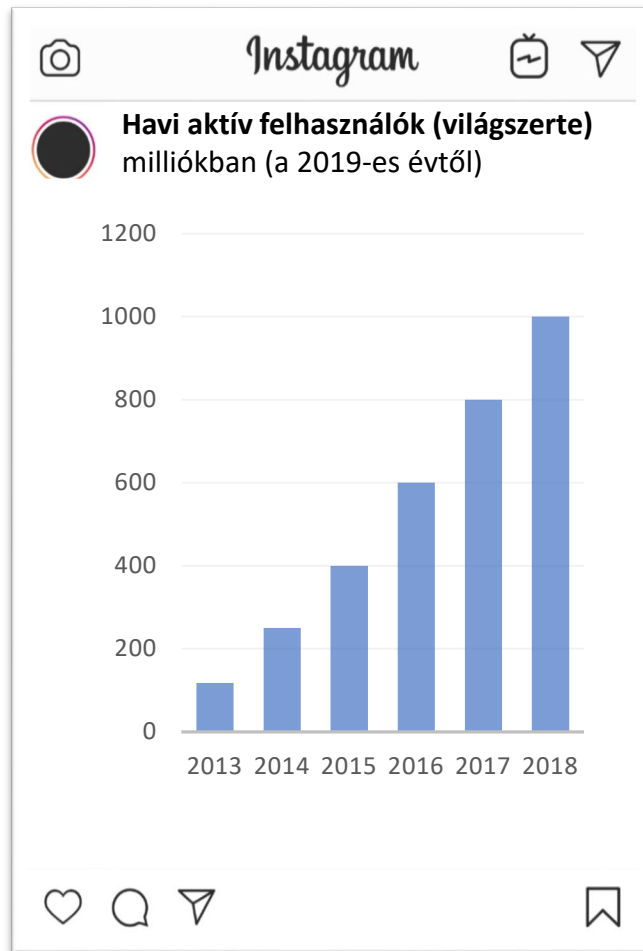
Egy kis áttekintés (3/3)

Platform neve (ábécé sorrendben)	Általában mire használják?	Tudnivalók
Twitter 	Rövid üzenetek küldése (egyenként legfeljebb 280 karakter). Kapcsolatépítés más felhasználókkal (a "követés" opció segítségével). Lehetséges ezen kívül "idézni" ("retweet-elni") mások üzeneteit, illetve kulcsszavak / hashtagek (#) szerint keresni.	Gyors hírközvetítése képessége miatt igen népszerű platform újságírók és média szakemberek körében.
WhatsApp 	Egyéni és csoportos chat lehetőség írott vagy beszélt üzenetekkel. Média tartalmak illetve saját helyzet közzététele is lehetséges. A közelmúltban lehetőség nyílt továbbá a felhasználói "állapot" révén fotókból vagy videókból álló sorozat megosztására.	A Facebook üzleti csoport része. Az adatokat valószínűleg egy megosztott szerveren tárolják. A profilkép és a megosztott "állapot" minden WhatsApp felhasználó számára látható (illetve például ügyfelek számára is, akikkel a WhatsApp-on kommunikálunk).
YouTube 	Videók megtekintése, készítése, kommentálása és megvitatása. A felhasználók követhetik saját kedvenc csatornáikat. A tartalmakat professzionális YouTubers felhasználók, zenészek és zenei kiadók, műsorszolgáltatók, vállalatok, intézmények és magánszemélyek is készíthetnek.	A videók megtekintése regisztráció nélkül is lehetséges, a video feltöltés és a többi felhasználóval való kapcsolattartás azonban felhasználói profilhoz kötött. A YouTube csatornák üzemeltetői a megtekintett videók és előfizetők számával arányosan pénzt is kereshetnek.

Fókuszban az Instagram



Instagram tájékoztató



Kifejezések és témakörök



Személyes és egyéb felhasználói adatok védelme



A mindenki számára hozzáférhető és általában a regisztráció feltételeként szolgáló, összehangolt normák és szabályok elfogadásával a felhasználók kötelezik az üzemeltetőket, hogy a rájuk bízott személyes adatokat különös gonddal kezeljék. Ez olykor működik is, olykor viszont kevésbé, amint azt az elmúlt évek adatlopással kapcsolatos különféle eseményei tükrében tapasztalhattuk. Az EU-n belül 2018 májusa óta a GDPR általános adatvédelmi rendelet révén szigorúbb szabályok léptek érvénybe. Az alábbi javaslatok és tippek további védelmet nyújthatnak.

Ügyeljünk a kép- és video felvételekkel

Fotók (és videók) megosztásakor legyünk tisztában azzal, hogy ki szerepel a képen és mit ábrázol a kép. Elvben minden személynek rendelkezési joga van az őt ábrázoló képek felett, vagyis a közzétételhez az ábrázolt személy hozzájárulására szükséges. Kiskorúak esetében ez a szülő vagy gyám hozzájárulását jelenti. Annak ellenére, hogy egy közzétett fényképet töröltünk, az üzemeltető szerverén megmaradhat, illetve más felhasználók menthették, és tovább terjeszthetik. Ezért ajánlatos előzőleg alaposan megfontolni minden közzétételt.

Átgondoltan osszuk meg információkat

Személyes adatok közzététele kapcsán legyünk visszafogottak! A közösségi médiára különösen igaz, hogy az ember sokat elárulhat magáról (pl. hobbi, lakóhely, munka és képzettség, foglalkozás, tartózkodási hely, e-mail cím és telefonszám) anélkül, hogy erre köteleznék. Ezen felül a túlzott nyitottság ehelyett sokkal inkább tanácsolt, például a felhasználónév és a profilkép adta lehetőségeket kihasználva, a konkrét teljes név használatának a kerülése.

Használjunk biztonságos jelszavakat

Minden internetes felhasználói fiókunkhoz használjunk különböző jelszót, amelyek mind-mind egyformán kibogozhatatlanok és lehetőleg minél hosszabbak legyenek! Egyszerre használjunk kis- és nagybetűket, számot és speciális karaktereket! A jelszavakat soha ne tároljuk a számítógép vagy a böngésző memóriájában, és rendszeresen cseréljük őket! Mindig rendesen jelentkezzünk ki, és ne csak zárjuk be a böngésző ablakot!

A böngésző konfigurálása

Számos webhely úgynevezett sütik segítségével nyomon követi és tárolja a felhasználók tevékenységére vonatkozó adatokat. Ugyanakkor különböző beállítások révén több böngésző is lehetőséget biztosít ennek a gyakorlatnak a kiküszöbölésére, illetve ingyenes telepítésre kínál fel úgynevezett kiegészítőket (ad-ons).

Egy tipp a biztonságos jelszóválasztáshoz

Alkossunk karaktersort egy kedvelt dalunk első sorának betűiből, melyben néhány betűt számmal helyettesítünk (1 = i, 4 = A, 5 = S stb.)!

További ingyenes információkat találhat több nyelven is a **Safer Internet Day** ("Biztonságosabb Internet Napja") webhelyen: <https://www.saferinternetday.org>



Álhírek



Mi az álhír?

Az álhír szándékosan terjesztett pletyka vagy igaztalanság, amely valódi felhasználók vagy automatizált programok révén gyorsan terjed a közösségi médián keresztül.

Az álhír gyakran szokványos, szakszerűen megírt és ellenőrzött háttérinformációkkal alátámasztott újságcikkeknek tűnhet, mely állításainak hitelességét manipulált képek, illetve hamis vagy irányítottan tervezett tanulmányokból származó statisztikák formájában adott bizonyítékokkal, esetleg szakértői véleményekkel próbálja igazolni. Ezért az álhírek olykor csak nehezen leleplezhetők nem csupán fiatalok, de felnőttek számára is, és felismerésük magas szintű médiakompetenciát illetve kritikai gondolkodást igényel.

Ismerje fel és leplezze le az álhíreket

Ezzel a négy lépéssel ellenőrizheti az üzenet valóságát:

- ✓ **Ellenőrizze a forrásokat:** Ki írta a cikket? Mely médiumban publikálták? Pártatlan az írás, avagy reklám jellegű (pl. egy cég megbízásából született)? Mindig hasznos rákérdezni: kinek a javát szolgálja a beszámoló?
- ✓ **Ellenőrizze a tényeket:** Miről szól a cikk? Más orgánumban is beszámolt róla? Ha igen, miben vannak hasonlóságok illetve különbségek? Figyeljünk arra, hogy találunk-e egyező vagy nagyon hasonló megfogalmazásokat! Ilyenkor gyakran lemásolhattak egy adott cikket, vagy valahonnan kiküldték több orgánumnak (előfordulhat közreműködő szerkesztőségek esetében).
- ✓ **Ellenőrizze a képeket:** Valóban megfelel a kép a cikk tartalmának? Előfordulhat, hogy retusált képről van szó, több motívum kollázsáról, vagy egy-egy olyan részlet, amely nem a teljes kép lényegét ragadja meg. Ehhez például használhatja a Google fordított keresését.
- ✓ **Ellenőrizze a keletkezési dátumot:** Vajon a cikk vagy az abban szereplő információk naprakészek, vagy esetleg születtek azóta újabb beszámolók illetve megállapítások?



Gyűlöletbeszéd



A **gyűlöletbeszéd** az egyének vagy egész csoportok szóbeli megkülönböztetésére utal, amely bár nem kizárólag a közösségi médiában fordul elő, ott egyre gyakrabban (és nyilvánosan) tapasztalható. A gyűlöletbeszéd egyének vagy egész csoportok ellen irányul vagy valós jellemzőik, például életkoruk, nemük, szexualitásuk, nemzetiségük, bőrszínük, társadalmi helyzetük vagy fogyatékoságuk miatt. Gyűlöletbeszédnek minősül az erőszakra és gyűlöletre, vagy bizonyos személyek vagy csoportok társadalmi kirekesztésére irányuló felhívás is.

Mit tehet, ha a neten gyűlöletbeszédet észlel?

- ✓ **Legyen szolidáris** az érintettekkel, például az által, hogy pozitív töltetű, jól eső kifejezésekkel, támogatólag lép fel a vitában.
- ✓ **Szólaljon fel** az elkövetők ellen például kérdésfeltevések révén (források megnevezésével), tények felsorolásával, humorral, stb.
- ✓ **Jelentse** az esetet a honlap üzemeltetőjének!
- ✓ **Dokumentálja** az eseményt (pl. képernyőkép mentésével)! Ez rendőrségi bejelentés esetén lehet fontos.
- ✓ **Védje magát**, pl. külön profillal, melyet kizárólag gyűlöletbeszéd elleni felszólalásokhoz használ!





Internetes zaklatás

Az **internetes zaklatás** számos jegyét tekintve hasonlít a gyűlöletbeszédhez, ám időbeliségének tekintetében különbözik tőle, amennyiben a zaklatásnak ez a formája - offline és online is - hosszabb időn keresztül zajlik. Ide tartoznak a különböző sértések, verbális zaklatási módok, és az interneten, így például a közösségi médián is történő hazugságok terjesztése. Az áldozatok és az elkövetők gyakran ismerik egymást, például az iskolából vagy a munkahelyről.

Az internetes zaklatás a gyűlöletbeszédhez hasonlóan a közösségből vagy (chat)csoportból való kirekesztéshez vezethet.



Jogi szempontok

Az internet nem jogi vákuum. Az alábbi normák erről adhatnak bizonyosságot. Bármily kérdés vagy esetlegesen felmerülő gyanú esetén, kérjük, vegye fel a kapcsolatot a legközelebbi tanácsadó központtal, vagy egy online központtal.

Némely törvény különösképpen releváns a gyűlöletbeszéd, a jobboldali szélsőség és a rasszizmus kapcsán.

Javaslatok gyakorlati alkalmazáshoz



Kulcskérdések a közösségi media intézményen belüli alkalmazásához



Mi az Instagram használatának **célja**?

Szolgáltatások reklámozása, tevékenységek dokumentálása, oktatási és civil tevékenység végzése, más intézményekkel való kapcsolatépítés, célcsoportokkal való kommunikáció, munkaerő toborzás, stb.



Mely témakörökben legyünk aktívak (és melyekben nem)?

Csak a saját projektjeinkről, vagy másról is beszámoljunk (pl. helyi eseményekről, más intézmények és kezdeményezések releváns projektjeiről)? Reflektáljunk-e (napi szinten) politikai és társadalmi témájú hírekre (pl. választások vagy egyéb jelentős eseményekre)? Adjunk-e rálátást saját szervezetünk működésére (kik dolgoznak benne, milyen típusúak a feladataink, hogyan állítunk össze például egy brosúrát vagy tanfolyamot), és - egyeztetést követően! - kiadjunk-e információkat (szöveget, képet) az alkalmazottjainkról?

Íme, néhány ötlet a legelső közzétételeinkhez: az intézmény (és alkalmazottjainak) bemutatása; az összes (létező és hamarosan megjelenő) kiadványunk és hirdetésünk bemutatása/népszerűsítése; évfordulók, születésnapok, tematikus hetek és események, helyi / regionális és történelmi történeteket bemutatása.



Ki legyen a felelős?

Legbölcsebb, ha a profilunknak 1-2 állandó felelőse van, akik annak tartalmára és állapotára folyamatos rálátással bírnak. Őket lássuk el Instagrammal rendelkező (intézményi) okostelefonnal, valamint szerkesztői jogosultsággal, mely lehetővé teszi a posztok (képek, szövegek, hashtagek és a helymeghatározási állapot) áttekintését és kezelését a közzététel sorrendje szerint! Ha egy képet közzéteszünk, azaz “posztolunk”, azt a szerkesztői felületen szín hozzáadásával jelöljük “késznek”!

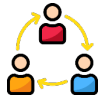
Fontos: A közösségi médián való aktív jelenlét nem lehet mellékes tevékenység. Meghatározott mértékű időforrást kell biztosítani a kezdeti lépések megtétele, a folyamatos fejlesztések, valamint a közösséggel való állandó kommunikáció számára.



Hogyan viselkedjünk, ha problémák adódnak?

Milyen stratégiát kövessünk, hogy botrány esetén meg tudjunk birkózni a negatív kritikák hullámával? Hogyan pozícionáljuk magunkat, és hogyan kezeljük a sértő megjegyzéseket, a végtelenbe nyúló vitákat, stb.? Blokkoljunk-e a felhasználókat, meghatározzunk-e bizonyos magatartásbeli normákat (ezeket akkor publikálni kell pl. a weboldalunkon), belemenjünk-e egy-egy dialógusba? A botrányokkal való megküzdés időigényes lehet.

3 aranyszabály az Instagram használatához



Kapcsolatépítés: Az intézményekkel, egyesületekkel, non-profit szervezetekkel és egyéb szereplőkkel való kapcsolatépítés nem csak saját tudásunk és a tevékenységi körünk kiszélesítését szolgálja, de erősíti együttműködési hatékonyságunkat, illetve a politikai radikalizálódással és polarizációval kapcsolatos állampolgári ismereteket célzó oktatói munkához szükséges kölcsönös támogatást is.



Párbeszéd: Természetesen lehetséges az Instagram egyirányú használata is, oly módon, hogy csak közzéteszünk, és nem kommunikálunk a felhasználóinkkal. Így azonban a profilunk népszerűsége nem fog jelentős népszerűsége szert tenni, és a fenntartása nem fog olyan élvezetet nyújtani, hiszen **a platform az élénk kommunikáció hatására megelevenedik**. Tehát: kommunikáljunk a felhasználóinkkal oly módon, hogy engedélyezzük a képekhez fűzött megjegyzéseket, és ezekre válaszoljunk is (kérdésekkel, megjegyzésekkel)! Osszuk meg "kedveléseinket", kommenteljük a felhasználók hozzászólásait, hívjuk fel követőink figyelmét más profilok érdekes megnyilvánulásaira!



Nyomon követés: Ez az aranyszabály egyszerre két dolgot jelent. Először is figyelemmel kell kísérnünk a fiókunk alakulását. Hogyan hatnak közzétételeink? Mi az, ami jobban beválik? Mi az, ami kevésbé válik be? Miként gyarapodnak követőink és kedveléseink? **Rendszeres értékelések** révén igazíthatunk profilunk beállításain, vonzóbbá tehetjük tartalmainkat, és további érdeklődőkhöz juttathatjuk el közzétételeinket. Másrészt a nyomon követés az Instagram egyéb eseményeire való odafigyelést is jelenti. Különösen a szélsőjobboldali és a politikailag polarizáló csoportok tevékenységeire érdemes figyelni, például hogy milyen mémeket használnak, hogy törvényileg kérdéses vagy törvénytelen tartalmakat tesznek-e közzé (amelyeket jelenteni kell a webhely üzemeltetőjének), illetve milyen találkozót, eseményeket és hasonlókat szerveznek.

A fiatalokkal való munka esetén azzal is érdemes tisztában lenni, hogy milyen aktivitást folytatnak az Instagramon kedvenc sztárjaik, különösen a zene világában tevékenykedők. Megesik, hogy ezeken a csatornákon keresztül rasszista, szexista vagy egyéb kirekesztő tartalmat terjednek, és jutnak el gyermekekhez és a fiatalokhoz. Az időben azonosított kérdésköröket könnyebb megvitatni a fiatalokkal.



CHAMPIONS

www.championsproject.eu



This project was funded by the European Union's Internal Security Fund — Police.



POLITICAL CAPITAL
POLICY RESEARCH & CONSULTING INSTITUTE



Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences