



Develop Your  
Creativity

# FUNCTIONALITIES OF SELECTED WEBSITES (FACEBOOK, INSTAGRAM, GOOGLE, TWITTER) AND EDUCATING ADULTS HOW SAFELY AND FULLY USE THESE WEBSITES FOR THEIR NEEDS

## SCENARIO II



Funded by  
the European Union



Erasmus+

LIDER:



STOWARZYSZENIE  
KREATYWNI DLA  
BIZNESU

PARTNERS:



Certified Service EDU SMART Training Centre  
UKPW 12066295

# Spis treści

I GENERAL INFORMATION	3
• Class duration	
• Recipients of the classes	
• Number of participants	
• Methods / techniques of work	
• Materials needed to carry out classes	
• Purpose of workshops	
II Introduction	6
• Introducing a lecturer/lecturers	
• Establishing rules in a group	
III THE CONTENT	8
• Introduction to the program	
• Mini-lecture	
• 10 tasks	
• 10 worksheets	
IV CONCLUSION OF THE WORKSHOP	57
V EVALUATION SURVEY	58
VI DIPLOMA FORM	60

# I Informacje ogólne



## Time:

4 clock hours (4x60 minutes to implement module 1)

## Odbiorcy zajęć :

Odbiorcami warsztatów są osoby dorosłe w wieku 45-70 lat będące członkami Uniwersytetów Trzeciego Wieku, Klubów Seniora, bibliotek, domów kultury, kół tematycznych czy innych miejsc zrzeszających osoby starsze. Ze scenariusza mogą korzystać osoby starsze, u których często występują bariery w tworzeniu kreatywnych form przekazu oraz wszystkie osoby związane z edukacją osób dorosłych.

## Ilość uczestników:

Grupa warsztatowa dla 10 osób obojga płci. Można również przeprowadzić warsztat w grupie mniejszej, co najmniej 6 osobowej w zależności od warunków lokalowych, ale nie większej niż 14 osób.

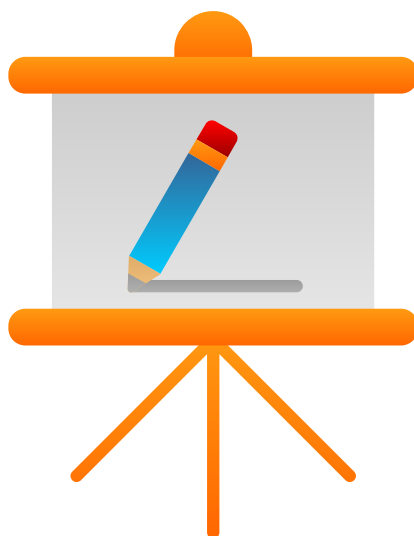
Proponowane techniki/metody pracy:

- pogadanka,
- prezentacja,
- ćwiczenia praktyczne,
- objaśnienie,
- obserwacja,
- dyskusja.

# Informacje ogólne

## Narzędzie wykorzystywane w czasie zajęć:

- Telefon,
- aplikacja Facebook,
- aplikacja Messenger,
- Google,
- Tweeter,
- Instagram,
- zestaw komputerowy/laptop,
- projektor,
- Internet.



# Cel warsztatów

Informacje dla prowadzącego

Po zajęciach uczestnik warsztatów:

- potrafi samodzielnie założyć konto na Facebook, Tweeter, Instagram
- potrafi samodzielnie konfigurować konto na portalu Facebook, Tweeter, Instagram
- potrafi dodać zdjęcie profilowe do swoich kont na różnych mediach społecznościowych
- potrafi dodać zdjęcie w tle
- potrafi wyszukać znajomych i ich dodać
- potrafi dodawać posty
- potrafi założyć własny adres email, korzysta z poczty gmail
- korzysta z kalendarza gmail, google maps



# II Course of classes

## II. Course of classes

4 x 60 min

- Introduction to classes - 20 min talk
- Practical workshop - 60 minutes
- 10-minute break
- 20-minute follow up exercises
- Practical workshop - 60 min
- 20-minute follow up exercises
- Questions and answers - 10 minutes
- Summary with evaluation: 20 minutes

Assuming the implementation of 1 module, each module is additional min. 3 hours of work



## Spis kompetencji cyfrowych nabytych podczas zajęć:

- Kompetencje cyfrowe uczestnika warsztatów:
- Zrozumienie czym są media społecznościowe;
- Umiejętność korzystania z mediów społecznościowych;
- Wiedza na temat różnorodności mediów;
- Używanie aplikacji ułatwiających funkcjonowanie w życiu dorosłych;
- Tworzenie postów;
- Dodawanie zdjęć;
- Kontakt z innymi przez media społecznościowe;
- Potrafi korzystać z narzędzi umożliwiających videorozmowę, czat, wiadomości głosowe w celu utrzymywania relacji i budowania aktywnych form komunikacji;
- Potrafi nawiązywać relacje i komunikować się w sieci dbając o własną prywatność i bezpieczeństwo;
- Potrafi budować świadomie swój wizerunek w Sieci z zachowaniem prywatności.



# III. The content

## Part 1.

### Introduction to the subject

The main goal is to strengthen the competences in the use of social media by adults, including the elderly. It is a 21st century skill that is needed both in private and professional life. Social media is also one of the tools for activating the elderly during the COVID-19 pandemic. The restrictions related to the COVID-19 pandemic have limited the functioning of the entire society. For organizations dealing with social activation of for example the elderly, this meant the suspension of existing activities.

Social media are websites that enable users to exchange messages and post content that is visible to individuals, groups of friends or wider social networks. One of the most famous and used social media platforms is Facebook, which has the highest number of users, both individual and companies and organizations. Facebook as a social platform gives the possibility of posting, adding photos, sharing content and commenting on them. Additionally, it can serve as a tool for creating open or closed groups in which their members communicate with one other.

So far, social media platforms have been created mainly for young people, but the structure of the Internet and social media users is changing, e.g. the number of users aged 60+ is growing. As a result, elderly people also began to be perceived as active members of social platforms not only by companies but also by organizations working for them. Being active on social networks allows elderly people to maintain their existing social network, which may be more difficult due to their mobility limitations. In addition, social media allows them to stay in touch with their family, often living far away from them.





We shall start with the Facebook and Messenger module:

The lecturer explains to the workshop participants what the social networking site Facebook is and what it is used for. He/she explains how to set up an account on the social network Facebook and how to use Messenger. He/she explains the pros and cons by presenting the largest social network in the world.

Facebook - in addition to being a platform for individual users - is also a communication tool between entrepreneurs and customers and between public entities, politicians and the public. Social platforms allow you to create your own brand, establish contact with consumers or convince recipients. In addition, they prove to be particularly useful when it comes to communication in the face of catastrophes or other unexpected events since they might be used as a tool for spreading news, facilitating communication with citizens in the event of a disaster such as fire, hurricane or flood, as well as current pandemic situations. Moreover, there is an increasing use of social media by national or regional authorities to communicate with their constituents, maintain relations with them or even provide them with social services. Residents' life can be easier and expanded with their own resources, and their knowledge and experience used to create socially innovative services.



**SCENARIUSZ II | FUNKCJONALNOŚCI WYBRANYCH STRON (FACEBOOK, INSTAGRAM, GOOGLE, TWITTER) ORAZ EDUKOWANIE DOROSŁYCH JAK BEZPIECZNIE I W PEŁNI WYKORZYSTAĆ JE DO SWOICH POTRZEB**



Questions to ask:

- What do you know about the social networking site Facebook?
- What do you know about Messenger?
- Do you have friends, family members who use Facebook and Messenger?
- What does Facebook mean for you globally?

The lecturer summarizes the discussion.

### Feedback and summary:

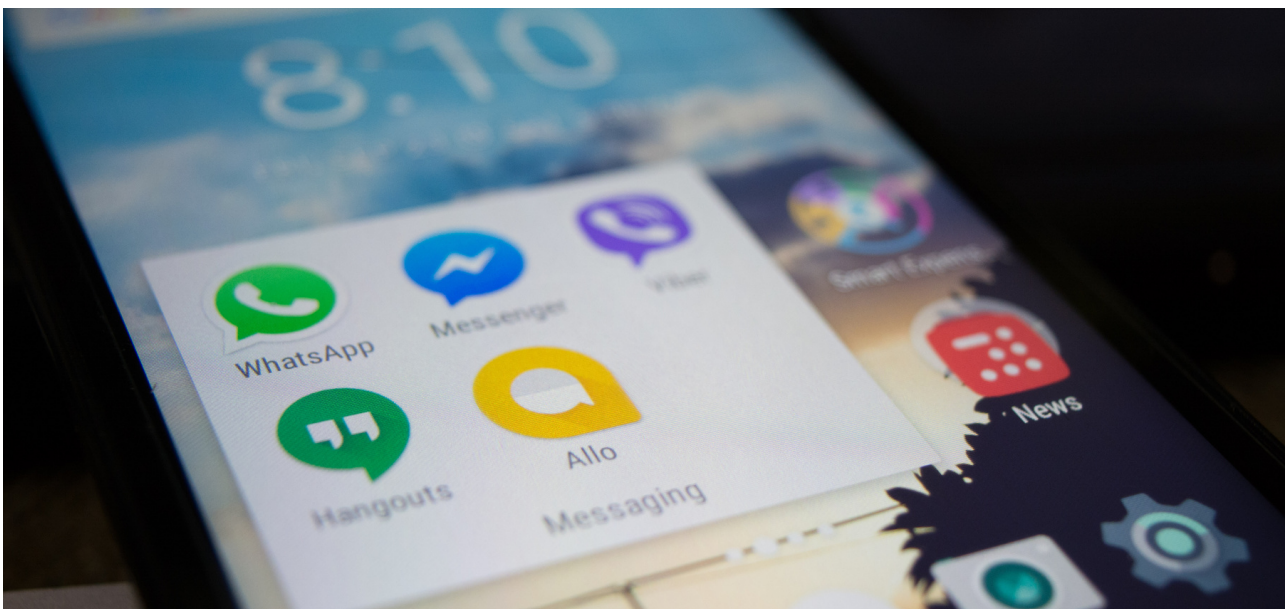
Having a profile on a popular social networking site is now desirable and often required. Social media users share their private information and photos with others without realizing that any of their posts could be used against them. It is very easy to set user preferences, build their social profiles, and then use that information to gain their trust, obtain other personal information, and find the data that attackers want to intercept.



The Facebook social network is a website available to any user who has previously created an account on it. In some cases, such a portal brings together millions of users, allowing them to communicate more easily and develop their interests. In addition, one can meet new people, join groups according to their interests, use educational websites or proven information.

Social media are mainly associated with websites such as Facebook, Instagram, YouTube or Twitter. However, their definition is much broader and also includes discussion forums, dating applications (Sympatia, Tinder, Badoo), blog platforms (WordPress, Blogger), instant messaging (Gadu-Gadu, WhatsApp, Snapchat) and online games. The most common definition, developed by Andreas Kaplan and Michael Haenleinen, defines social media as: a group based on web-based application solutions that are based on the ideological and technological foundations of Web 2.0 that enables the creation and exchange of user-generated content.

Social media are places on the web where one has the opportunity to publish content, making contact with other people, and thus building a certain community or belonging to it.





Features of social networking sites and applications:

- Possibility to create a personal profile,
- Possibility to publish own content in the form of text statuses, graphics, links, video materials,
- The ability to interact with other users (inviting friends, commenting, sharing content, sending and receiving private or group messages, etc.)

*Trivia* 

*Every second person in the world uses social media.*

Remember!

What you post on social media stays there forever!

Q

A

Questions to ask

- What is the difference between a discussion forum and a social networking site? Do you know?

Summary

In a discussion forum, one usually talks on a specific topic with users who are registered there exchanging views, counter-arguing, discussing, asking, verifying their opinion. The social networking site allows users to access many basic points of interest, such as communicating with loved ones, friends or even strangers. There is no specific topic. However, there are dedicated groups that one can join and also discuss, or rather express their opinion.



# Part II - Module 1

## Workshop part

- Creating a Facebook account
- Adding a profile picture
- Adding a background photo
- Finding friends and adding them to a group of friends
- Chat
- Adding the first post on board
- Create groups.

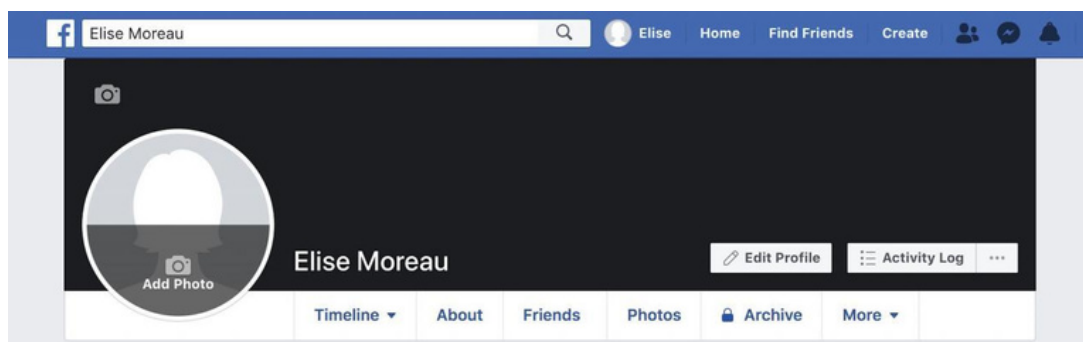




## WORKSHEET NO.2

### Adding a profile picture\*

- Log in to Facebook.
- Go to your profile by selecting your web name or by clicking the profile icon in the application menu.
- Click or tap on the large round profile picture to upload one.



1

A window will appear where you can choose **+ Upload a photo** to select an image file from your computer. A menu will appear in the app where you can tap **Select Profile Photo** or **Video** to select a photo from your device. If you are using the app, you may need to select **Allow Access** to allow Facebook to access photos from your device.

- Select the photo you want to use and then press the **Edit** button if you want to crop or add frames to customize the view. Then click **Save**.
- Select **Set Temporarily** button to set this photo as your profile picture for only one hour, one day, one week or a custom time slot.
- Select a new profile picture from your profile to view it (you must tap **View profile picture** in the app). Then click or tap the **globe** under the name to adjust the audience. You can select **Public**, **Friends**, **Friends except ...**, or **Specific friends**.

\* <https://pliki.wiki/blog/jak-zalozyc-konto-na-facebooku-i-zabezpieczyc-swoj-profil/jestem>".

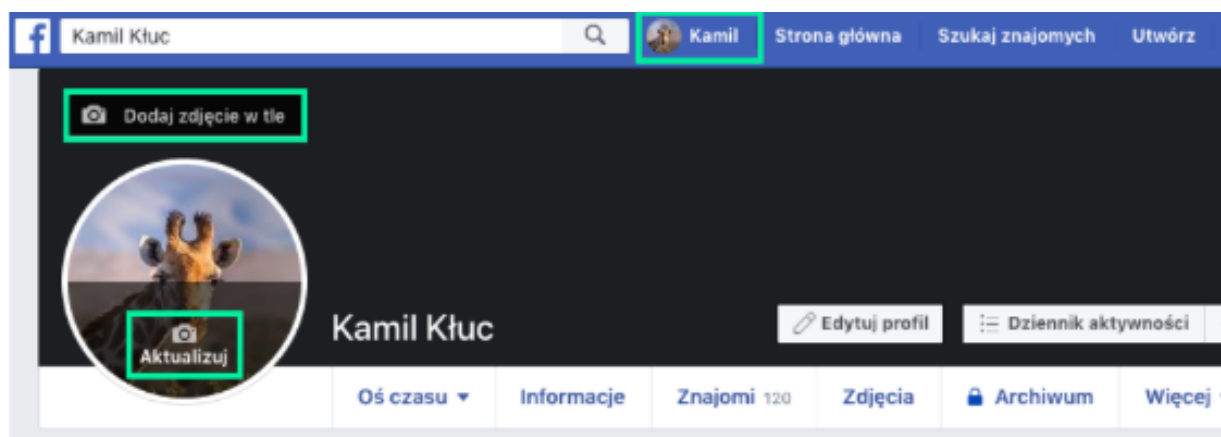


## WORKSHEET NO. 3

### Adding a background photo\*

- In your website profile, use the cursor to hover the cursor over the upper-right corner and select **Add / Update Cover Photo**. In the app, tap **Edit** in the lower right corner of the cover photo area.
- Choose Upload Photo from the drop-down list to select an image file from your computer. In the app, tap Select Profile Photo or Video from the menu that slides over.
- If you don't have a cover photo, click or tap Select Image to view your Facebook cover photo library. You can also select Create Collage to combine multiple photos into one.
- Use the cursor (website) or finger (application) to drag the photo up or down in the photo area for the cover to center it the way you want. Then press Save Changes.
- A perfect Facebook cover photo should be 820 by 312 pixels for viewing on a desktop computer and 640 by 360 pixels for viewing on a mobile app.
- You cannot adjust the audience of cover photos because cover photos are always public. So use a photo that you don't mind sharing with the world, or delete it. On the website page, go to: Update Cover Photo> Delete ...> Confirm. In the app, click Edit> three dots> Delete Photo.

1






\* <https://pliki.wiki/blog/jak-zalozyc-konto-na-facebooku-i-zabezpieczyc-swoj-profil/jestem>".

## WORK CARD NO. 4

### FRIENDS ON FACEBOOK

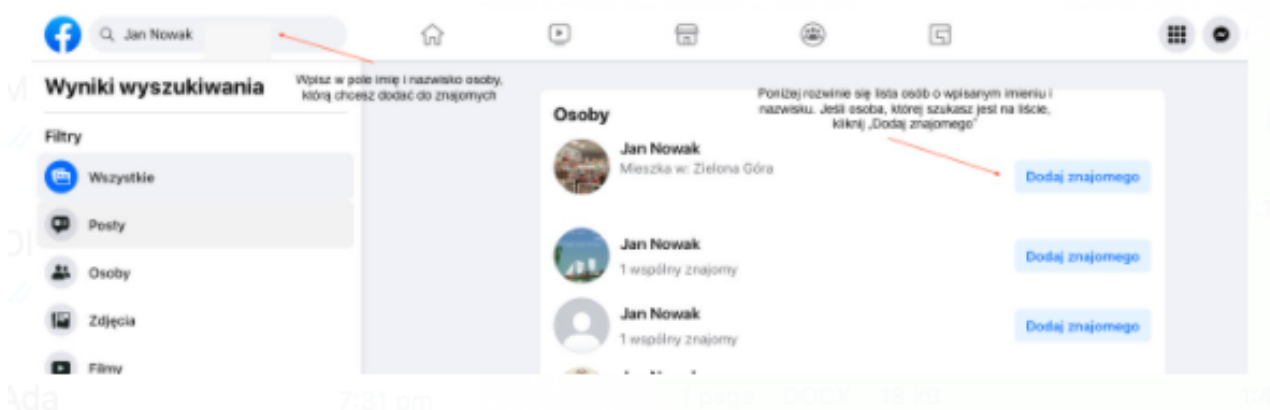
Searching for friends on Facebook with using the search engine.

To find and add a friend:

- Click the search bar in the upper left corner of any Facebook page.
- Enter your friend's name in the search bar and click .
- To send the person a friend request, click  next to their profile picture. For some people, the option  next to your profile photo may not appear due to privacy settings.

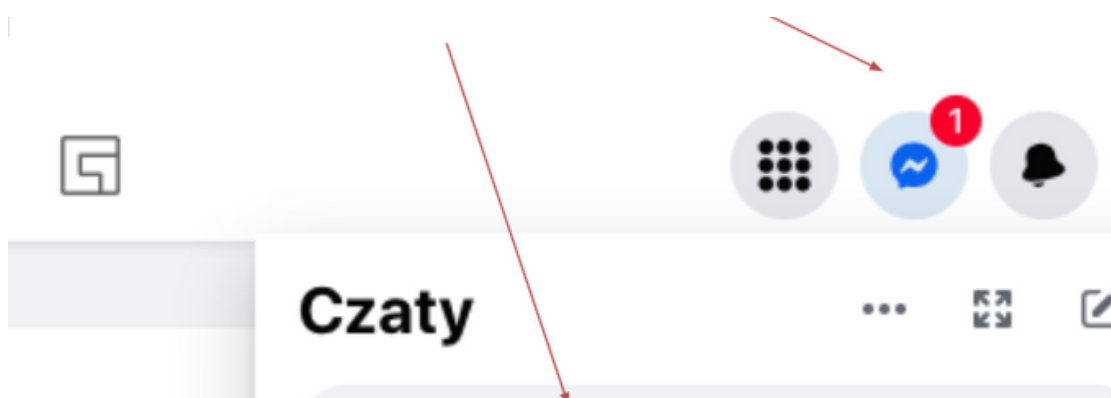
Limits of sent invitations to a group of friends

You can have up to 1,000 sent invitations waiting for a response. If you send more, the oldest will be deleted.

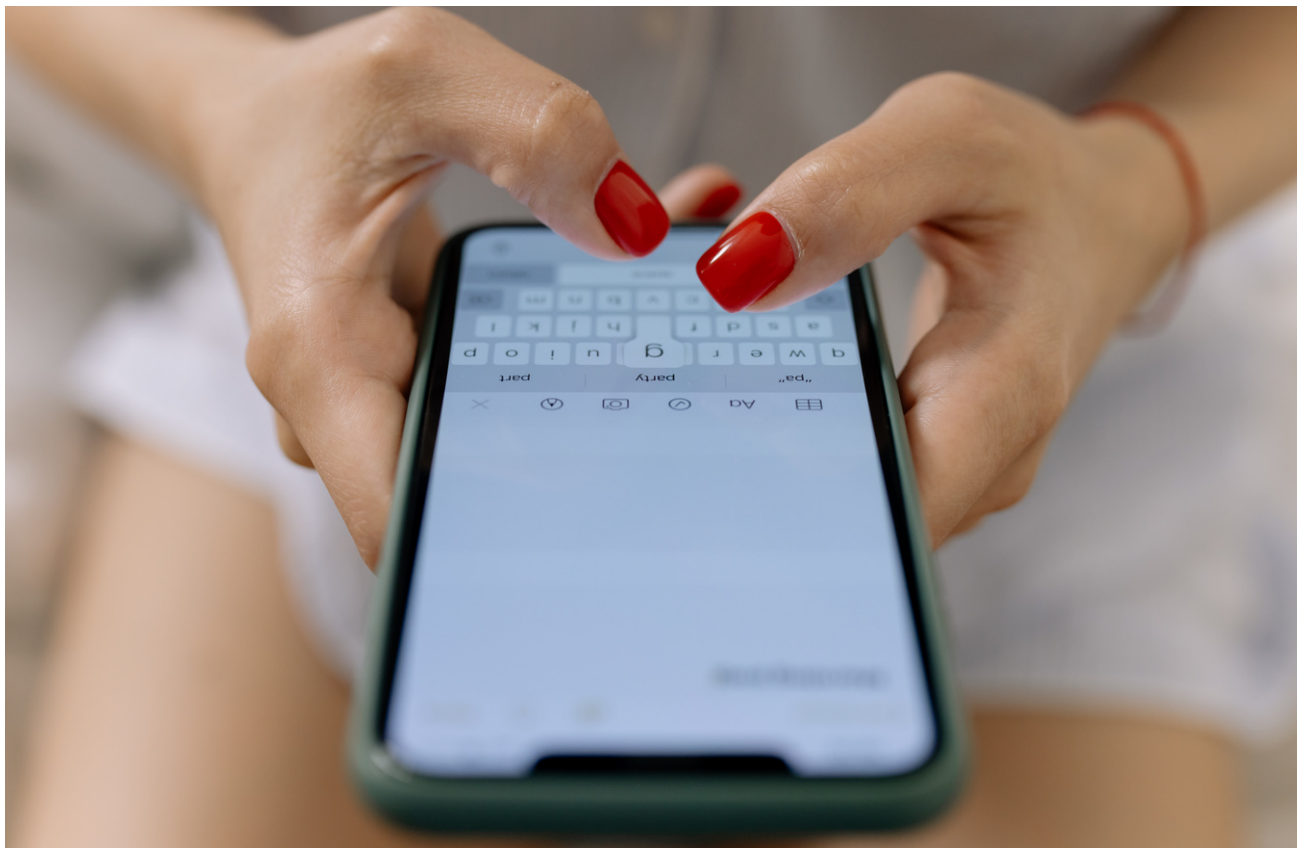
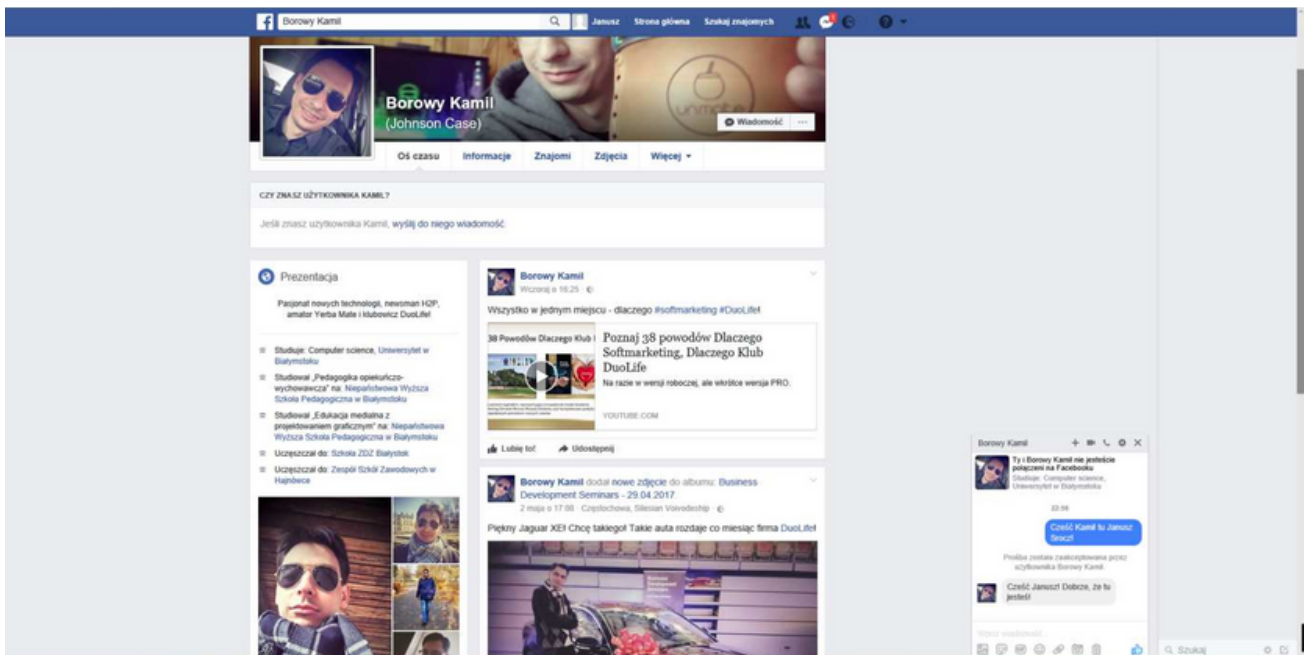


Then go in on your friend's profile.

- You can start a conversation - chat on Messenger
- The Chat Icon is on the right side of the portal
- You can also search for the person you want to talk to in the 'Search in Messenger' option

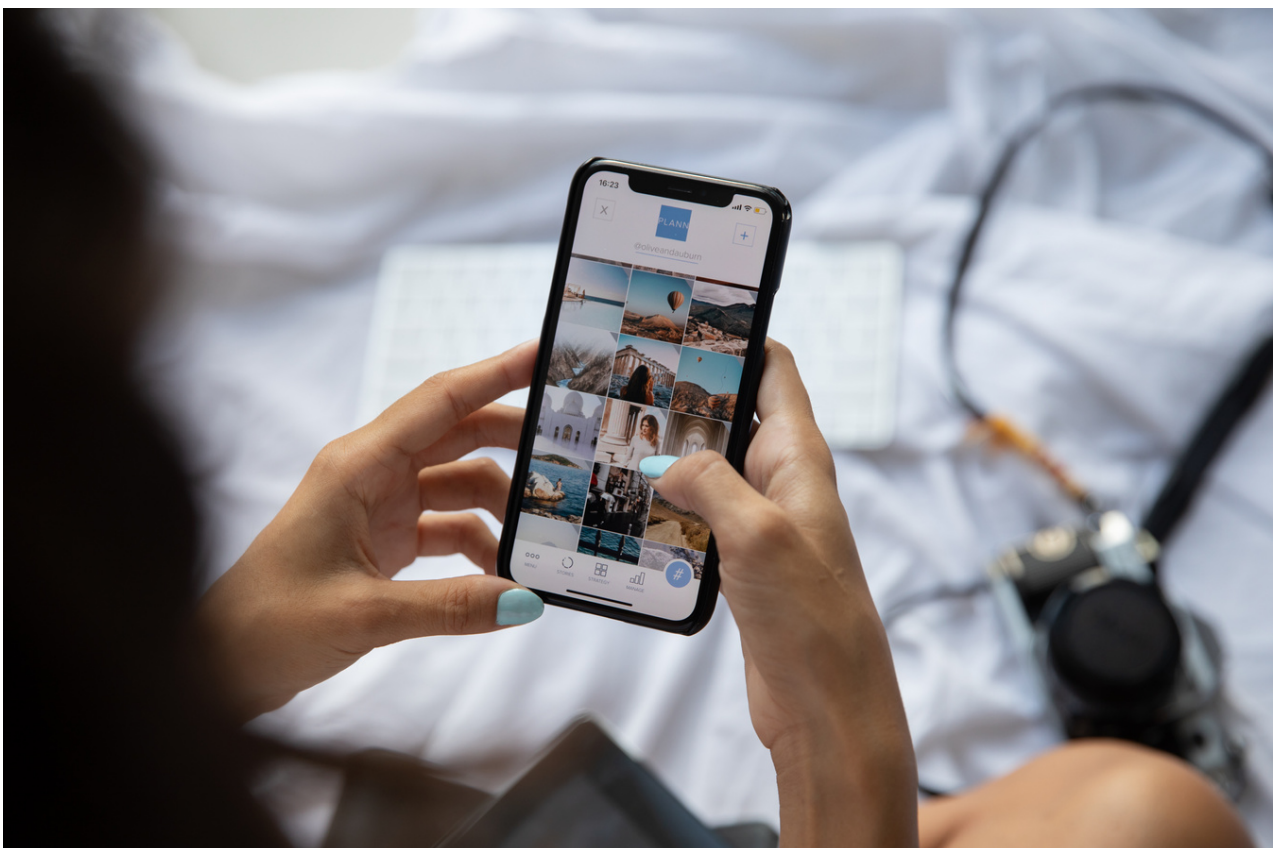
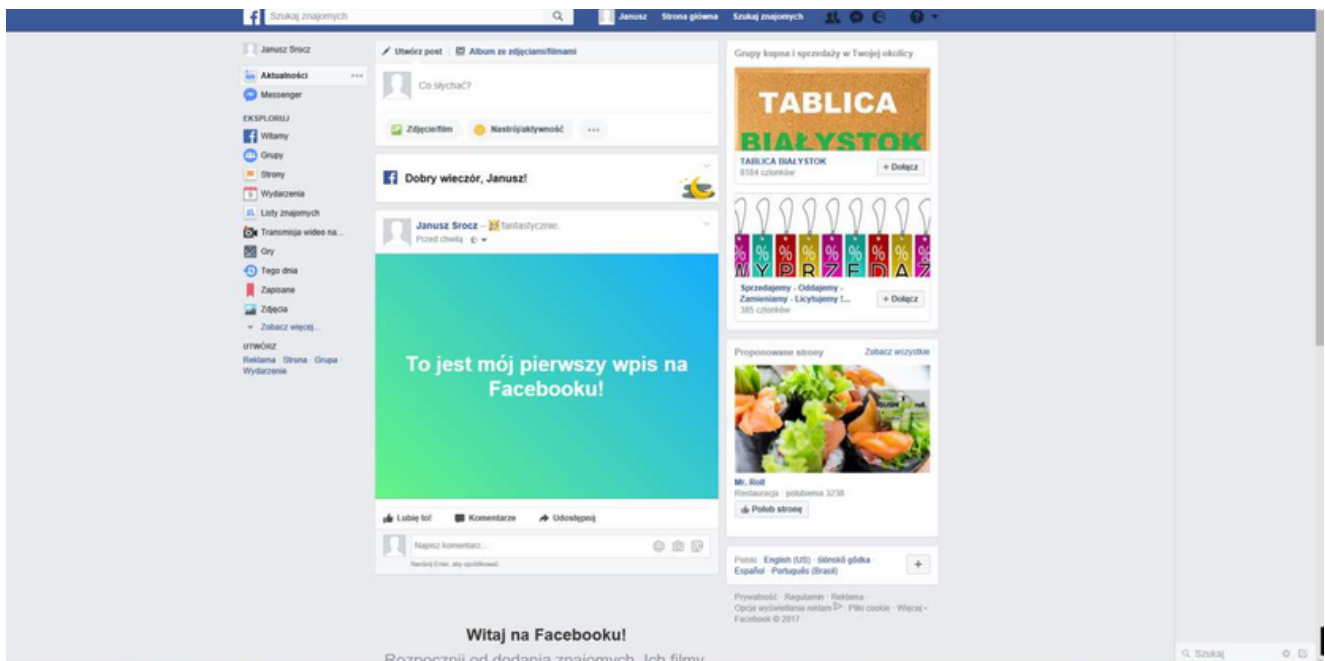


Editing the first message that allows you to establish a contact and adding a person to list of friends.



## View of the window for publishing the post

Describing the various options for posting on the board, then entering a simple text and publishing it.



## EXERCISE NO.1 FACEBOOK

Create a Facebook group dedicated to the topic that interests you. Invite other users to the group. Additionally, place a post on the group and add a background photo.

A Facebook group may allow you to contribute to message boards, comment on content you post, and communicate. It works great as a tool supporting project work. You can use the option of sending bulk messages.



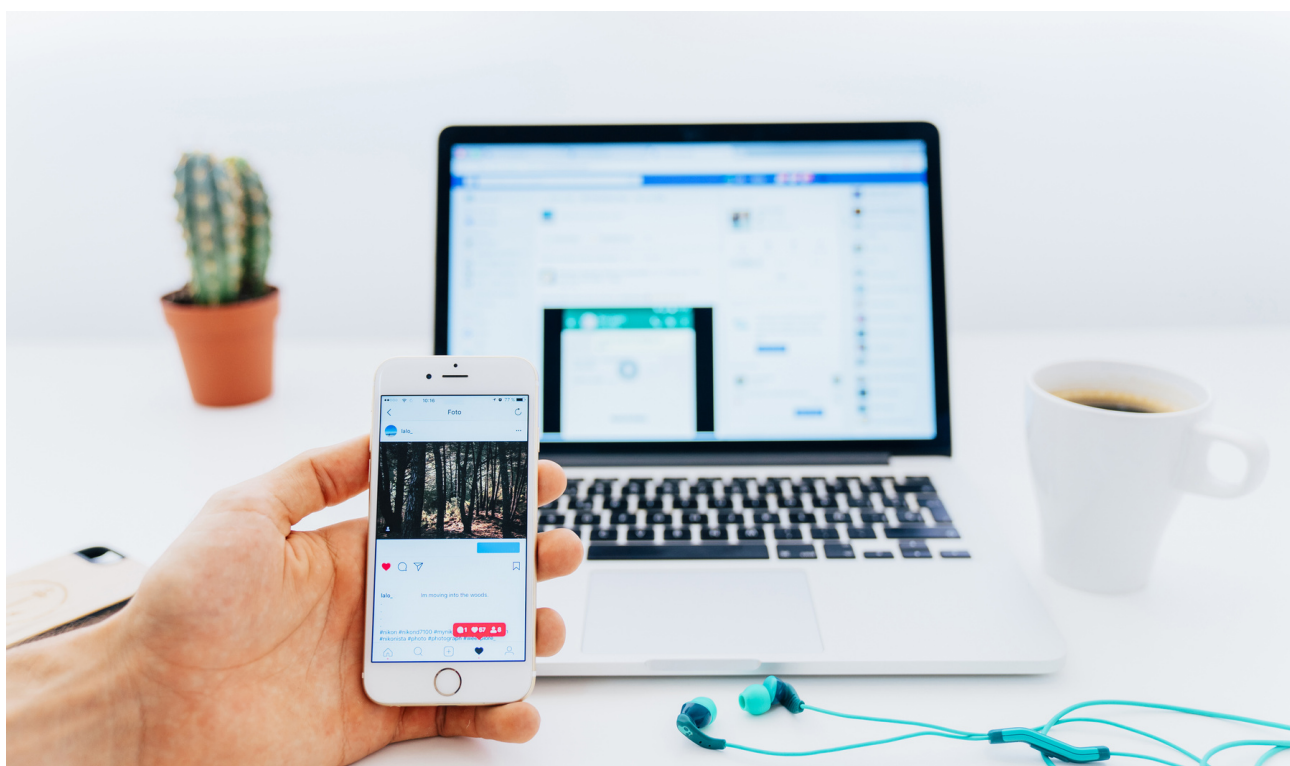
## EXERCISE NO.2

### FACEBOOK

Based on the guidelines contained in the presentation, inform your friends, i.e. publish on your Facebook board that your grandson or granddaughter was born.

Write some information about your grandson / granddaughter in the post: what time was she/he born, how much she/he weighed, how much she/he measured. You can also add her/his name or your emotions connected her/his birth.

You can also add a photo.



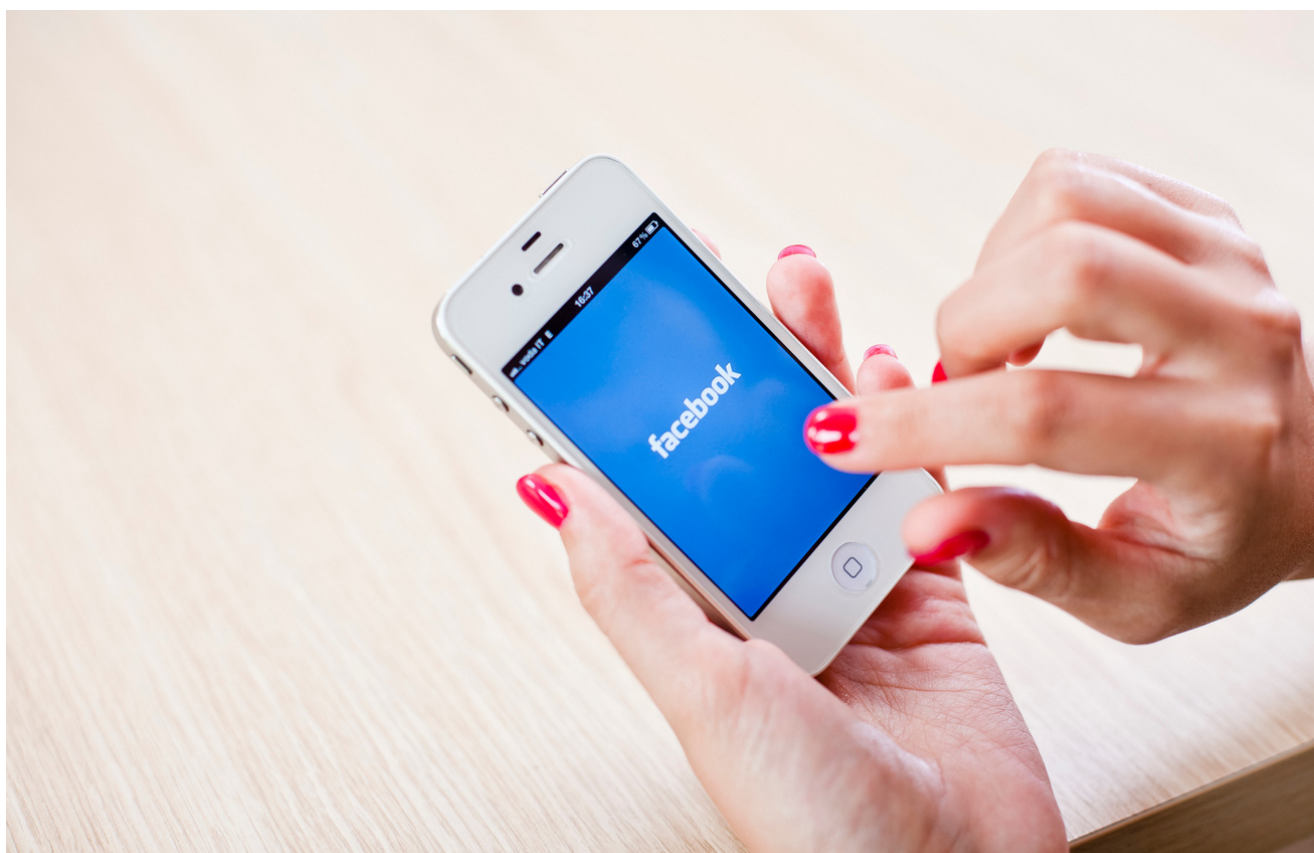
## EXERCISE NO.3

### FACEBOOK

Add your profile picture or change the current one. Choose the ones you like best. Tip: try to add a sharp photo in which you are alone. It will be a great help for your friends if they want to find you on Facebook and to add you as a friend.

Add your background photo.

The photo can be anything you like, it can be a quote, photo with family, landscape, nature, etc.



## EXERCISE NO.4

### FACEBOOK COMMUNITY GROUPS

Join 4 Facebook social groups of your choice.

It can be a group, e.g. active seniors, flower lovers, garden dreams, etc.

How to join a group: try to "like" a post in the group or add a comment to the existing information.





## EXERCISE NO.5 FACEBOOK

CREATE an event POST.

Based on your professional (or personal) experience, create a fully correct post about an event or a competition. Tag your post with hashtag #event so that more people can find out about it.



## Part 3 - Module 1

### Summary of tasks and evaluation

Summing up, we tell participants about the endless possibilities that Facebook offers us, we refer to interest groups, websites on various topics and the possibility of participating in discussions.

The basic threat that we have to take into account is:

- Collection of data about users (digital dossier, i.e. CV). These include information such as: places of residence, education, work performed, contacts, statuses, photos, liked pages or links. All these data can be used against those who publish them.
- Collecting historical data, previously published, may also be used unfavourably.
- Face recognition - (often used on Facebook and other websites by tagging friends on photos). Photos can also be used to mark geographic locations, items, and other features.
- Identity theft - hijacking profiles and spoiling reputation. Phishing - social engineering tactics to extract secret information from users.
- SNS aggregators (social networking service), duplicating a social portal - are a way of obtaining or extracting information.
- Viruses and worms - these are XSS (cross site scripting) threats.
- Spam, i.e. unwanted messages and advertisements.
- Difficulties in completely deleting social media accounts can be used to obtain user data. Even if the profile is deleted, a copy of this data remains because it is stored on an external server.
- A particularly annoying threat is frequently used possibility of routine bullying by sending offensive messages, blackmailing and harassing users and people.
- When it comes to online security, the user has the greatest role to play. It depends on them what and how much information they make accessible. Therefore, prudence is advised not to become the target of attack or hatred.\*

*\*Źródło: Elżbieta Fim "Zajęcia w zakresie zdobywania kompetencji cyfrowych dla wszystkich osób, które chcą się rozwijać i poszerzać swoje kompetencje w zakresie funkcjonowania w sieciach społecznościowych"*

## Summary

Social networking site - it is used to build social networks and social relationships that are based on similar interests, shared professional or private life, etc. It enables contact with friends and sharing information, interests, etc. The variety of social networking sites currently available on the Internet creates a challenge to create a single definition, however, there are some common features: social networking sites are based on web applications; user-generated content is the lifeblood of portals; users create their own profiles; social networking services facilitate the development of online social networks by linking the user's profile with other people or entities with similar interests or to some extent related to them.

Facebook Messenger - instant messenger created by Facebook. It is used to send messages, photos, videos, stickers and other files, it also allows you to respond to friends' messages (i.e. reactions) and interact with bots. The service also allows for voice calls (also group calls) and video calls.\*



## Part II - Module 2.

### Workshop part

- Using Google search engine
- Setting up a gmail address
- Using a google calendar
- Using googlemaps

### GOOGLE SEARCH

The ability to search for information is crucial in today's world. Currently, information is most often searched for on the Internet using a search engine. The search engine can throw out many search results related to the term that interests the Internet user in a second. Some of the searches correspond to a greater extent to the information needs of the Internet user and therefore are at the top of the search engine results list.

A search engine is a website that is equipped with appropriate software that allows Internet users to search for information on the Internet.



The most popular search engine in Poland is of course google.pl, which is a clear leader, it is estimated that it reaches about 97 percent of Internet users' visits in Poland from all search engines.

The Google search engine can be compared to such a huge library that you can use at any time - without leaving your home, office, school or car. It collects information posted on the web around the world in order to be able to make it available to readers (Internet users).

Search engines analyze hundreds of factors influencing the positioning of pages and thus create a ranking of the most useful sites. The following factors are taken into account:

- up-to-date content
- the number of occurrences of keywords in the content
- the appearance of related phrases in the content (synonyms)
- the appearance of keywords in headings, lists and titles
- comfort of using the website (e.g. website speed, accessibility for mobile devices)
- source reliability (sites valued by users, sites with a long history)
- links leading to a given site from popular sites (e.g. nationwide portals)

The purpose of the Google search engine is to provide Internet users with valuable information that constitutes answers to their queries.



## Exercise 1

### GOOGLE

Based on the information contained in the presentation, search for the following information in Google:

- What are coniferous trees in Polish forests?
- What is inflation?
- What museums are there in Cracow?
- What interesting attractions are there in Cracow?
- How to make a cheesecake?

Paste the found information into a .doc file and save each file as a separate document on disk.

Use [www.google.pl](http://www.google.pl)

Questions to ask: do participants use email addresses and what domains do they use?.

Presenting a GMAIL account

A gmail account allows us to send e-mails to our friends, businesses or others. They can have attachments up to 20mb, such as .doc documents, photos and PDF documents.

With this email you will be able to save a backup of your contacts, phone applications and browser tags to your Google account.



## WORKSHEET NO.1

### GMAIL ACCOUNT

Create your own (private) google account.

Send an e-mail to a friend with an invitation to the BBQ, which is to take place next Sunday.

Link to [www.gmail.com](http://www.gmail.com)

Remember to secure your account well, the password should not be too short, it should contain at least one capital letter, at least one number and some special sign, e.g. !, #, \$ etc. Security is the most important thing.

How to do it ?

### Krok 1. Wybierz typ konta Google

Dla mnie

Do zarządzania firmą

**Ważne:** gdy stworzysz konto Google dla swojej firmy, możesz włączyć personalizację biznesową. Konto firmowe pozwala też łatwiej skonfigurować Profil Firmy w Google, który z kolei pomaga poprawić widoczność firmy i upraszcza zarządzanie informacjami online.

Podczas tworzenia konta Google musisz podać niektóre dane osobowe. Podając dokładne informacje, pomagasz nam chronić Twoje konto i dopasowywać do Ciebie nasze usługi.

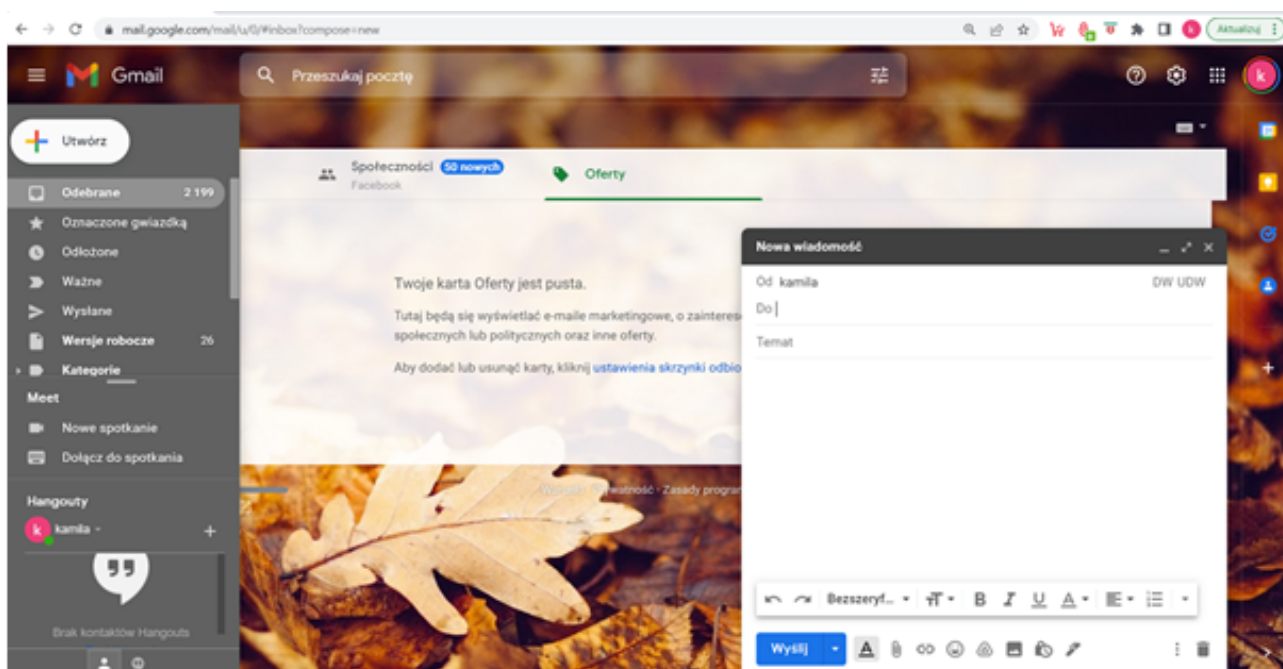
**Wskazówka:** nie musisz mieć konta Gmail, aby utworzyć konto Google. Możesz je utworzyć za pomocą adresu e-mail spoza Gmaila

1. Otwórz [stronę logowania na konto Google](#) .
2. Kliknij **Utwórz konto**.
3. Wpisz swoje imię i nazwisko.
4. W polu „Nazwa użytkownika” wpisz nazwę użytkownika.
5. Wpisz i potwierdź hasło.
  - **Wskazówka:** gdy wpisujesz hasło na urządzeniu mobilnym, wielkość pierwszej litery nie ma znaczenia.
6. Kliknij **Dalej**.
  - Opcjonalnie: dodaj i zweryfikuj numer telefonu powiązany z kontem.
7. Kliknij **Dalej**.

Source : <https://support.google.com/accounts/answer/27441?hl=pl> ,downloaded: 6.06.2022

Account created, time for the next stage of the exercise - composing an email:

- In the upper left corner, click the Create button, a new message pops up.
- The first line shows from whom the message is being sent (our email).
- In the next one, we enter to whom we want to send it by providing a full email (eg jakowalski@gmail.com).
- The next line is the subject of the message (e.g. invitation, presentation, reminder).
- The largest box is the message itself. By clicking on it, we start composing the correct message that we want to convey.
- If the message is ready, click the "Send" button.





## Google Calendar

Google Calendar is part of a suite of applications that are linked to each private user's Gmail account. Thanks to it, we plan our tasks, check the upcoming holidays and record doctor's appointments, which we can transfer from the Gmail mailbox with one click. However, the full functionality of this application can be seen in action when we use Calendar with someone else, be it at home or at work as a team.

Basic appointment creation is extremely easy. Open Google Calendar, go to the appropriate date and click anywhere in the time table. The event configuration window will appear. Using it we can:

- Change the type of event,
- Enter the name,
- Set the date and time frame,
- Add members (inside or outside our organization),
- Create a Google Meet videoconference room,
- Book a conference room for the time of the meeting,
- Add any location,
- Describe the meeting agenda in the text field.



## EXERCISE 2

### GOOGLE CALENDAR

#### Change the colour of the calendar

- Open Google Calendar.
- In the "My Calendars" section on the left side, find your calendar.
- Click Options next to the selected calendar
- Choose a calendar colour or click Add Custom Colour

#### Add 3 events to your calendar lasting from 1-6 calendar days:

- Trip to Zakopane - 6 days, event colour red
- Integration meeting - 3 days, event colour green
- Dentist appointment - 1 day, colour of the event



## WORKSHEET NO.2

### GOOGLE CALENDAR

Create your own calendar, add any five events in the coming time (e.g. grandchild's birthday, crocheting classes, medicine purchase, etc.)

Download Google Calendar

Open Google Calendar

If you already have a Google account - log in

#### Setting up a new calendar

- Open Google Calendar on the computer.
- On the left, next to the "Other Calendars" section, click Add Other Calendars. Create a New Calendar.
- Add a name and description for the calendar.
- Click Create Calendar.
- If you want to share a calendar, click it in the left bar, then select Share with selected people.

**Tip:** Once you create and share a calendar, you can schedule events for it.

#### Finding calendars you've created

- Open Google Calendar on the computer.
- Find a list of calendars you have created in "My calendars" section on the left side.
- To show or hide the events of a given calendar, click its name.
- To remove a calendar from the list, click Options then Hide from list.

#### Editing the name of the calendar

- Open Google Calendar.
- Find your calendar in "My Calendars" section on the left side.
- Next to the selected calendar click Options, Settings & Sharing.
- Select a new name in an upper box

## WORK CARD NO. 3

### GOOGLE CALENDAR

Share your goggle calendar or calendar event with anyone. Practice tasks on both users with and without a gmail account.

#### Remember:

To share a specific calendar, just expand its menu on the right and click "Settings and sharing". There you will find several options, including:

- the possibility to share the calendar with another person by typing his e-mail;
- the possibility to share the calendar publicly (everyone who received the link will be able to see it).

Other google applications for Travellers. The google map comes in handy in the city and out of town travel.



## EXERCISE 3

### GOOGLE MAPS

Google Map is an application or a tool from Google company, which gives the possibility of, among others: viewing maps, surface of the earth, viewing maps from the street level, setting routes to places and viewing basic information about companies as well as attractions and places that have been added by users.



## EXERCISE NO 4

### GOOGLE MAPS

Plan the route using Google Maps application from the Cracow Barbican to the Wawel Royal Castle.

The means of transport shall be a car. What will be the travel time, or will there be any traffic slowdowns along the way.

Evaluate how much faster it would be if we covered this route on foot?

What is the difference as far as the distance is concerned?

## Part II - Module 3.

### Workshop part

- Creating an account on Tweeter and Instagram
- Use of Tweeter and Instagram

### TWITTER - mini lecture

Twitter is a social networking site that relies on the exchange of short text messages called tweets. We can attach photos (even several to one tweet) and links to websites to these messages. A single tweet cannot be longer than 140 characters, and any photos, usernames or links attached to it count towards this limit.

Twitter is referred to as a microblogging service, and thus can act as an internet journal. However, nothing prevents us from treating Twitter as a combination of a blogging system with a global communicator that allows the exchange of opinions between people who are interested in related topics.

Tweets are arranged chronologically (at least in theory). A user can switch to notifications from the stream view, where they can check who or who talked about them, and who liked or retweeted their message. Additionally, there are also private messages and a few other options.



**Twitter** is a social networking site that has different rules than Facebook. When creating an account on Facebook, you are looking for friends, colleagues from work, a schoolmate or people you met somewhere. It's different on Twitter. You don't follow your friends, neighbours, primary schoolmates or your ex-boss on Twitter. On Twitter, you don't "get in touch" with the people you need to be in touch with. On Twitter, you only follow those who deserve it. It is a place for meetings and observation of content, not only for the people themselves.

It's a place for news and topical content. It is here that one talks about current events, it is here that the whole world looks at revolutions and overthrowing governments, it is here that fans enjoy the goals and results of great sportsmen, and it is here that there are emotions. Of course, television, press and online media will also show these topics, they will also rewrite the statement of a politician who posted a short message on Twitter, they will also discuss all these issues.

#### Twitter glossary - useful terms:

**Twitter** - social network. The name is often abbreviated and takes the form of TT or TW;

**Twitterer** – a person who uses Twitter;

**Tweet** - A short message on Twitter with a limit of 140 characters. The word comes from the English language and means chirping;

**To tweet** - write on Twitter;

**Hashtag**- this is a key word preceded by the symbol #. By clicking on you don't know what information to expect;

**Mention**- a message addressed to a given user or users;

**Private Message, DM** - DM stands for direct message. This is a message for one user only. No one else will see it;



## WORK CARD NO.1 TWITTER

Sign up for a Twitter account. Publish Tweet about the fact that on Sunday a charity concert is taking place in your town during which money will be raised for children from an orphanage.

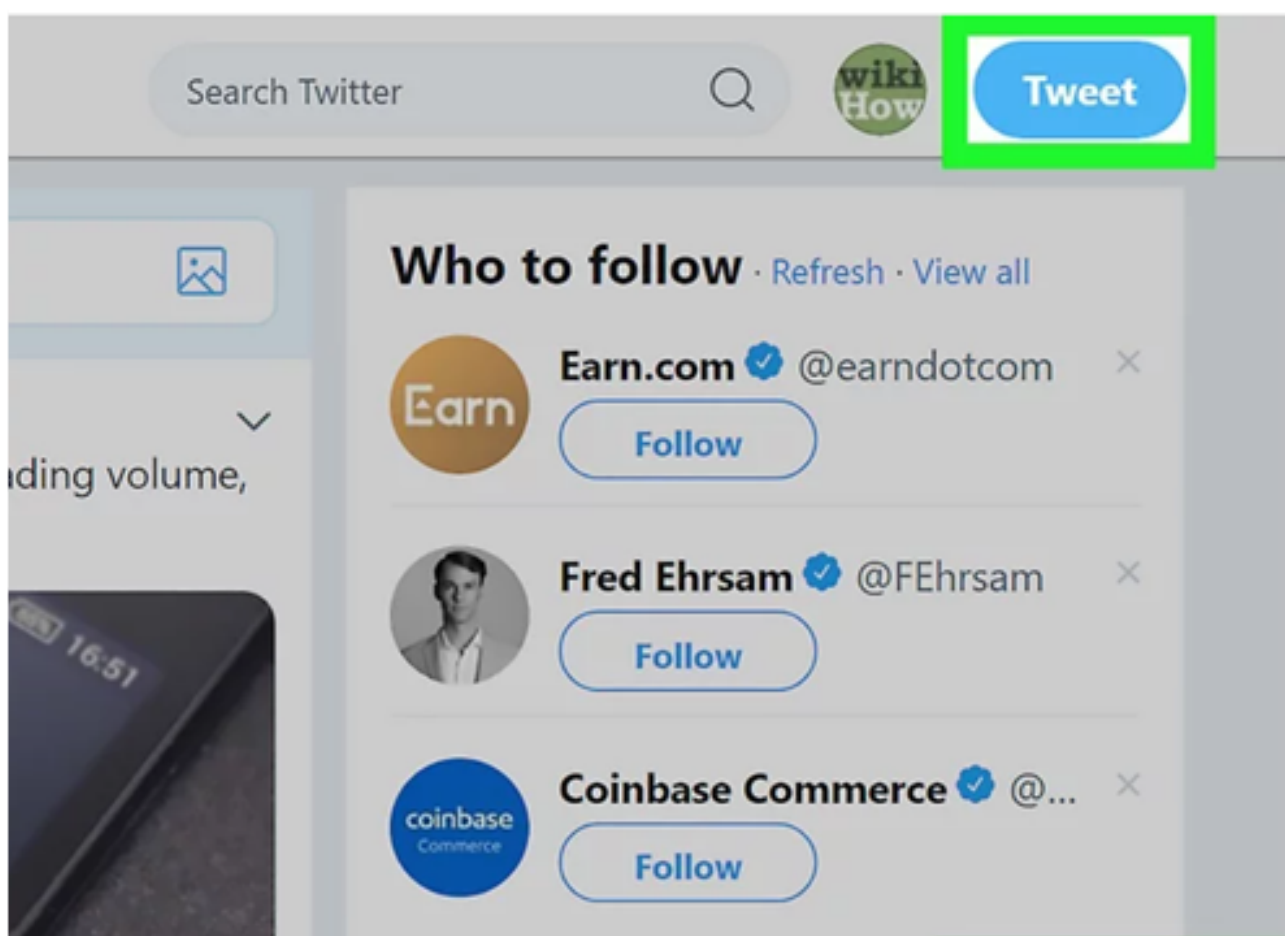
Website: [www.twitter.com](http://www.twitter.com)

### Step 1:

- Go to the twister page.
- Click "Register Account".
- Enter all the login details needed.
- Register an Account.

### Step 2:

Click the "Tweet" button. It is located in the upper right corner of the page if you are using a computer. If you are using a mobile app, "tap" the blue circle with a pen in the lower right corner.



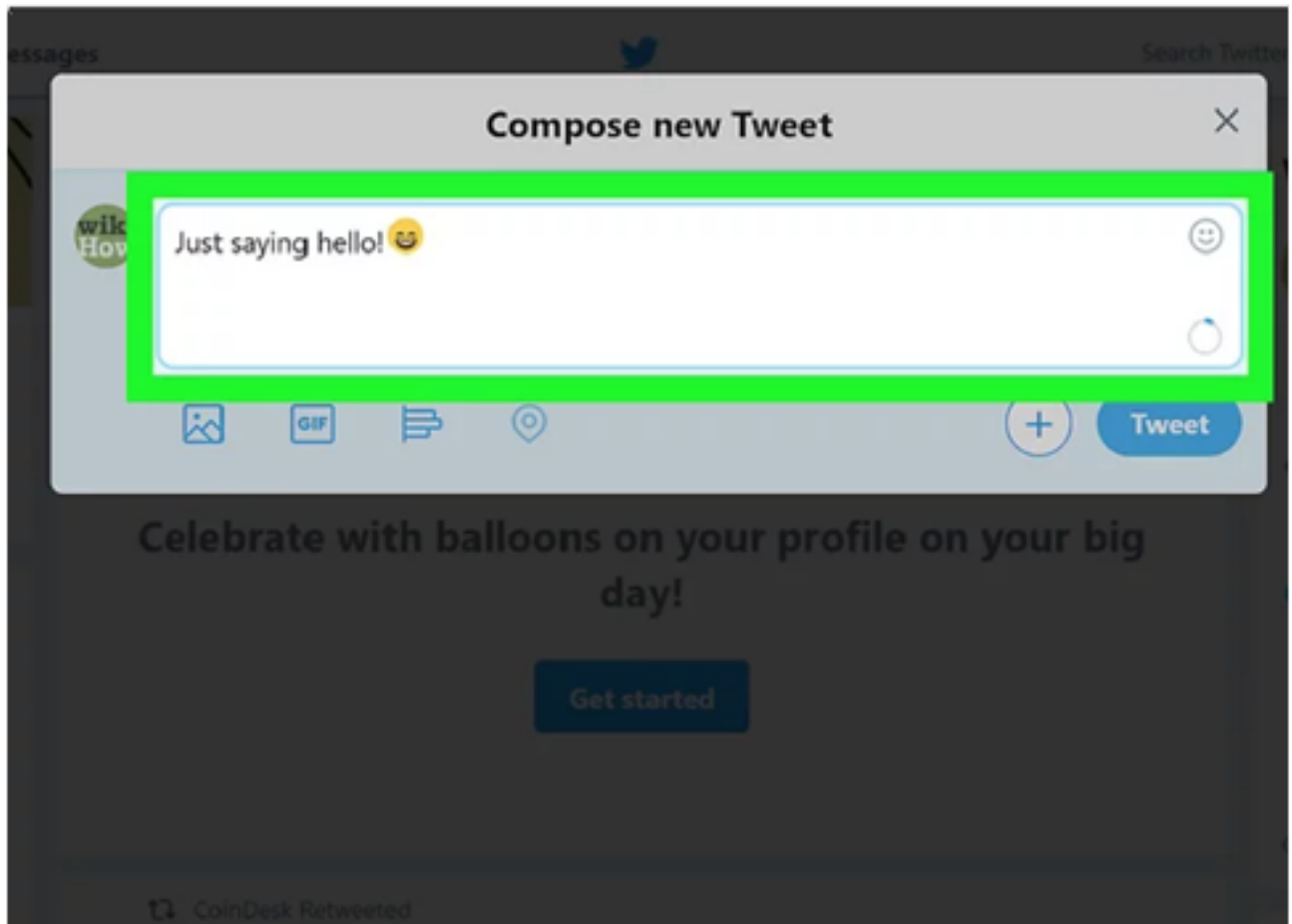
Source: <https://www.wikihow.com/Tweet-Someone> / 31.06.2022



### Step 3:

Enter your Tweet. Tweets can be up to 280 characters long, including tags, mentions, and links.

Jeśli chcesz uwzględnić w swojej odpowiedzi innego użytkownika, wpisz gdzieś w odpowiedzi nazwę użytkownika tej osoby (zaczynającą się od symbolu "@"). Dzięki temu użytkownik zostanie powiadomiony, że włączyłeś go do rozmowy.



Źródło: <https://www.wikihow.com/Tweet-Someone/>, 31.06.2022

#### Krok 4:

##### Dołącz media do tweeta.

Kliknij ikonę zdjęcia poniżej pola tekstowego, aby wstawić maksymalnie 4 zdjęcia.

Kliknij ikonę GIF, aby dołączyć animowany plik .GIF.

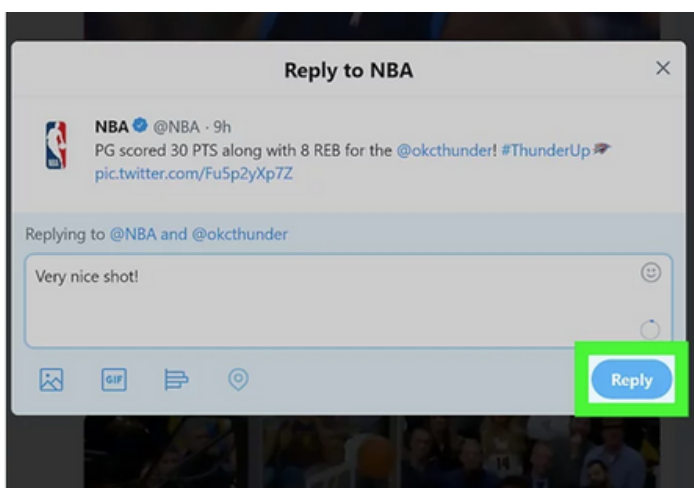
Kliknij ikonę wykresu słupkowego, aby dodać ankietę.

Kliknij ikonę pinezki, aby oznaczyć swoją lokalizację.



#### Krok 5:

Kliknij lub stuknij przycisk Odpowiedz. W ten sposób prześlesz użytkownikowi swoją odpowiedź za pomocą tweeta. Tweet zostanie dodany do wątku rozmowy, który można przejrzeć, klikając lub stukając datę lub godzinę obok oryginalnego tweeta.



Źródło: <https://www.wikihow.com/Tweet-Someone/>, 31.06.2022

Źródło: <https://www.wikihow.com/Tweet-Someone/>, 31.06.2022

### Krok 6:

Wpisz nazwę użytkownika osoby, do której chcesz skierować tweeta. Dołącz symbol "@" na początku nazwy użytkownika (np. @wikiHow, @Kasia Kowalska). W zależności od tego, gdzie umieścisz wzmiankę, otrzymasz różne wyniki:

Aby tweetować bezpośrednio do jednej osoby, umieść @username na początku tweeta (przed resztą tekstu).

Na przykład, jeśli napiszesz tweeta @wikiHow Po prostu witaj!, tweet zostanie wysłany bezpośrednio do @wikiHow. Twój zwolennicy nie zobaczą go w swoich kanałach, chyba że śledzą również @wikiHow.

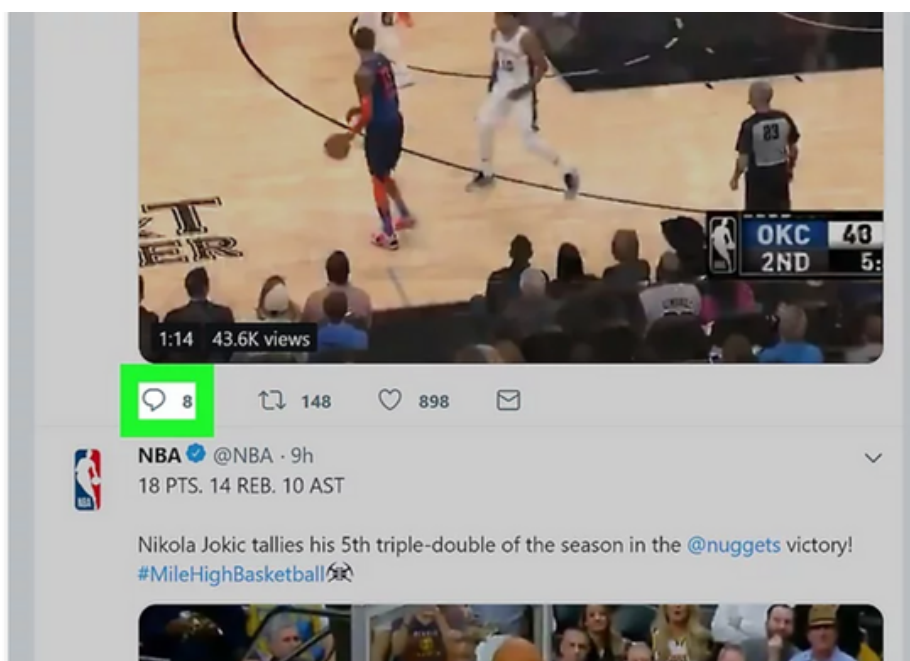
Jeśli chcesz zwrócić uwagę użytkownika (lub umieścić link do jego profilu), umieść @username w dowolnym miejscu tweeta, z wyjątkiem początku.

Na przykład, jeśli Twój tweet ma treść Hello @wikiHow!, użytkownik @wikiHow zostanie powiadomiony, że wspomniałeś o nim w tweecie. Tweet pojawi się w kanałach Twoich obserwatorów w normalny sposób.

### Krok 7:

Kliknij lub stuknij Tweetnij, aby wysłać. Wszyscy wymienieni użytkownicy otrzymają powiadomienie, że zostali wymienieni w tweecie (o ile Twoje tweety są dla nich widoczne).

Aby wyświetlić listę tweetów, w których inni użytkownicy wspomnieli o Tobie, kliknij lub stuknij ikonę dzwonka (u góry na komputerze lub u dołu w aplikacji mobilnej), a następnie wybierz opcję Wzmianki.



Źródło: <https://www.wikihow.com/Tweet-Someone/>, 31.06.2022

Źródło: <https://www.wikihow.com/Tweet-Someone/>, 31.06.2022

# ĆWICZENIE NR 1

## Skomentuj wybranego przez siebie TWITTA

### Krok 1

Otwórz Twittera.

Odpowiadając bezpośrednio na czyjś tweeta, nie tylko wysyłasz tweeta bezpośrednio do tej osoby, ale także dodajesz swoją odpowiedź do trwającej rozmowy.

Twoi obserwatorzy nie zobaczą Twoich odpowiedzi w swoich kanałach, chyba że śledzą również użytkownika, któremu odpowiadasz (lub odwiedzą sekcję Tweety i odpowiedzi w Twoim profilu).

### Krok 2

Przejdź do tweeta, na który chcesz odpowiedzieć. Możesz przewinąć go w swoim kanale lub wyszukać użytkownika, wpisując jego nazwę użytkownika w polu wyszukiwania.

Kliknij lub stuknij ikonę dymka czatu. Znajduje się ona poniżej lewego dolnego rogu tweeta. Zostanie wyświetlone okno zawierające pole do wpisywania tekstu.

Jeśli inni użytkownicy odpowiedzieli na tego tweeta, możesz zobaczyć ich odpowiedzi, klikając lub stukając datę lub godzinę obok oryginalnego tweeta.



## INSTAGRAM – mini wykład

Instagram to aplikacja oraz portal internetowy, które służą do dzielenia się zdjęciami. Cechą charakterystyczną jest kwadratowy format, do którego dostosowywane są fotografie. W ramach Instagrama znajduje się wiele filtrów, które pozwalają uatrakcyjnić naszą twórczość.

*Nazwa aplikacji pochodzi od połączenia słów instant camera i telegram. Konta mają zarówno osoby prywatne, celebryci (najczęściej obserwowani na platformie) jak i firmy, które w ten sposób promują swoją działalność. Autorzy najchętniej oglądanych profili dostają nieraz propozycje zarobku np. przez lokowanie produktu. Mogą także sprzedawać swoje zdjęcia.*

Instagram, podobnie jak Facebook, posiada tablicę, gdzie pojawiają się najnowsze zdjęcia naszych znajomych. Aplikacja pozwala na interakcje za pomocą wiadomości prywatnych i komentarzy pod postami. Możemy też docenić fotografię czy film serduszkami. Istotną cechą Instagrama jest obecność hashtagów, czyli oznaczeń zdjęć, które określają np. miejsce, czas, atmosferę czy emocje, z jakimi pozwiązujemy publikowaną grafikę. Tagi w języku angielskim

- edytowanie zdjęć za pomocą filtrów i innych narzędzi takich jak napisy, naklejki czy rysunki;
- tworzenie kolaży;
- tworzenie historii na podstawie zdjęć i filmów, które znikają po 24 godzinach
- komunikacja ze znajomymi i udostępnianie im naszych treści;
- publikowanie postów tekstowych, nie zawierających zdjęć czy filmów;
- tagowanie (hashtagi) zdjęć, pozwalające na łatwiejsze znalezienie profilu przez innych użytkowników.

# Instagram



## KARTA PRACY NR 1

### Instagram

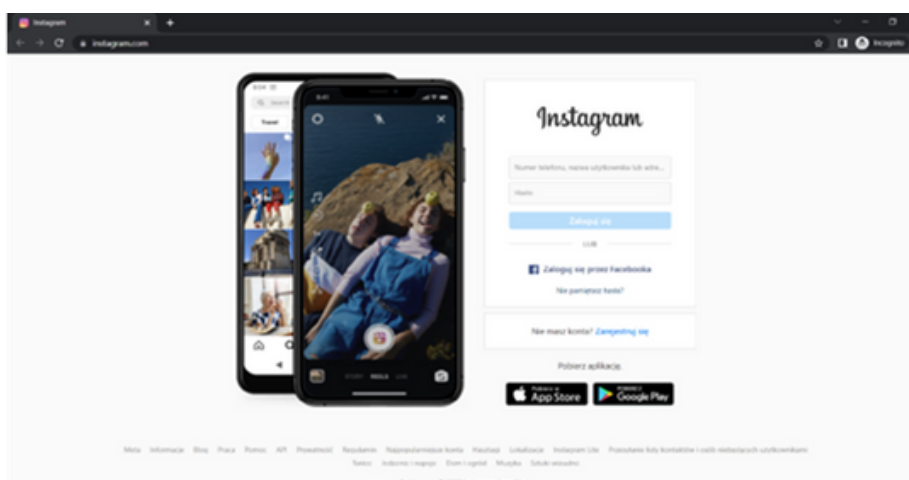
Zarejestruj swoje konto na Instagramie.

Pamiętaj tak jak w przypadku każdego konta, aby je dobrze zabezpieczyć. hasło nie powinno być za krótkie, powinno zawierać co najmniej jedną dużą literę, co najmniej jedną cyfrę oraz jakiś znak szczególny np. !, #, \$ itp.

Link: [www.Instagram.com](http://www.Instagram.com)

Jak zarejestrować konto:

- Wejdź na stronę instagrama
- Kliknij „Zarejestruj konto”
- Wpisz wszystkie dane potrzebne do logowania
- Zarejestruj Konto



## KARTA PRACY NR 2

### Instagram - POST

Dodaj dowolny post na Instagram.

Wybierz dowolne zdjęcie, pamiętaj o umieszczeniu podpisu, użyj hashtagów #, upiększ zdjęcie, oznacz miejsce.

Jak dodawać posty:

Krok 1. Stuknij ikonę + w górnej części ekranu.



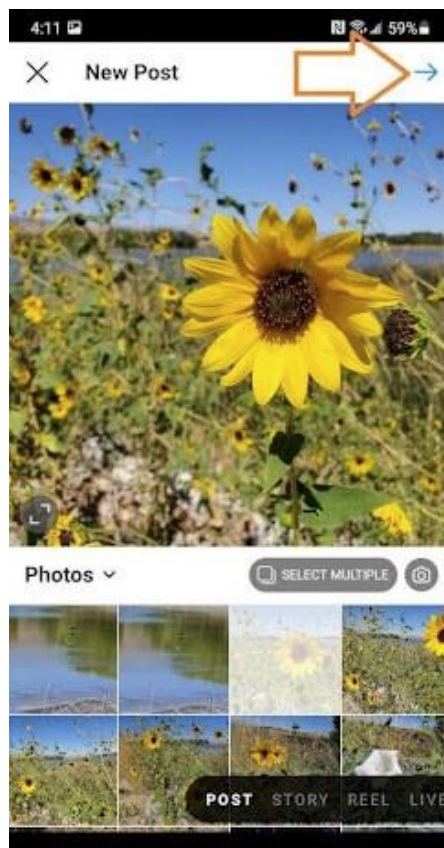
Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>,  
pobrane: 30.06.2022

Kliknij znak plusa, a będziesz gotowy do następnego kroku, który znajduje się poniżej.

**Krok 2. Wybierz zdjęcie lub wideo ze swojej biblioteki albo zrób je w aplikacji.**

Instagram pokaże Ci zdjęcia już zapisane w telefonie. Wybierz jedno z nich, które chcesz opublikować. Możesz też kliknąć ikonę aparatu, aby zrobić zdjęcie lub nagrać wideo w samej aplikacji Instagram, jeśli nie masz jeszcze zdjęcia, którego chcesz użyć.

Po wybraniu i wykadrowaniu zdjęcia (lub karuzeli wielu zdjęć) kliknij przycisk strzałki w prawym górnym rogu aplikacji.



Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>,  
pobrane: 30.06.2022

**Krok 3. Opublikuj wiele zdjęć na Instagramie.**

Masz wiele zdjęć i chcesz je wszystkie wyróżnić? Instagram pozwala Ci na to dzięki funkcji karuzeli.



Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>,  
pobrane: 30.06.2022



Gdy będziesz chciał stuknąć zdjęcie lub wideo, najpierw stuknij ikonę tuż nad zdjęciami po prawej stronie, która wygląda jak ułożone w stos kwadraty. Po stuknięciu tej ikony w rogu każdego zdjęcia lub filmu zobaczysz liczbę. Numer ten informuje, gdzie dana zawartość pojawi się w karuzeli.

#### *Krok 4. Przycinanie obrazu.*

Na Instagramie nie jesteś ograniczony tylko do kwadratowych zdjęć. Możesz również udostępniać obrazy poziome lub pionowe. Aby zdjęcie było bardziej widoczne, uszczypnij ekran zdjęcia wybranego na ekranie Biblioteka.

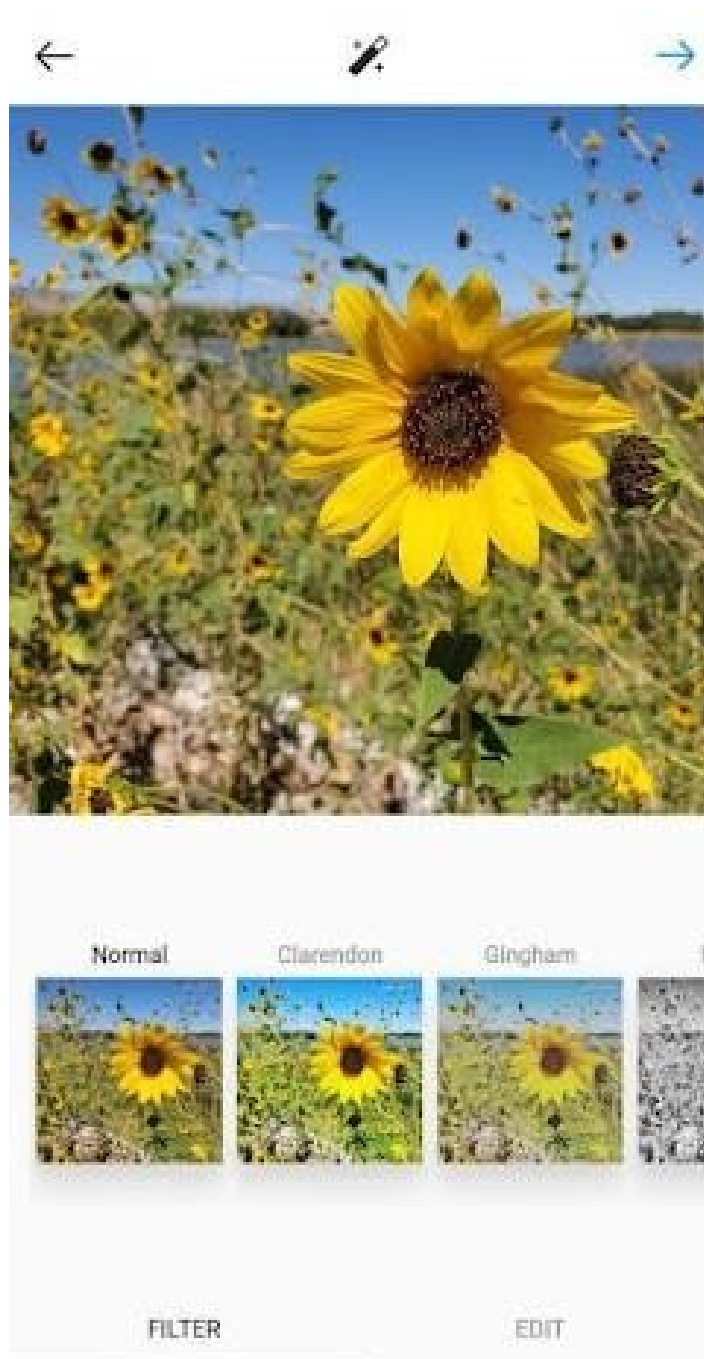


Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>,  
pobrane: 30.06.2022

### Krok 5. Wybierz filtr.

Instagram oferuje 24 filtry. Domyślnie filtr zostanie zastosowany z pełną mocą. Jeśli jednak chcesz zmniejszyć intensywność filtra, kliknij dwukrotnie kafelek filtra po jego nałożeniu, a pojawi się selektor skali, który pozwoli Ci zmniejszyć efekt.

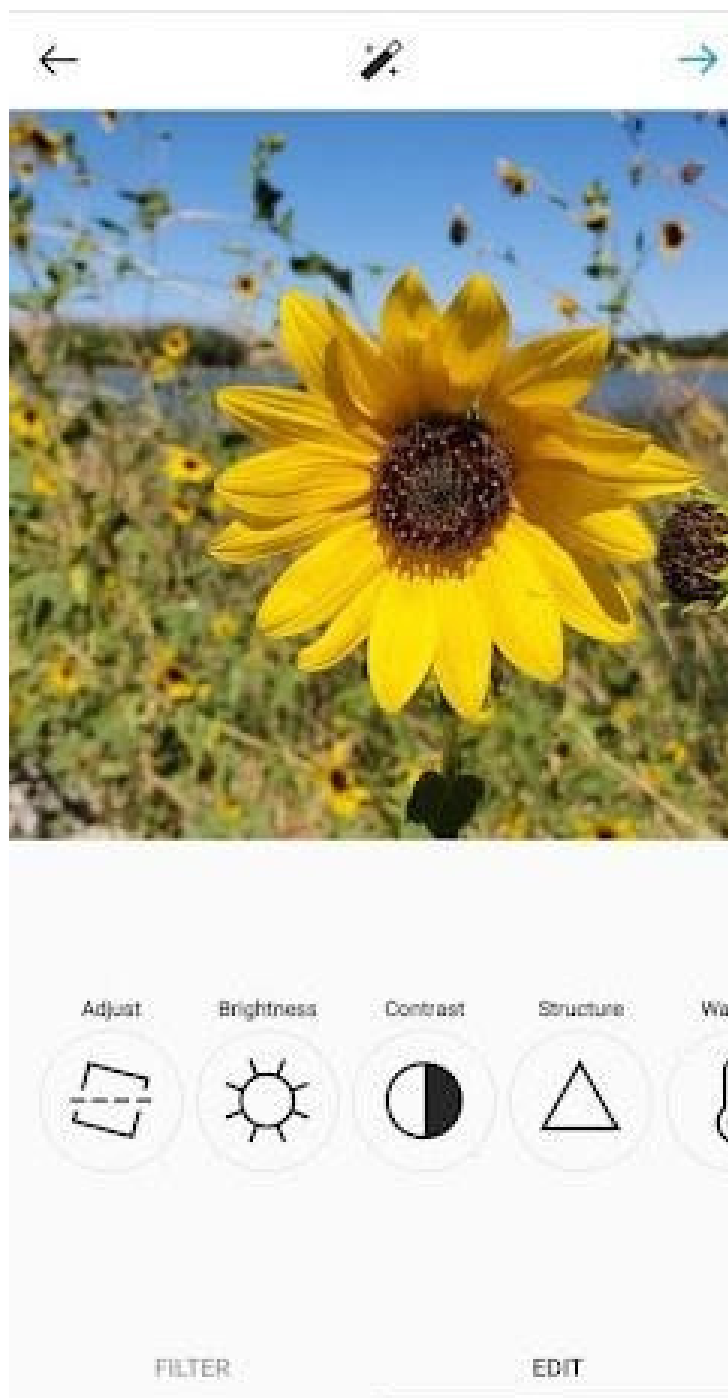
Możesz też dotknąć magicznej różdżki u góry ekranu, aby jeszcze bardziej dostosować zdjęcie.



Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>, pobrane: 30.06.2022

**Krok 6. Edytuj swoje zdjęcie.**

Możesz również kliknąć "Edytuj" na dole po prawej stronie, aby dostosować zdjęcie do swoich potrzeb.



Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>, pobrane: 30.06.2022

Opcje edycji, które są wbudowane w Instagram:

**Dostosuj** - pomaga subtelnie obrócić zdjęcie wzdłuż płaszczyzny środkowej, nadając mu nachylenie w lewo lub w prawo zgodnie ze skalą liniową u dołu ekranu.

**Jasność** - pomaga rozjaśnić lub przyciemnić obraz. Wystarczy przesunąć wybierak w lewo, aby przyciemnić, lub w prawo, aby rozjaśnić.

**Kontrast** - służy do zwiększania lub zmniejszania intensywności kolorów obrazu. Przeciągnij selektor w lewo, aby uzyskać mniejszy kontrast (efekt przyciemnienia), lub w prawo, aby uzyskać większy kontrast (efekt większej intensywności).

**Struktura** - pomaga dodać do obrazu efekt zbliżony do jakości HD, uwypuklając poszczególne szczegóły zdjęcia. Przeciągnij selektor w prawo, aby nadać obrazowi wyrazistości.

**Ciepło** - umożliwia dostosowanie temperatury zdjęcia. Przeciągnij wybierak w lewo, aby zwiększyć ilość chłodnych tonów na zdjęciu, lub przeciągnij wybierak w prawo, aby zwiększyć ilość ciepłych tonów na zdjęciu.

**Nasycenie** - umożliwia regulację nasycenia kolorów na zdjęciu. Przeciągnij wybierak w lewo, aby zmniejszyć nasycenie obrazu (do końca w lewo, jeśli chcesz uzyskać monochromatyczny wygląd), lub przeciągnij wybierak w prawo, aby uzyskać bardzo nasycone kolory.

**Kolor** - w tym obszarze dostępne są różne opcje kolorów, które można nakładać na obraz, aby uzyskać interesujące efekty kolorystyczne. Wystarczy wybrać kolor i zobaczyć w oknie podglądu, jak zmienia on obraz.

**Zanik** - funkcja ta zmniejsza intensywność czerni na obrazie, tworząc efekt "postarzonego" zdjęcia. Wystarczy przeciągnąć selektor w prawo, aby uzyskać większy stopień wygaszenia.

**Światła** - pozwala kontrolować intensywność światła na obrazie. Przeciągnięcie selektora w lewo spowoduje przyciemnienie światła na obrazie, natomiast przeciągnięcie selektora w prawo spowoduje ich rozjaśnienie.

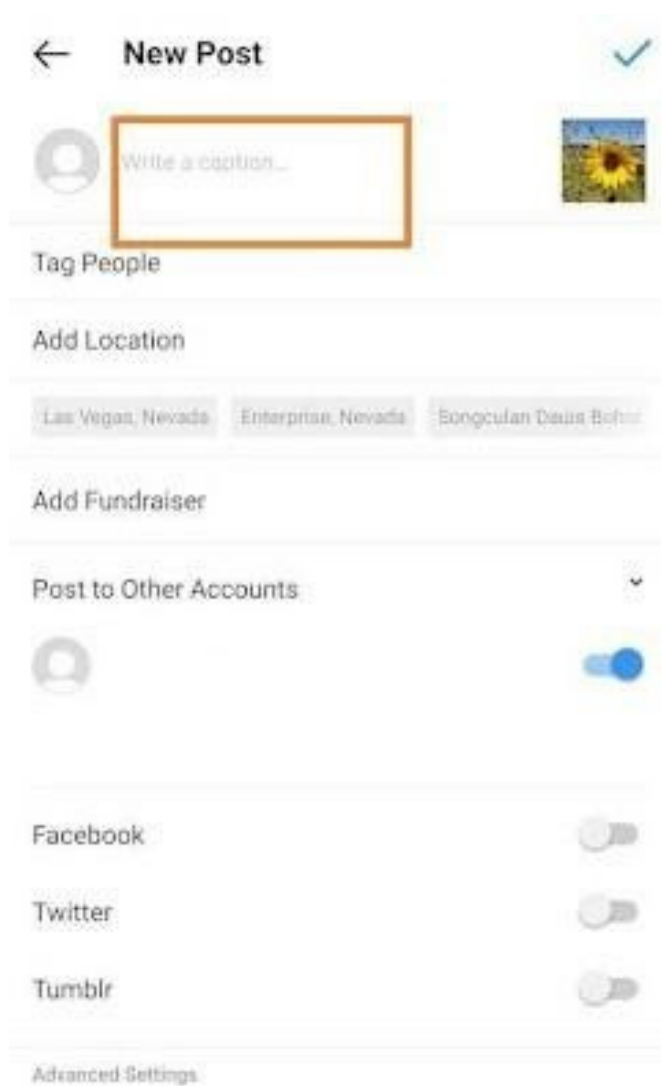
**Cienie** - pozwala kontrolować intensywność cieni na obrazie. Przeciągnięcie selektora w lewo spowoduje przyciemnienie cieni na zdjęciu, natomiast przeciągnięcie selektora w prawo spowoduje rozjaśnienie cieni na zdjęciu.

**Winieta** - powoduje przyciemnienie rogów obrazu, pozostawiając w środku kształt koła. Przeciągnij selektor do końca w prawo, aby uzyskać najbardziej dramatyczną winietę.

**Podświetlenia** - pozwala kontrolować intensywność podświetlenia na obrazie. Przeciągnięcie selektora w lewo spowoduje przyciemnienie światła na zdjęciu, natomiast przeciągnięcie selektora w prawo spowoduje ich rozjaśnienie.

### *Krok 7. Wpisz swój podpis.*

Wykaż się kreatywnością i napisz ciekawy podpis do swojego zdjęcia. Ponieważ tekst może pomóc zoptymalizować Twój post w wyszukiwarce Instagrama, napisanie czegoś może przynieść Ci tylko korzyści.



Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>, pobrane: 30.06.2022

### **Krok 8. Użyj hashtagów do optymalizacji postu.**

Dzięki funkcji wyszukiwania na Instagramie użytkownicy mogą wyszukiwać według hashtagów tj. znak #. Powinieneś więc upewnić się, że wpisujesz odpowiednie hashtagi w swoim podpisie. Jeśli ktoś wyszuka hashtag, który umieściłeś w podpisie, może znaleźć Twój post, jak również inne, które zawierały ten sam hashtag.

### **Krok 9. Oznacz znajomych.**

Na stronie nowego postu możesz kliknąć "Oznacz ludzi", aby oznaczyć inne konta na Instagramie w swoim poście. Możesz też umieścić ich identyfikator (lub nazwę użytkownika zaczynającą się od symbolu @) w podpisie.

### **Krok 10. Dodaj swoją lokalizację.**

Jeśli jesteś na fajnych wakacjach lub na ciekawym wydarzeniu i nie masz ochoty umieszczać tej informacji w podpisie, możesz zaznaczyć miejsce, w którym się znajdujesz, w inny sposób. Na stronie nowego postu stuknij opcję "Dodaj lokalizację", aby umieścić lokalizację na zdjęciu (co ułatwi użytkownikom znalezienie postu).

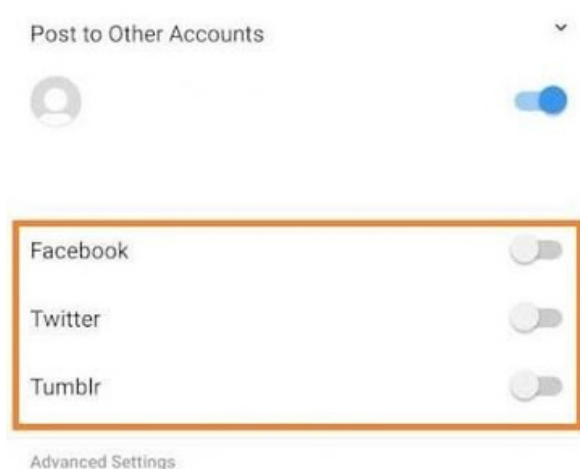
Gdy opublikujesz zdjęcie lub wideo z lokalizacją, pojawi się ona między Twoim imieniem i nazwiskiem a blokiem treści w kanale.

### **Krok 11. Baw się emotikonami - emoji.**

Emotikony są zabawne i mogą sprawić, że Twój podpis będzie bardziej przyciągał uwagę. Jeśli znasz kilka odpowiednich emotek, które mogą pasować do Twojego postu, umieść je w podpisie. Na przykład, jeśli publikujesz zdjęcie z wakacji, możesz umieścić w podpisie palmę 🌴 lub samolot ✈️, aby pokazać, że gdzieś poleciałeś.

### **Krok 12. Udostępnij post na innych platformach mediów społecznościowych.**

Na koniec, jeśli chcesz udostępnić swoje treści w innych, połączonych z Instagramem serwisach społecznościowych (takich jak Facebook czy Twitter), po prostu przesuń pasek z lewej strony na prawą.

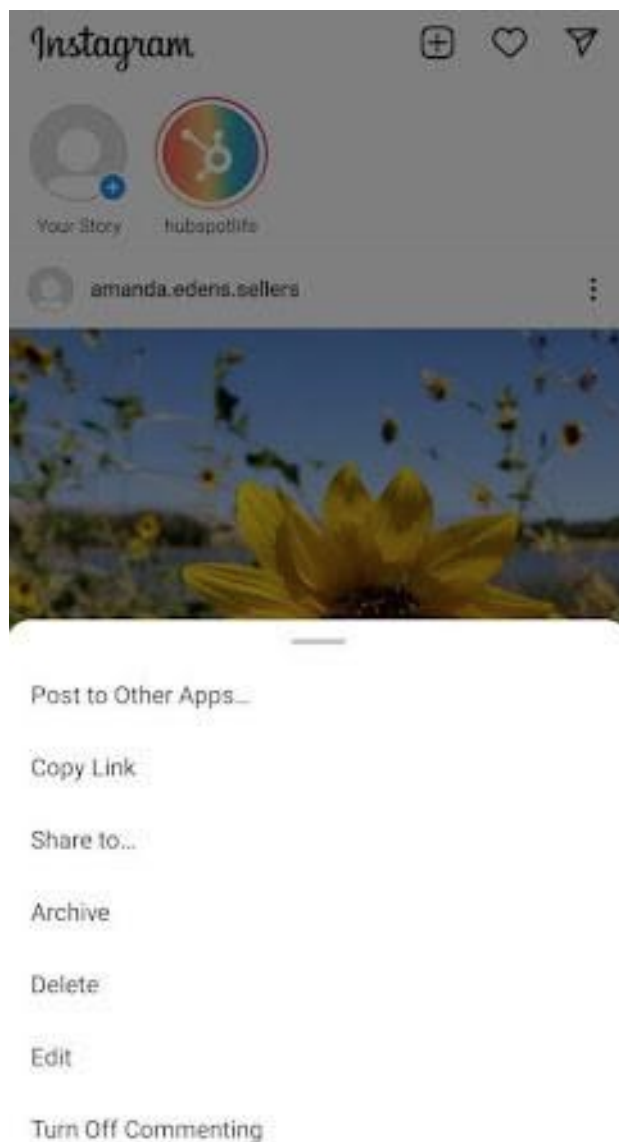


Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>, pobrane: 30.06.2022

Gdy będziesz gotowy do opublikowania postu, kliknij "Udostępnij" w prawym górnym rogu.

### Krok 13. Edytuj post.

Po prostu stuknij trzy kropki, które pojawiają się po prawej stronie naprzeciwko Twojego imienia i nazwiska, a następnie stuknij "Edytuj".



Źródło: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-post-on-instagram>, pobrane: 30.06.2022

Wprowadź poprawki, które uważasz za stosowne, i zapisz je, aby znalazły odzwierciedlenie na Twoim Instagramie. W przeciwnym razie Twój post jest kompletny i dostępny dla wszystkich.

## KARTA PRACY NR 3 INSTAGRAM

Chcesz stworzyć profil na instragramie dla Twojej zaprzyjaźnionej organizacji lub biznesu, który właśnie zakładasz. Przygotuj profil swojego konta. Opisz go w maksymalnie 200 słowach. Przygotuj również BIO jako unikalną wizytówkę (50 słowach) oraz określ cel swojego profilu – jeden główny.

### CEL TWOJEGO PROFILU



### PROFIL – 200 słów



### BIO – 50 słów





## KARTA PRACY NR 4 INSTAGRAM

Jeśli już jesteś użytkownikiem Instragrama określ swój stopień zaangażowania w publikowane treści. Odpowiedz na poniższe pytania:

- Czy odpowiadasz na komentarze i wiadomości, które otrzymujesz?

.....  
.....

- Czy angażujesz się w ciekawe i wartościowe dyskusje?

.....  
.....

- Czy wchodzisz w interakcję z innymi kontami?

.....  
.....

- Czy wspominasz na swoim profilu i w relacjach o innych twórcach, których cenisz?

.....  
.....

- Czy publikujesz treści, które są wartościowe dla Twoich odbiorców?

.....  
.....

## IV Zakończenie warsztatów (20 MIN.)

Prowadzący prosi, aby uczestnicy usiedli w kręgu i każdy odpowiedział na pytanie:

- *Co Ci się najbardziej podobało na dzisiejszych warsztatach?*
- *Co zabierzesz dla siebie?*
- *Co najbardziej zaskoczyło Cię i przykuło Twoją uwagę?*
- *Jak wpłynęły na Ciebie warsztaty?*
- *Jakie rzeczy zamierzasz zmienić w swoim zachowaniu?*

Po zakończeniu wypowiedzi uczestników prowadzący dziękuje za udział w warsztatach oraz prowadzący prosi o wypełnienie ankiet ewaluacyjnych. Po zabraniu ankiet prowadzący rozdaje dyplomy.



# V Ankieta ewaluacyjna



DROGA UCZESTNICZKO/ DROGI UCZESTNIKU,  
MAMY NADZIEJĘ, ŻE WARSZTATY BYŁY DLA CIEBIE INTERESUJĄCE  
I MOGŁEŚ/MOGŁAŚ DOWIEDZIEĆ SIĘ WIELU CIEKAWYCH RZECZY.  
ZALEŻY NAM NA OTRZYMANIU OD CIEBIE INFORMACJI ZWROTNEJ, DLATEGO BĘDZIEMY  
BARDZO WDZIĘCZNI ZA POŚWIĘCONY CZAS I WYPEŁNIENIE PONIŻSZEJ ANKIETY.

ANKIETA JEST ANONIMOWA.

**1. CZY WARSZTATY POZWOLIŁY CI UZYSKAĆ UMIEJĘTNOŚCI, KTÓRE PRZYDADZĄ SIĘ  
W ŻYCIU CODZIENNYM?**

ZDECYDOWANIE      TAK RACZEJ      TAK RACZEJ NIE      ZDECYDOWANIE NIE

**2. CZY WARSZTATY DOSTARCZYŁY CI UŻYTECZNYCH WSKAZÓWEK I TECHNIK  
DOTYCZĄCYCH FUNKCJONALNOŚCI WYBRANYCH STRON (FACEBOOK, INSTAGRAM,  
GOOGLE, TWITTER)?**

ZDECYDOWANIE      TAK RACZEJ      TAK RACZEJ NIE      ZDECYDOWANIE NIE

**3. CZY WARSZTATY DOSTARCZYŁY CI UŻYTECZNYCH WSKAZÓWEK, KTÓRE MOGĄ BYĆ  
POMOCNE W TWOJEJ PRACY ZAWODOWEJ?**

ZDECYDOWANIE      TAK RACZEJ      TAK RACZEJ NIE      ZDECYDOWANIE NIE

**4. KTÓRA CZĘŚĆ WARSZTATÓW PODOBAŁA CI SIĘ NAJBARDZIEJ I DLACZEGO?**

.....

.....

**5. CZY CHCIAŁABYŚ/ CHCIAŁBYŚ WZIĄĆ UDZIAŁ W INNYCH WARSZTATACH  
TEMATYCZNYCH?**

TAK                      NIE

**6. JEŚLI TAK, PROSIMY O WYPISANIE TEMATÓW, KTÓRE BYŁYBY DLA CIEBIE INTERESUJĄCE.**

.....

.....

**7. DODATKOWY KOMENTARZ**

.....

.....

**DZIĘKUJEMY ZA WYPEŁNIENIE ANKIETY!**



Develop Your  
Creativity

# DYPLOM

ZAŚWIADCZA SIĘ, ŻE

.....  
(IMIĘ I NAZWISKO UCZESTNIKA)

WZIAŁ/WZIĘŁA UDZIAŁ W WARSZTATACH  
"FUNKCJONALNOŚCI WYBRANYCH STRON (FACEBOOK,  
INSTAGRAM, GOOGLE, TWITTER) ORAZ EDUKOWANIE  
DOROSŁYCH JAK BEZPIECZNIE I W PEŁNI WYKORZYSTAĆ  
JE DO SWOICH POTRZEB"

ROZBUDŹ W SOBIE KREATYWNOŚĆ  
ERASMUS PROJECT NR 2020-1-PL01-KA227-ADU-095783

PROWADZĄCY WARSZTATY:

DATA:

MIEJSCOWOŚĆ:



Współfinansowane przez  
Unię Europejską