

Репутація

Учасники мають подумати, як загальнодоступна в мережі інформація допомагає формувати думку про них. Вони визначають аудиторії для різних типів онлайн-спілкування, подумують, яка інформація має відобразитися, коли хтось шукає їх за ім'ям, і дізнаються про різні способи реагування на неприємний інтернет-вміст про себе.

Матеріали

Що робити? Роздатковий матеріал

Хто знає ваші таємниці?

Частина 1

Розкажіть учням

Яка у вас є таємниця про себе? Зберігайте її лише у своїй пам'яті. Вам не доведеться ні з ким нею ділитися чи записувати її.

Тепер подумки дайте відповіді на ці запитання. Не промовляйте відповіді вголос і не записуйте їх.

1. Скільки людей у цьому приміщенні знають вашу таємницю?
2. Скільки людей у вашому оточенні знають вашу таємницю?
3. Скільки людей, з якими ви ніколи не зустрічались особисто, знають вашу таємницю?

Уявіть, що вам потрібно записати цю таємницю на клаптику паперу й дати прочитати одній випадково вибраній людині з цієї групи. Ось ще кілька запитань. Знову відповідайте на них лише подумки, а не промовляючи відповідь вголос чи записуючи її. Через тиждень.

1. Скільки людей у цьому приміщенні знатиме вашу таємницю?
2. Скільки людей із вашого оточення знатиме вашу таємницю?
3. Скільки людей, з якими ви ніколи не зустрічались особисто, знатиме вашу таємницю?

Частина 2

Розкажіть учням

Подумайте про людей, які, імовірно, побачать вашу таємницю чи іншу інформацію про вас, як про "аудиторію" цих відомостей.

Краще відчуття аудиторії допоможе вам легше визначити інформацію, яку ви можете легко поширювати, і ту, якою не слід ділитися з іншими. Аудиторія складається з особи або групи людей, які мають доступ до певної інформації.

Завдяки новим технологіям сьогодні аудиторії можуть рости дуже швидко. Через ці можливості швидкого росту аудиторії людям складно (або й

неможливо) знати чи обмежити аудиторію своєї онлайн-інформації й активності. Хоча те, що аудиторії можуть розширюватися швидко, чудово, коли ви хочете поділитися своєю роботою з багатьма людьми, це зовсім не добре, особливо якщо мова йде про відомості, які ви хочете залишити конфіденційними.

На жаль, приватна інформація, а особливо компрометуючі відомості, часто цікавлять людей, які це бачать, тому щойно така інформація з'являється в мережі, дуже складно контролювати осіб, які бачать цей вміст.

Щоразу, коли ви поширюєте інформацію в мережі (навіть безпосередньо одній людині, зокрема текстовим чи приватним повідомленням), ви маєте бути готові, що вона може розповсюдитися за межі своєї цільової аудиторії.

Частина 3

Запитайте учнів

Хто ваша цільова аудиторія, коли ви публікуєте оновлення статусу, фото чи іншу інформацію в соціальних мережах?

Чи залежить це від соціальної мережі? Чи контексту?

Розкажіть учням

Це залежить від ваших налаштувань конфіденційності, а також від вибраної вами соціальної платформи, однак ваша аудиторія може включати лише найближчих друзів/підписників/зв'язки чи всіх користувачів платформи соціальної мережі або всіх, хто шукає вас в Інтернеті. Однак незалежно від аудиторії, інформацію можна скопіювати й опублікувати в іншому місці, хтось може сфотографувати вміст чи зробити знімок екрана або ж інформацією можуть поділитися в особистій розмові або в бесіді в мережі.

Запитайте учнів

Яка ваша цільова аудиторія, коли ви додаєте коментар у соціальній мережі?

Яка ваша цільова аудиторія, коли ви, наприклад, публікуєте допис у життєписі іншого користувача Facebook або додаєте вміст в обліковому записі соціальної мережі іншої особи (як-от коментуєте фото цієї особи, позначаєте її в дописі чи на фотографії)?

Розкажіть учням

Це залежатиме від ваших налаштувань конфіденційності та параметрів цієї особи, однак часто вміст бачитимуть друзі/підписники/зв'язки, серед яких будуть люди, яких ви не знаєте (наприклад, члени родини цієї особи, адміністратори чи шкільні вчителі).

Запитайте учнів

Хто ваша цільова аудиторія, коли ви надсилаєте повідомлення (наприклад, текстове повідомлення, електронний лист, приватне/пряме повідомлення в соціальній мережі)?

Розкажіть учням

Ваша аудиторія – це особа, якій ви надсилаєте повідомлення, однак будьте обережні, інші також можуть побачити його.

Запитайте учнів

Яким чином ваше повідомлення може потрапити до інших людей? [Серед можливих шляхів – фото/знімки екрана, пересилання й особиста розповідь по телефону.]

У яких випадках розголошення більшій аудиторії може бути корисним? [Можливі приклади: сподівання, що повідомлення потрапить до ширшої аудиторії, мобілізація людей, підвищення обізнаності.]

У яких випадках розголошення ширшій аудиторії може бути проблематичним? [Повідомлення ширшому колу людей, ніж планувалося, може спричинити для вас проблеми, осоромити вас, зашкодити репутації.]

У яких ситуаціях важливо підтримувати добру репутацію онлайн? [Можливі приклади: заяви в школу/коледж/університет, заяви на роботу, пошук нових друзів.]

Дослідження своєї репутації

Частина 1

Взаємодія в групі

Виберіть публічну особу (наприклад, з музичної сфери і/або кіноіндустрії [фільми/ТБ], політика, бізнес-лідера), яку знатимуть інші учасники. Пошукайте за її іменем у пошуковій системі в Інтернеті та разом з іншими учасниками розгляньте кілька результатів, що з'являться (скористайтеся проектором, щоб показати результати на екрані). Також перегляньте профілі цієї публічної особи в соціальних мережах. Через кілька хвилин попросіть двох учасників розіграти потенційну взаємодію між публічною особою та прихильником.

Запитайте учнів

Як почувається _____, зустрівши особу, яка знає багато відомостей про нього/неї?

Як він/вона почуватиметься, якщо ця інформація неправдива?

Скільки людей можуть отримати доступ до цієї інформації про _____?

Як _____ може контролювати інформацію про себе, що доступна в Інтернеті?

Частина 2

Розкажіть учням

Люди, яких ви зустрічаєте, використовуватимуть пошукові системи, щоб отримати більше інформації про вас. Будь-які відомості, які вони знайдуть, матимуть вплив на їхню думку про вас. Якщо ви хочете мати змогу контролювати, як люди сприймають вас, важливо знати, яку інформацію про вас, вони, імовірно, побачать.

До таких людей належать майбутні роботодавці та члени приймальних комісій шкіл/коледжів/університетів. Члени приймальних комісій можуть не повідомляти заявникам, що шукали їх в Інтернеті та/чи використовували інформацію з мережі для прийняття рішення щодо їх прийому.

Частина 3

Взаємодія в групі

Розділіть учасників на пари.

Розкажіть учням

Методом мозкового штурму назвіть три речі, які б ви хотіли бачити в результатах пошуку Google/в Інтернеті за вашим іменем. Наскільки ймовірно, на вашу думку, що ці відомості дійсно з'являться в результатах пошуку?

Поділіться своєю думкою з партнером.

Запитайте учнів

Які результати у вас і вашого партнера?

Підніміть руку, якщо ви раніше шукали своє ім'я в Інтернеті або в пошуковій системі Google. Що ви знайшли? Які фотографії знайшлися? Чи вдалося знайти інформацію про себе? Чи є у світі ще люди в таким самим ім'ям, що й у вас?

1. Якщо в них поширене ім'я, попросіть учасників додати певні відомості до свого пошуку, як-от рідне місто чи назву школи.

Можете попросити учасників пошукати своє ім'я в Інтернеті або в пошуковій системі Google, якщо в приміщенні є комп'ютери або мобільні пристрої з доступом до Інтернету.

Запитайте учнів

Шукаючи своє ім'я в Інтернеті чи Google, задайте три такі запитання.

1. Які перші кілька результатів?
2. Вам подобається ця інформація?
3. Що показують про вас як про людину інші результати? Як про студента? Як про співробітника?

Побачивши ці результати, яке враження про вас може отримати особа, яка не знає вас? Яке враження вона може мати, якщо натисне кілька перших результатів і прочитає інформацію в них?

Реагування на складну інформацію

Частина 1

Взаємодія в групі

Роздайте учасникам роздатковий матеріал "Що вам слід робити?". Розділіть учасників на пари. Попросіть учасників обговорити сценарії на аркушах і запропонувати по дві стратегії/рішення до кожного сценарію, а також подумати про потенційні наслідки своїх дій. Дайте їм на це завдання 15 хвилин.

Запитайте учнів

Що слід робити, коли хтось публікує про вас вміст, який вам не подобається та/або який ви вважаєте неприйнятним у цьому контексті?

Про що слід подумати, перш ніж публікувати вміст про іншу особу?

Реагування на негативну інформацію

Частина 1

Запитайте учнів

Чи можна щось зробити, якщо під час пошуку в Інтернеті за своїм іменем (наприклад, у пошуковій системі чи соціальній мережі) ви знайшли негативну інформацію про себе?

Назвіть приклади вмісту, який ви не хочете показувати іншим.

Частина 2

Розкажіть учням

Залежно від контексту й типу інформації, існують різні підходи щодо заходів, яких можна вжити, якщо ви натрапите на онлайн-вміст про себе, який вам не подобається.

Один із підходів – "зворотні аргументи", тобто привернення уваги/більша видимість позитивних історій про себе за допомогою створення вмісту, що показує вас у позитивному світлі, і керування ним. Наприклад, це можна зробити, представивши себе в соціальній мережі (якщо доречно), створивши блог чи зареєструвавши веб-сайт на основі свого імені.

Другий підхід передбачає різні заходи для видалення негативного вмісту. Наприклад нижченаведене.

1. Якщо ви бачите вміст, який вам не подобається (як-от ваше фото), ви можете спробувати зв'язатися безпосередньо з особою, яка його опублікувала (через соціальну мережу та/або додаток для обміну повідомленнями), і попросити її видалити такий вміст.
2. На багатьох платформах є інтерфейс для позначення інформації, яка, на вашу думку, дратівлива чи нецікава, вмісту (як-от фото, відео, текстових дописів), який показує вас у негативному/неприємному світлі або не має бути на платформі (наприклад, видається образливим, насильницьким чи забороненим), здається шахрайством. Після цього платформа перевіряє такий вміст на дотримання умов служби та правил спільноти.
3. У певних ситуаціях ви можете мати засоби правового захисту та змогу подати позов, залежно від юрисдикції та чинного законодавства (наприклад, у деяких випадках порушення приватності чи неправдивих тверджень, які шкодять репутації особи).

4. У деяких країнах чинні спеціальні закони, що вимагають, щоб платформи видаляли певні типи незаконного вмісту після сповіщення про нього [наприклад, Закон про захист соціальних мереж у Німеччині].
5. Також візьміть до уваги, що іноді спроба приховати/видалити/виправити вміст може ненавмисно привернути до нього ще більшу увагу.

Частина 3

Розкажіть учням

Крім того, люди, які проживають у Європейському Союзі ("ЄС") мають законне "право на видалення персональних даних", яке відоме як "право бути забутими" (воно застосовується, навіть коли такі особи подорожують або проживають за межами ЄС). Відповідно до цього права, як зазначено в Загальному регламенті захисту даних (General Data Protection Regulation, GDPR, "Регламент"), люди з ЄС можуть просити "контролерів даних" видалити певні типи інформації про них. ("Контролери даних" – це компанії, люди, урядові установи й інші особи, що приймають рішення про те, як обробляється інформація про вас.)

Існує шість причин, через які люди з ЄС можуть попросити видалити інформацію про себе. Кожна з цих причин охоплює низку обставин. Наприклад, одна з причин для подання запиту на видалення даних – інформацію було зібрано про "дитину", яка пізніше вирішує, що ризик поширення цієї інформації надто великий. Ця причина дуже загальна. Імовірно, існує безліч причин, через які двадцятип'ятирічна особа може вирішити видалити інформацію, яку поширила в шістнадцять років!

Тому право на видалення персональних даних має також важливі обмеження. Існує п'ять причин, через які в запиті на видалення персональних даних може бути відмовлено. Як і з причинами запиту на видалення, причин для відмови може бути багато; вони охоплюють різні типи ситуацій. За кілька хвилин ми детальніше поговоримо про ще одну важливу причину відмови – захист прав на свободу висловлювання.

Регламент GDPR набув чинності 25 травня 2018 року. Що більше часу мине з дня набуття чинності Регламенту, то більше ми дізнаватимемося про те, як люди в ЄС користуються своїм правом на видалення та як компанії, урядові установи й інші особи реагують на такі запити.

Завдання

Частина 1

Завдання

Варіант 1, для учасників віком 13–15 років.

Розкажіть учням

Ми дізналися, як загальнодоступна інформація в Інтернеті допомагає скласти думку про інших людей. Тепер спробуймо застосувати отримані знання.

Упродовж наступних 30 хвилин індивідуально виконайте наведену нижче вправу.

1. Виберіть публічну особу (наприклад, серед музикантів, кіноакторів, ведучих телебачення, політиків, бізнесменів тощо).
2. Пошукайте в Інтернеті загальнодоступну інформацію про цю людину й коротко запишіть, як це допомогло вам скласти думку про неї.
3. Які чотири поради ви могли б дати цій людині для покращення її репутації в Інтернеті? Можливо, певний вміст краще було б поширювати інакше (наприклад, змінити налаштування конфіденційності, змінити аудиторію, змінити сам вміст) або взагалі закрити до нього доступ (наприклад, видалити або домогтися видалення третіми особами)?

Варіант 2, для учасників віком 16–18 років.

Уявіть, що ви живете в країні, у якій не передбачене право бути забутим. Які 2–3 аргументи ви можете навести на підтримку запровадження такого права в цій країні? Також укажіть 2–3 потенційні контраргументи до своєї позиції.

Примітка. У деяких країнах громадяни мають свободу слова чи право висловлювати свої ідеї без загрози репресій чи цензури з боку уряду. На вашу думку, чи працюватимуть "право на видалення персональних даних" і "право бути забутим" у країнах, де вже чинні права на свободу висловлювання? У Загальному регламенті захисту даних (General Data Protection Regulation, GDPR) у Європейському Союзі зазначається, що "право на видалення персональних даних" не має застосовуватися, якщо вилучення інформації перешкоджатиме "здійсненню громадянами їхнього права на висловлювання власних думок і доступу до інформації". Придумайте ситуацію, у якій одна особа хоче, щоб її персональні дані було видалено, а інша стверджує, що це порушуватиме її права на свободу висловлювання. (Приклад: учень пише

публікацію блогу, де міститься несхвальна інформація про його вчителя; коли учень завершує вивчення предмета, учитель вимагає, щоб публікацію про нього було видалено, оскільки ця інформація вже нерелевантна; учень заявляє про право на вільне та публічне висловлювання думки про свій минулий досвід навчання.)

Дайте учасникам 30 хвилин на виконання цього завдання.