

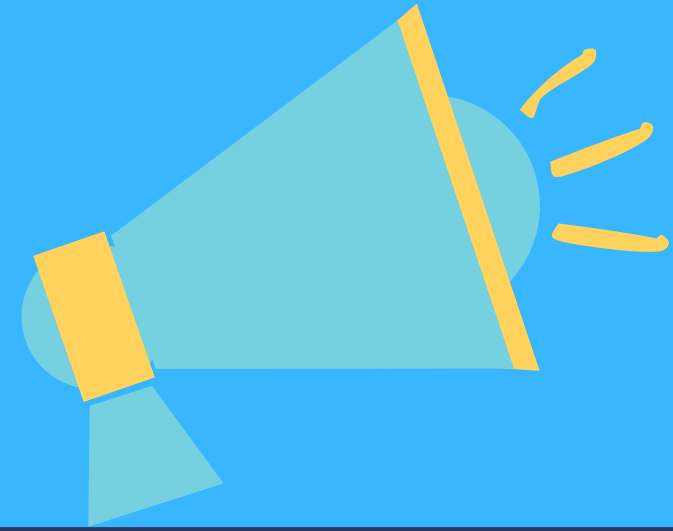
M@PS

Dein Online-Image

Die Aktivitäten unterstehen der Lizenz [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Sie basieren auf den „Tools Across Areas of digital life“ der „[Digital Citizenship+Resource Plattform](https://dcrp.berkman.harvard.edu/)“ (<https://dcrp.berkman.harvard.edu/>) des „Youth and Media team“ des „[Berkman Klein Center for Internet & Society](https://cyber.harvard.edu/)“ (<https://cyber.harvard.edu/>) und wurden 2022 von Sabrina Schön im Rahmen des Projekts [M@PS](https://fr-agil.uni-frankfurt.de/maps/) (<https://fr-agil.uni-frankfurt.de/maps/>) stark überarbeitet.



Wer kennt eure Geheimnisse?

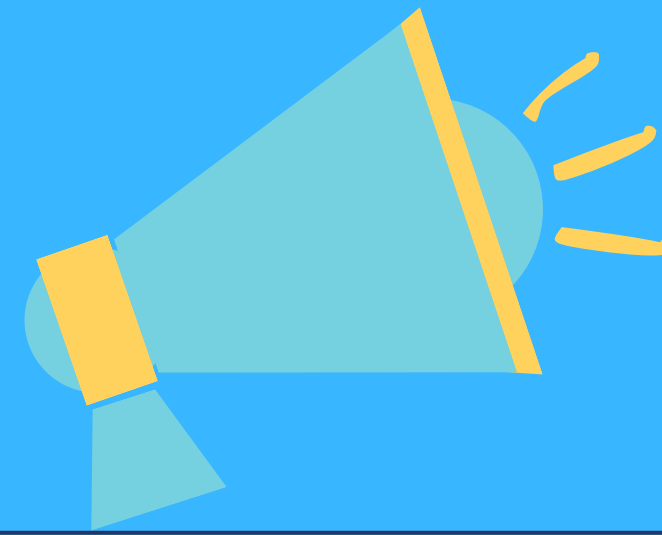


Denkt an ein Geheimnis und behaltet es im Hinterkopf. Ihr teilt dieses Geheimnis mit niemandem und schreibt es auch nicht auf.

Beantwortet jetzt die folgenden Fragen für euch selbst im Kopf. Sprecht eure Antworten nicht laut aus und schreibt sie nicht auf:

1. Wie viele Menschen in diesem Raum kennen euer Geheimnis?
2. Wie viele Menschen in eurer Nachbarschaft kennen euer Geheimnis?
3. Wie viele Menschen, die ihr noch nie persönlich getroffen habt, kennen euer Geheimnis?

Wer kennt eure Geheimnisse?



Stellt euch vor, ihr müsstet euer Geheimnis auf einen Zettel schreiben, und eine Person in dieser Gruppe würde diesen lesen. Beantwortet die Fragen noch einmal, wieder nur im Kopf, sprecht eure Antworten nicht aus und schreibt sie nicht auf. Stellt euch vor, es wäre eine Woche vergangen:

1. Wie viele Menschen in diesem Raum würden euer Geheimnis jetzt kennen?
2. Wie viele Menschen in eurer Nachbarschaft würden euer Geheimnis jetzt kennen?
3. Wie viele Menschen, die ihr noch nie persönlich getroffen habt, würden euer Geheimnis jetzt kennen?

Deine Zielgruppe



- Eine Zielgruppe ist eine Person oder eine Gruppe von Menschen mit Zugriff auf eine bestimmte Information.
- Wenn ihr versteht, wer zu eurer Zielgruppe gehört, könnt ihr leichter entscheiden, welche Informationen ihr teilen und welche Informationen ihr für euch behalten möchtet.
- Oft interessieren sich Menschen besonders für private – insbesondere peinliche – Informationen über andere.
- Ist eine private Information einmal im Internet, kann es daher sehr schwierig sein, zu kontrollieren, wer sie sieht.

Deine Zielgruppe

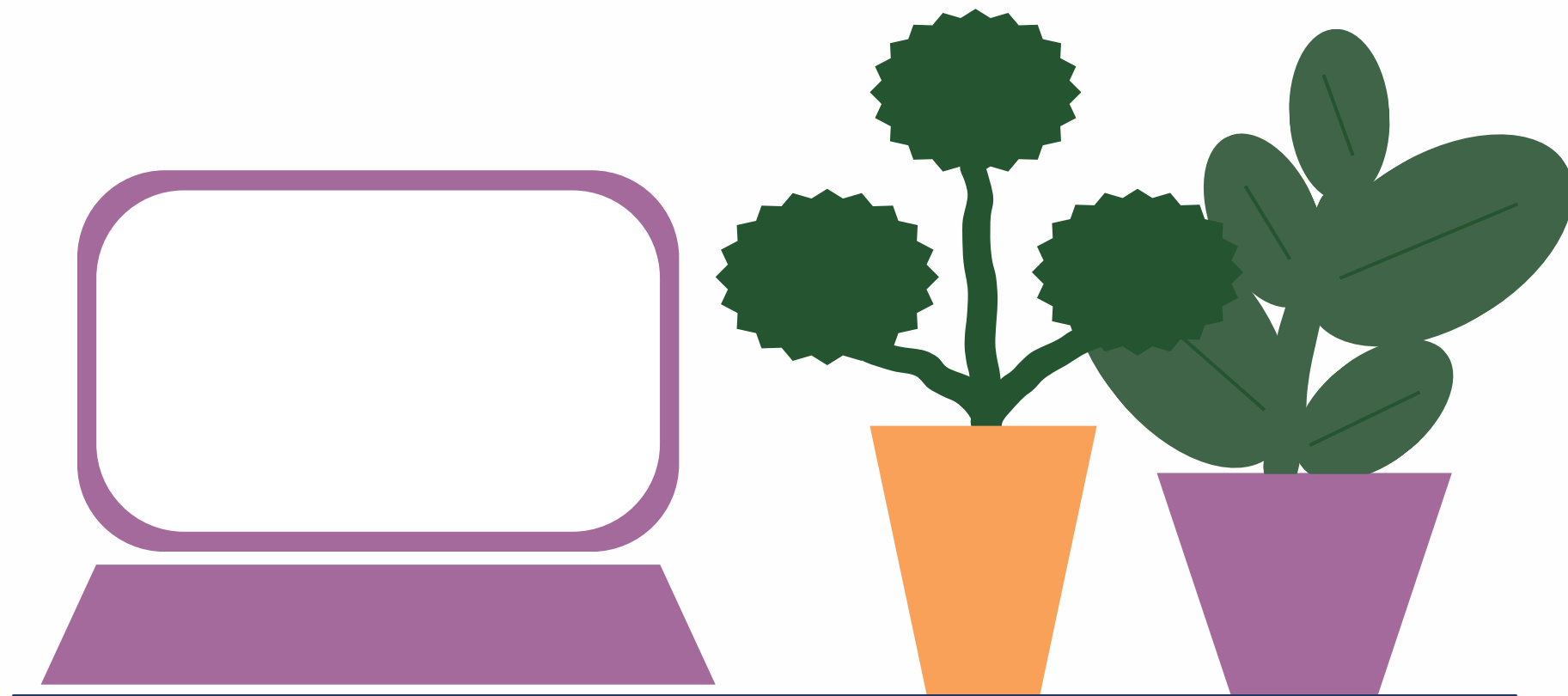


- Durch neue Technologien können Zielgruppen sehr schnell wachsen.
- Ein schnelles Wachstum der Zielgruppe ist toll, wenn ihr eure Arbeit mit vielen Menschen teilen möchtet, aber nicht, wenn Informationen privat bleiben sollen.
- Informationen, die ihr online teilt, können sich weit verbreiten. Auch dann, wenn ihr sie direkt mit einer einzelnen Person teilt.

Je nach euren Privatsphäre-Einstellungen und der gewählten Social-Media-Plattform kann eure Zielgruppe aus verschiedenen Personen bestehen:

- nur aus euren engsten Freund*innen, euren Abonnent*innen oder euren Kontakten
- allen Nutzer*innen der Social-Media-Plattform
- allen, die online nach euch suchen

Doch unabhängig davon, wer die Zielgruppe ist, können Informationen kopiert und woanders gepostet werden.



Beantwortet die Fragen zu eurer Zielgruppe:

- Wer ist eure beabsichtigte Zielgruppe, wenn ihr eine Nachricht sendet ?
- Wie könnte eine Nachricht, die ihr an eine Person sendet, in die Hände von jemand anderem gelangen?
- Wann könnte es hilfreich sein, eine größere Zielgruppe zu erreichen?
- Wann könnte es problematisch sein, eine größere Zielgruppe als beabsichtigt zu erreichen?
- In welchen Situationen kann ein gutes Auftreten im Internet wichtig sein?

