

السمعة

سيدرس المشاركون كيف تساعد المعلومات المتاحة للعامة على الإنترنت في تشكيل آراء الآخرين فيهم. كما سيتمكنون من تحديد الجماهير لأنواع التواصل المختلفة على الإنترنت، وسيتعلمون التفكير في المعلومات التي يرغبون في ظهورها عند قيام أي شخص بالبحث عن أسمائهم، بالإضافة إلى تعلم طرق الرد المختلفة على المحتوى الذي يدور عنهم على الإنترنت بطريقة لا تعجبهم.

المواد

ما الذي ينبغي عليك القيام به؟ المذكرة

من يعرف أسرارك؟

الجزء الأول

أخبر طلابك

هل لديك سر ما عن نفسك؟ احتفظ بذلك السر في ذهنك. لن تضطر إلى مشاركة ذلك السر مع أي شخص أو كتابته.

يمكنك الآن الإجابة عن هذه الأسئلة في ذهنك - لا تذكر إجاباتك بصوت عالٍ أو تكتبها:

1. كم شخصاً في هذه الغرفة يعرف السر؟

2. كم شخصاً في محيطك السكني يعرف السر؟

3. كم عدد الأشخاص الذين لم تقابلهم وجهاً لوجه من قبل يعرفون السر؟

تخيل أنك اضطرت إلى كتابة ذلك السر على ورقة وأن شخصاً واحداً عشوائياً في هذه المجموعة كان من المفترض أن يقرأها. فيما يلي بعض الأسئلة الأخرى - مرة أخرى، أجب عليها فقط في ذهنك وليس بصوت عالٍ أو كتابياً. بعد مرور أسبوع واحد:

1. كم شخصاً في هذه الغرفة ربما يعرف السر الآن؟

2. كم شخصاً في محيطك السكني ربما يعرف السر الآن؟

3. كم عدد الأشخاص الذين لم تقابلهم وجهاً لوجه من قبل ربما يعرفون السر؟

الجزء الثاني

أخبر طلابك

يجب عليك التفكير في الأشخاص الذين من المحتمل أن يروا معلومات سرية أو معلومات أخرى عنك "كجمهور" لتلك المعلومات.

قد يساعدك التعرف على جمهورك بشكل أفضل في سهولة تحديد المعلومات التي لن تشعر بالضيق عند مشاركتها والمعلومات التي لا ينبغي مشاركتها مع الآخرين. يتألف الجمهور من شخص أو مجموعة أشخاص يمكنهم الوصول إلى معلومات معينة.

بفضل التقنيات الحديثة المعاصرة، يمكن أن تزداد أعداد الجماهير بسرعة كبيرة. وبسبب هذه الإمكانية لزيادة عدد الجمهور سريعاً، من الصعب عليك - إن لم يكن من المستحيل - أن تعرف أو تقيد الجمهور المطالع على معلوماتك وأنشطتك على الإنترنت. على الرغم أنه من الرائع أن تزداد أعداد الجماهير بسرعة عندما تريد مشاركة عملك مع الكثير من الأشخاص، لا يكون الأمر رائعاً عندما يحدث ذلك مع المعلومات التي لا تريد أن يطلع عليها الآخرون.

لسوء الحظ، فإن المعلومات الخاصة — ولاسيما المعلومات التي قد تسبب إحراجاً — غالباً ما تكون مبيّنة للأشخاص عندما يرونها. لذلك بمجرد ظهور هذا النوع من المعلومات على الإنترنت، قد يكون من الصعب جداً التحكم في من يرون هذا المحتوى.

عندما تشارك معلومات على الإنترنت (حتى ولو كانت مباشرة مع شخص واحد، كما هو الحال مع الرسائل النصية أو الخاصة)، يجب أن تكون مستعداً لاحتمال انتشارها بشكل يتجاوز الجمهور الذي تستهدف وصولها إليه.

الجزء الثالث

اطرح أسئلة على طلابك

عندما تنشر تحديث حالة أو صورة أو معلومات أخرى على وسائل التواصل الاجتماعي، من يكون جمهورك المستهدف؟

هل يعتمد ذلك على منصة وسائل التواصل الاجتماعي؟ أم السياق؟

أخبر طلابك

يعتمد ذلك على إعدادات الخصوصية الخاصة بك بالإضافة إلى منصة وسائل التواصل الاجتماعي التي تختارها، ولكن جمهورك قد يشمل أقرب الأصدقاء / المتابعين / جهات الاتصال فقط، أو قد يكون واسعاً بما يكفي ليشمل أي شخص يستخدم منصة وسائل التواصل الاجتماعي هذه، أو أي شخص يبحث عنك على الإنترنت. ولكن بغض النظر عن من يكون الجمهور، يمكن نسخ المعلومات ونشرها في أي مكان آخر، أو يمكن لأي شخص التقاط صورة / لقطة شاشة للمحتوى، أو يمكن مشاركة المعلومات من خلال المحادثات الشخصية أو على الإنترنت.

اطرح أسئلة على طلابك

من يكون جمهورك المستهدف عند إضافة محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي؟

من يكون جمهورك المستهدف عندما تنشر، على سبيل المثال، في يوميات فيسبوك الخاصة بشخص آخر، أو عندما تضيف محتوى إلى حساب وسائل التواصل الاجتماعي لشخص آخر (على سبيل المثال، من خلال التعليق على إحدى صورته أو الإشارة إليه في منشور أو صورة)؟

أخبر طلابك

سيعتمد ذلك على إعدادات الخصوصية الخاصة بك وبالجمهور، ولكن غالباً ما يكون المحتوى مرئياً لأصدقائهم / متابعيهم / جهات التواصل لديهم، والذي سيشمل أشخاصاً لا تعرفهم — قد يشمل ذلك أفراد عائلاتهم أو المسؤولين بصفحاتهم أو معلمهم في مدارسهم.

اطرح أسئلة على طلابك

عندما ترسل رسالة (على سبيل المثال، رسالة نصية أو بريد إلكتروني أو رسالة خاصة / مباشرة على وسائل التواصل الاجتماعي)، من يكون جمهورك المستهدف؟

أخبر طلابك

جمهورك هو الشخص الذي ترسل إليه الرسالة، ولكن كن حذرًا — فقد يراها الآخرون أيضًا.

اطرح أسئلة على طلابك

كيف تصل رسالتك إلى أشخاص آخرين غير الشخص الذي أرسلتها إليه؟ [يمكن أن يحدث ذلك من خلال الصور / لقطات الشاشة وإعادة التوجيه ومشاركة الهاتف نفسه.]

في أي الحالات قد يكون الوصول إلى جمهور أكبر مفيدًا؟ [من الأمثلة الممكنة لذلك أن تأمل في نشر رسالة إلى جمهور كبير وحشد الناس وزيادة الوعي.]

في أي الحالات قد يشكل الوصول إلى جمهور أكبر مما هو مستهدف مشكلةً؟ [يمكن أن تتسبب المشاركة مع جمهور غير مستهدف في حدوث مشكلات لك أو إخراج أو إضرار بالسمعة.]

ما بعض الحالات التي قد يكون من المهم فيها الحفاظ على سمعة جيدة على الإنترنت؟ [تشمل الأمثلة الممكنة تطبيقات المدرسة / الكلية / الجامعة وتطبيقات العمل وتكوين أصدقاء جدد.]

الاستعلام عن سمعتك

الجزء الأول

تفاعل في الفصل

اختر شخصية عامة (على سبيل المثال، شخص ما في مجال الموسيقى و / أو الأفلام [السينما / التلفزيون] أو شخصية سياسية أو أحد كبار رجال الأعمال) تكون معروفة بالنسبة للمشاركين. ابحث عن الاسم على Google أو على محرك بحث عبر الإنترنت، وإفحص مع المشاركين بعض العناصر التي تظهر (يرجى عرض نتائج البحث على شاشة). استكشف أيضاً وجود الشخصية العامة على وسائل التواصل الاجتماعي. بعد قضاء بضع دقائق في الاستكشاف، اطلب من اثنين من المشاركين تمثيل تفاعل افتراضي بين الشخصية العامة وأحد المعجبين.

اطرح أسئلة على طلابك

ما شعور _____ في مواجهة شخص ما يعرف الكثير من المعلومات عنه/عنها؟

ما شعوره/شعورها إذا كانت تلك المعلومات غير صحيحة؟

كم عدد الأشخاص الذين يمكنهم الوصول إلى تلك المعلومات حول _____؟

كيف بإمكان _____ التحكم في المعلومات المتعلقة به/بها على الإنترنت؟

الجزء الثاني

أخبر طلابك

سيستخدم الأشخاص الذين تقابلهم محركات البحث للحصول على مزيد من المعلومات عنك. ولا شك أن ما سيجدونه، جيداً كان أو سيئاً، سيؤثر على تكوين أفكارهم عنك. إذا كنت تريد أن تتمكن من التحكم في نظرة الآخرين لك، فمن المهم أن تعرف المعلومات التي غالباً ستظهر لهم.

ومن ضمن هؤلاء الأشخاص جهات العمل المستقبلية والموظفين المسؤولين عن القبول بالمدارس / الكليات / الجامعات. يمكن للموظفين في مكاتب القبول عدم إخطار المتقدمين بما إذا كانوا قد بحثوا عنهم على الإنترنت أم لا، و/أو ما إذا استخدموا أو لم يستخدموا المعلومات التي وجدوها عنهم على الإنترنت للمساعدة في اتخاذ قرارات القبول.

الجزء الثالث

تفاعل في الفصل

قم بتقسيم المشاركين إلى أزواج.

أخبر طلابك

تناقش مع المشاركين حول ثلاثة أمور قد ترغب في ظهورها عندما يبحث شخص ما عن اسمك على البحث؟ نتائج في بالفعل الأمور تلك تظهر أن احتمال مدى ما، رأيك في. الإنترنت على أو Google

تداول الأمر مع شريكك.

اطرح أسئلة على طلابك

ما الذي توصلت إليه أنت وشريكك؟

ارفع يدك إذا قمت بالبحث عن اسمك على موقع Google/بحث عن اسمك على الإنترنت. ماذا شاهدت؟ ما الصور التي ظهرت؟ هل تمكنت من العثور على معلومات عن نفسك، أو هل هناك أشخاص آخرون يتشاركون معك في الاسم في جميع أنحاء العالم؟

1. إذا كانت أسمائهم أسماء شائعة، اطلب من المشاركين إضافة معلومة إلى عمليات البحث الخاصة بهم، مثل مدينة الميلاد أو المدرسة الخاصة بهم.

يمكنك أيضاً مطالبة المشاركين بالبحث على Google عن أنفسهم/البحث عن أسمائهم على الإنترنت أثناء أدائهم للنشاط في حالة توافر أجهزة كمبيوتر أو هواتف محمولة تتمتع بصلاحيّة الوصول للإنترنت.

اطرح أسئلة على طلابك

عندما تقوم بالبحث عن اسمك على Google / البحث عن اسمك على الإنترنت، اطرح الثلاثة أسئلة التالية:

1. ما النتائج القليلة الأولى التي توصلت إليها؟

2. هل أنت مرتاح لتلك المعلومات؟

3. إلى ماذا تشير النتائج الأخرى حول من تكون كشخص؟ كطالب؟ كموظف؟

ما الانطباع الذي يمكن لشخص ما لا يعرفك تكوينه عند رؤية تلك النتائج؟ ما الانطباع الذي قد يكونه شخص ما عند النقر وقراءة المعلومات الواردة في النتائج القليلة الأولى؟

التعامل مع المعلومات المعقدة

الجزء الأول

تفاعل في الفصل

قم بتوزيع مذكرة ما الذي ينبغي عليك القيام به؟: مذكرة المشارك. قم بتقسيم المشاركين إلى أزواج. اطلب من المشاركين مناقشة السيناريوهات في ورقة العمل والخروج باستراتيجيتين / حلين لكل سيناريو والتفكير في العواقب المحتملة لإجراءاتهم. امنحهم 15 دقيقة للقيام بذلك.

اطرح أسئلة على طلابك

ما الذي يجب عليك فعله عندما ينشر شخص محتوى عنك لا يعجبك و / أو تجده غير لائق في هذا السياق؟

ما الذي يجب عليك التفكير فيه قبل نشر محتوى عن شخص آخر؟

التعامل مع المعلومات السلبية

الجزء الأول

اطرح أسئلة على طلابك

إذا وجدت معلومات سلبية عن نفسك عندما تبحث عن اسمك على الإنترنت (على سبيل المثال، من خلال محرك بحث أو على وسائل التواصل الاجتماعي)، فهل يمكنك فعل شيء ما حيال ذلك؟

ما بعض الأمثلة على المحتوى الذي قد لا ترغب في أن يراه الآخرون؟

الجزء الثاني

أخبر طلابك

هناك طرق مختلفة فيما يتعلق بما يمكن القيام به إذا واجهت محتوى على الإنترنت عنك لا ينال إعجابك، حسب السياق ونوع المعلومات، بالإضافة إلى عوامل أخرى.

يعد "الخطاب المضاد" أحد تلك الطرق، وهو ما يعني جذب الانتباه / تسليط مزيد من الضوء على القصص الإيجابية التي تتحدث عنك من خلال إنشاء وإدارة محتوى يلقي مزيداً من الضوء الإيجابي عنك. يمكنك القيام بذلك، على سبيل المثال، عن طريق إنشاء وجود على وسائل التواصل الاجتماعي عند الحاجة، أو بدء مدونة، أو تسجيل موقع ويب باستخدام اسمك الحقيقي.

الطريقة الثانية تتضمن تدابير مختلفة لإزالة المحتوى السلبي. على سبيل المثال:

1. إذا رأيت محتوى لا يعجبك (مثل صورة لك)، يمكنك محاولة الوصول مباشرةً إلى الشخص الذي نشره (خصوصاً على وسائل التواصل الاجتماعي و / أو تطبيقات المراسلة) لتطلب منه إزالة المحتوى.
2. كما توفر العديد من المنصات وسائل عبر واجهة المستخدم لتمييز المعلومات التي تشعر أنها مزعجة أو غير شيقة. ومن ثم فإن المحتويات (مثل الصور ومقاطع الفيديو والمنشورات النصية) التي تُظهر في شكل سلبي / غير جذاب لا ينبغي أن تكون على المنصة، كما تتحقق المنصة من المحتوى الذي قد يبدو مهيناً أو عنيفاً أو محظوراً أو احتيالياً وفقاً لشروط الخدمة ومعايير المجتمع.
3. في بعض الحالات، يمكنك المطالبة بتعويضات قانونية ويمكنك، على سبيل المثال، رفع دعوى قضائية في محكمة قانونية، وفقاً للولاية القضائية والقانون الساري (على سبيل المثال في بعض حالات انتهاك الخصوصية أو البيانات الكاذبة التي تضر بسمعة شخص ما).
4. لدى بعض الدول قوانين محددة تتطلب من المنصات إزالة أنواع معينة من المحتوى غير القانوني بناءً على إشعار [مثل قانون تحسين تنفيذ القانون على شبكات التواصل الاجتماعي في ألمانيا].
5. يُرجى أيضاً ملاحظة أن محاولة إخفاء / إزالة / تصحيح المحتوى في بعض الأحيان قد تؤدي عن غير قصد إلى جذب مزيد من الانتباه إليه.

الجزء الثالث

أخبر طلابك

بالإضافة إلى ذلك، فإن الأشخاص الذين يعيشون في الاتحاد الأوروبي ("EU") يتمتعون بحق قانوني يسمى "الحق في المسح"، والمعروف أكثر باسم "حق المرء أن ينسى" (هذا الحق يظل ساري المفعول حتى عندما يسافرون أو ينتقلون للمعيشة خارج الاتحاد الأوروبي). بموجب هذا الحق في اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)، يمكن للأشخاص في الاتحاد الأوروبي أن يطلبوا من "جهات التحكم في البيانات" حذف أنواع معينة من المعلومات عنهم. ("جهات التحكم في البيانات" هي الشركات والأشخاص والهيئات الحكومية وغيرهم ممن يتخذون قرارات حول كيفية معالجة معلوماتك.)

هناك ستة أسباب قد تدفع الأشخاص في الاتحاد الأوروبي إلى طلب مسح معلومات عن أنفسهم. كل من هذه الأسباب تغطي مجموعة من الظروف. على سبيل المثال، من الأسباب التي تدفع إلى تقديم طلب إزالة بيانات، أن يكون تم جمع معلومات حول "طفل" ما ومن ثم يتبين لاحقاً أن مخاطر مشاركة هذه المعلومات كبيرة جداً. ذلك السبب عام جداً. هناك أسباب محتملة لا حصر لها، منها أن يقرر شاب في الخامسة والعشرين من عمره إزالة المعلومات التي شاركها عندما كان عمره ستة عشر عاماً!

هناك أيضاً تقييدات مهمة على الحق في المسح. توجد خمسة أسباب وراء احتمال رفض طلب المسح. وكما هو الحال مع أسباب طلب المسح، فإن أسباب الرفض متعددة، وتشمل العديد من أنواع الحالات. سنتحدث أكثر عن سبب واحد مهم للرفض - لحماية حقوق حرية التعبير - في بضع دقائق.

دخلت اللائحة العامة لحماية البيانات حيز التنفيذ في 25 مايو 2018. وكلما مر الوقت على سريان اللائحة العامة لحماية البيانات، ازدادت معرفتنا حول كيفية استخدام الأشخاص في الاتحاد الأوروبي لحقهم في المسح، وكيفية استجابة الشركات والهيئات الحكومية وغيرها.

المهمة

الجزء الأول

تكليف

الخيار الأول، للمشاركين الذين تتراوح أعمارهم من 13 إلى 15:

أخبر طلابك

الآن وبعد أن تحدثنا عن كيفية مساعدة المعلومات المتاحة للجمهور عبر الإنترنت في تكوين آراء حول أشخاص آخرين، دعنا نطبق ما تعلمته للتو.

خلال الثلاثين دقيقة التالية، شارك بشكل فردي في النشاط التالي:

1. اختر شخصية عامة (على سبيل المثال، شخص ما في مجال الموسيقى و/أو الأفلام [السينما/التلفزيون] أو شخصية سياسية أو أحد كبار رجال الأعمال).
2. ابحث عن معلومات متاحة للعامة تتعلق بهذا الشخص على الإنترنت ووضح في فقرة قصيرة كيف ساعدتك هذه المعلومات في تكوين رأي بشأن هذا الشخص.
3. إذا كان بإمكانك توفير 4 توصيات لهذا الشخص تتعلق بإمكانية توفر المحتوى المتعلق به على الإنترنت بشكل مختلف (على سبيل المثال، فيما يتعلق بوجود تغيير في إعدادات الخصوصية، تغيير في الجمهور، تغيير في مضمون المحتوى) و/أو عدم توفره تمامًا (على سبيل المثال، تم حذفه، حذف جزء منه) وذلك لتحسين الطريقة التي يقوم هذا الشخص بتقديم نفسه بها / الطريقة التي ينظر بها الأشخاص الآخرون على الإنترنت له، فماذا ستكون هذه التوصيات؟

الخيار الثاني، للمشاركين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 18:

افتراض أنك تعيش في دولة لا تطبق حق المرء أن ينسى. هل يمكنك التفكير في حجتين أو ثلاث لتقديمها من أجل دعم قيام تلك الدولة بتطبيق ذلك الحق؟ يرجى أيضًا تحديد أقوى حجتين أو ثلاث حجج مضادة محتملة لموقفك.

ملاحظة: تمنح بعض الدول المواطنين الحق في حرية التعبير أو الحق في نقل الأفكار دون تهديد بالانتقام أو الرقابة من قبل الحكومة. كيف ترى أن "الحق في المسح" أو "حق المرء أن ينسى" قد ينفذ في الدول التي تطبق حقوق حرية التعبير؟ تنص اللائحة العامة لحماية البيانات في الاتحاد الأوروبي على أنه لا ينبغي تطبيق "الحق في المسح" عندما يتبين أن إزالة المعلومات من شأنها أن تمنع المواطنين من "ممارسة حق حرية التعبير والمعلومات". هل يمكنك التفكير في موقف ما يريد فيه أحد الأشخاص إزالة معلوماته الشخصية، مع وجود شخص ثانٍ يرى أن الإزالة تنتهك حقوق حرية التعبير الخاصة بهذا الشخص الثاني (على سبيل المثال، يكتب طالب منشور مدونة يحتوي على معلومات غير لائقة حول أحد المعلمين؛ بعد أن يصبح الطالب غير موجود في فصل المعلم، يريد المعلم أن تتم إزالة المنشور لأن المعلومات لم تعد ذات صلة؛ بينما يدعي الطالب حقًا في حرية التعبير علنًا عن تجاربه التعليمية السابقة)؟

امنح المشاركين 30 دقيقة لإنهاء المهمة.