

Dobré jméno

Účastníci se budou zabývat tím, jak veřejně dostupné informace na internetu ovlivňují, co si o nich lidé myslí. Budou určovat okruhy uživatelů pro různé druhy online komunikace a zvažovat, jaké informace chtějí zobrazit lidem, kteří si je vyhledají podle jména. Dozvědí se o možnostech, jak reagovat na obsah na internetu, který se jich týká a nelíbí se jim.

Materiály

Co byste měli dělat? Podklady

Kdo zná vaše tajemství?

1. část

Řekněte studentům

Vybavte si tajemství o sobě, věc, kterou nechcete nikomu říct. Jen na toto tajemství myslete. Nemusíte se bát, nebudete ho muset nikomu říct ani nikam psát.

Zkuste si teď sami pro sebe odpovědět na tyto otázky – nevyslovujte odpovědi nahlas ani je nikam nezapisujte:

1. Kolik lidí v této místnosti ví o vašem tajemství?
2. Kolik lidí v místě vašeho bydliště ví o vašem tajemství?
3. Kolik lidí, které jste nikdy nepotkali tváří v tvář, ví o vašem tajemství?

Představte si, že byste museli toto tajemství napsat na papír a dát ho přečíst jednomu náhodně vybranému člověku v této skupině. Odpovězte i na další otázky, opět pouze sami pro sebe, ne nahlas ani na papíře. Po uplynutí jednoho týdne:

1. Kolik lidí v této místnosti by vědělo o vašem tajemství?
2. Kolik lidí v místě vašeho bydliště by vědělo o vašem tajemství?
3. Kolik lidí, které jste nikdy nepotkali tváří v tvář, by vědělo o vašem tajemství?

2. část

Řekněte studentům

O lidech, u kterých je pravděpodobné, že uvidí tajemství nebo jiné informace o vás, je nutné přemýšlet jako o publiku pro danou informaci.

Když budete mít o tomto publiku lepší přehled, budete se snáze rozhodovat o tom, které informace vám nevadí a které vám vadí s ostatními sdílet. Publikum je tvořené člověkem nebo skupinou lidí, kteří mají k dané informaci přístup.

Díky novým technologiím se toto publikum může velmi rychle rozšířit. A protože publikum se může rychle zvětšit, je těžké, ne-li nemožné, o publiku pro informace a aktivity sdílené na internetu vědět nebo toto publikum nějak omezit. Když například chcete spoustě lidem ukázat svou práci, je možnost rychlého rozšíření publika vítána. To ale neplatí, když jde o informace, které chcete udržet v tajnosti.

Naneštěstí soukromé informace – a zejména ty zahanbující – jsou pro lidi, kteří se k nim dostanou, často senzační. Takže jakmile se taková informace dostane na internet, může být velmi náročné kontrolovat, kdo ji uvidí.

Kdykoli budete na internetu sdílet informace (i kdyby jen přímo s jedním člověkem, třeba v SMS nebo soukromé zprávě), měli byste být připraveni na možnost, že se může rozšířit daleko za hranice původně zamýšleného publika.

3. část

Zeptejte se studentů

Když na sociální síti zveřejňujete aktualizaci stavu, fotku nebo jiné informace, pro jaké publikum jsou tyto informace původně určeny?

Záleží to na konkrétní sociální síti? Nebo na kontextu?

Řekněte studentům

Určitě záleží na vámi zvoleném nastavení soukromí i konkrétní sociální síti. Vaším publikem by ale mohli být jen vaši nejbližší přátelé / sledující / spojení. Nebo může být dost široké na to, aby vaše informace viděl každý, kdo tuto sociální síť používá nebo o vás hledá informace na internetu. Informace se ale bez ohledu na to, kdo tvoří publikum, dají zkopírovat a zveřejnit jinde. Někdo může třeba pořídit fotku nebo screenshot vašeho obsahu nebo se vaše informace můžou šířit osobně od jednoho člověka k druhému, případně v online konverzacích.

Zeptejte se studentů

Jaké je vaše zamýšlené publikum pro obsah, který zveřejňujete na sociální síti?

Jaké je vaše zamýšlené publikum, když třeba na Facebooku zveřejňujete obsah na timeline někoho jiného nebo když na sociální síti přidáváte obsah na profil někoho jiného (např. komentář u fotky nebo označení v příspěvku nebo na fotce)?

Řekněte studentům

To závisí jak na vašem nastavení soukromí, tak na nastavení soukromí daného člověka. Obsah ale často můžou vidět jeho přátelé / sledující / spojení, mezi které patří i lidi, které vy osobně neznáte, například rodinní příslušníci, správci a učitelé.

Zeptejte se studentů

Jaké je vaše zamýšlené publikum, když posíláte zprávu (např. SMS, e-mail, soukromou / přímou zprávu na sociální síti)?

Řekněte studentům

Tím zamýšleným publikem je člověk, kterému zprávu posíláte. Buďte ale opatrní – zpráva se může dostat i k dalším lidem.

Zeptejte se studentů

Jak se může vaše zpráva dostat kromě člověka, kterému jste ji poslali, i k dalším lidem? [Může to být prostřednictvím fotek nebo screenshotů, přeposláním nebo sdílením telefonu více lidmi.]

Ve kterých případech může být užitečné, když se informace dostane k většímu než původně zamýšlenému publiku? [Mezi možné příklady patří, když někdo doufá, že se zpráva rozšíří, když někdo chce lidi rozpohybovat nebo zvýšit povědomí.]

Ve kterých případech je problematické, když se informace dostane k většímu než původně zamýšlenému publiku? [Sdílení informace mimo zamýšlené publikum vás může dostat do potíží, zahanbit vás, poškodit vaše dobré jméno.]

Ve kterých situacích například může být dobré jméno na internetu důležité?
[Například při podávání žádosti o přijetí na školu / vysokou / univerzitu, žádosti o práci, při navazování nových přátelství.]

Vaše dobré jméno pod drobnohledem

1. část

Interakce ve třídě

Vyberte si veřejně známou osobnost (např. hudebníka, herce, politika nebo ředitele nějaké firmy), kterého budou ostatní účastníci znát. Vyhledejte s účastníky jméno tohoto člověka v online vyhledávači (např. Google) a projděte si pár výsledků (výsledky vyhledávání promítejte na obrazovce). Také se podívejte na profil daného člověka na sociálních sítích. Po pár minutách procházení profilem požádejte dva účastníky, aby zahráli hypotetickou interakci mezi veřejně známou osobností a fanouškem.

Zeptejte se studentů

Jak se _____ cítí, když se potká s někým, kdo toho o něm/ní hodně ví?

Jak by se tento člověk cítil, kdyby nějaká informace nebyla správná?

Kolik lidí o této informaci o _____ ví?

Jak může _____ řídit, jaké informace jsou o něm/ní dostupné online?

2. část

Řekněte studentům

Lidi, které potkáte, o vás budou ve vyhledávači hledat informace. Informace, které najdou, ať už jsou dobré, nebo nepříjemné, ovlivní jejich mínění o vás. Pokud chcete mít kontrolu nad tím, jak vás ostatní vnímají, je důležité vědět, jaké informace o vás pravděpodobně uvidí.

Mezi tyto lidi můžou patřit i vaši budoucí zaměstnavatelé nebo pracovníci rozhodující o vašem přijetí na školu nebo univerzitu. Pracovníci rozhodující o přijetí nemusí žadatele informovat o tom, jestli si o nich vyhledali online dostupné informace a jestli tyto informace použili při rozhodování o přijetí.

3. část

Interakce ve třídě

Rozdělte účastníky do dvojic.

Řekněte studentům

Popřemýšlejte nad třemi věcmi, které byste chtěli, aby se zobrazily, když někdo bude hledat vaše jméno pomocí Googlu nebo v jiném vyhledávači. Jaká je podle vás pravděpodobnost, že se tyto tři věci opravdu ve výsledcích vyhledávání objeví?

Podělte se o to se svým partnerem.

Zeptejte se studentů

Co vás a vašeho partnera napadlo?

Zvedněte ruku, pokud jste si přes Google nebo jiné hledání na internetu vyhledali svoje jméno? Co se vám zobrazilo? Jaké fotky byly mezi výsledky? Podařilo se vám najít informace o sobě nebo jsou na světě další lidé, kteří mají stejné jméno jako vy?

1. Pokud mají účastníci běžné jméno, požádejte je, aby do vyhledávání přidali nějakou informaci (třeba město, ze kterého pocházejí, nebo název školy).

Pokud máte k dispozici počítače nebo mobilní zařízení s přístupem na internet, můžete také účastníkům říct, aby se v průběhu této aktivity vyhledali pomocí Googlu, případně si na internetu vyhledali svoje jméno.

Zeptejte se studentů

Když budete svoje jméno hledat pomocí Googlu nebo v jiném vyhledávači na internetu, zeptejte se na tyto tři otázky:

1. Co jsou první výsledky?
2. Jste s nimi spokojení?
3. Co o vás jako o člověku říkají zbylé výsledky vyhledávání? O vás jako o studentovi? O vás jako o zaměstnanci?

Jaký dojem z těchto výsledků může získat někdo, kdo vás nezná? Jaký dojem můžou lidi mít, když kliknou na prvních pár výsledků a přečtou si o vás informace v nich obsažené?

Reakce na komplexní informace

1. část

Interakce ve třídě

Rozdejte list Co byste měli dělat?: podklady pro účastníky. Rozdělte účastníky do dvojic. Požádejte účastníky, aby diskutovali nad scénáři na pracovních listech a pro každý vymysleli dvě strategie nebo řešení. A dále aby se zamysleli nad potenciálním důsledky svých akcí. Na tento úkol jim dejte 15 minut.

Zeptejte se studentů

Co byste měli udělat, když někdo zveřejní příspěvek o vás, který se vám nelíbí nebo který je podle vás nevhodný v daném kontextu?

Na co byste měli myslet, než o někom zveřejníte příspěvek?

Reakce na negativní informace

1. část

Zeptejte se studentů

Pokud o sobě při hledání svého jména na internetu (např. ve vyhledávači nebo na sociálních sítích) najdete negativní informace, můžete s tím něco udělat?

Co byste třeba zařadili na seznam věcí, o kterých nechcete, aby ostatní věděli?

2. část

Řekněte studentům

Je několik různých způsobů, jak přistupovat k informacím, které o sobě najdete na internetu a které se vám nelíbí. Mimo jiné záleží na kontextu a typu informace.

Jedním z nich je „protitah“. To znamená, že přitáhnete pozornost na pozitivní věci kolem vás nebo je zviditelíte tak, že budete vytvářet a spravovat obsah, který vás vykresluje v pozitivním světle. Můžete si třeba vytvořit profil na sociálních sítích, pokud je to vhodné, nebo založit blog či si registrovat stránku s doménou složenou z vašeho jména.

Druhý způsob zahrnuje různé postupy, jak nechat negativní obsah odebrat. Příklad:

1. Pokud uvidíte obsah, který se vám nelíbí (např. fotku s vámi), můžete zkusit kontaktovat přímo člověka, který to zveřejnil (obzvlášť na sociálních médiích nebo přes aplikaci na posílání zpráv) a požádat ho, aby obsah odebral.
2. Spousta platform také poskytuje rozhraní pro nahlášení informací, o kterých si myslíte, že jsou urážlivé nebo nezajímavé, obsahu (např. fotek, videí, textových příspěvků atd.), který vás vykresluje v negativním nebo nelichotivém světle, obsahu, který by podle vás neměl na platformě vůbec být (např. hrubý, násilný nebo zakázaný obsah), a obsahu, u kterého je podezření na podvod. Daná platforma pak prověří, jestli nahlášený obsah vyhovuje podmínkám služby a zásadám komunity.
3. V některých případech můžete mít možnost využít právní opatření k nápravě a například podat žalobu u soudu podle jurisdikce a příslušného zákona (například v určitých případech narušení soukromí nebo falešných prohlášení, které poškozují něčí dobré jméno).
4. Některé země mají konkrétní zákony, které vyžadují, aby platformy po upozornění odstranily určité typy nezákonného obsahu (např. Zákon o zlepšení prosazování práva na sociálních sítích v Německu).

5. Upozorňujeme ale, že pokusy zarazit, odebrat nebo opravit obsah někdy můžou k takovému obsahu neúmyslně přitáhnout ještě větší pozornost.

3. část

Řekněte studentům

Lidé v Evropské unii (EU) mají také zákonné právo na vymazání, známější je jako právo být zapomenut (toto právo platí, i když cestují nebo žijí mimo EU). V rámci tohoto práva zakotveného v obecném nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) můžou lidé v EU žádat správce údajů o vymazání určitých typů informací o nich. (Správci údajů jsou firmy, lidé, vládní agentury a další, kteří rozhodují o způsobu zpracování informací o vás.)

Lidé v EU můžou žádat o vymazání informací o nich ze šesti důvodů. Každý z těchto důvodů zahrnuje řadu okolností. Jedním z těchto důvodů pro žádost o smazání dat je například ten, že se uložená informace týká „dítěte“, které se později rozhodne, že riziko sdílení této informace je příliš velké. Důvod je to velmi obecný. Existuje pravděpodobně nespočet důvodů, proč se pětadvacetiletý člověk může rozhodnout, že chce odstranit informace, které sdílel v šestnácti!

Právo být zapomenut má ale také důležité hranice. Žádost o smazání může být zamítnuta z pěti důvodů. Důvody pro zamítnutí jsou stejně jako důvody pro smazání obecné a postihují mnoho typů situací. Za několik minut si povíme víc o jednom důležitém důvodu pro zamítnutí – o ochraně práva na svobodu slova.

GDPR vstoupilo v platnost 25. května 2018. Čím déle bude toto nařízení v platnosti, tím více budeme vědět o tom, jak lidé v EU využívají své právo být zapomenut a jak na tyto žádosti společnosti, vládní organizace a další odpovídají.

Zadání

1. část

Zadání

Možnost 1, pro účastníky ve věku 13 až 15 let:

Řekněte studentům

Mluvili jsme o tom, jak nám veřejně dostupné informace na internetu pomáhají vytvářet si dojem o jiných lidech. Je čas zjistit, co jste si z toho vzali.

V příští půlhodině se jednotlivě věnujte následující aktivitě:

1. Vyberte si veřejně známou osobnost (např. hudebníka, herce, politika nebo ředitele nějaké firmy).
2. Vyhledejte na internetu veřejně dostupné informace o daném člověku a stručně písemně vysvětlete, jak vám dané informace pomohly udělat si na tohoto člověka názor.
3. Představte si, že byste tomuto člověku mohli dát čtyři doporučení ohledně toho, jak by na internetu mohl být obsah o něm dostupný jinak (například z hlediska změny v nastaveních soukromí, změny okruhu uživatelů, změny podstaty obsahu) nebo jak zařídit, aby na internetu takový obsah vůbec nebyl (například byl odstraněn nebo odebrán). Účelem je, aby se zlepšilo, jak se tento člověk na internetu prezentuje nebo jak ho vnímají ostatní. Jaká doporučení byste mu dali?

Možnost 2, pro účastníky ve věku 16 až 18 let:

Představte si, že žijete v zemi, ve které neplatí zákon zajišťující právo být zapomenut. Umíte přijít se dvěma až třemi argumenty na podporu zavedení tohoto zákona v takové zemi? Zkuste přijít i s dvěma až třemi nejsilnějšími protiargumenty.

Poznámka: Lidé v některých zemích mají garantované právo na svobodu slova nebo právo na vyslovení myšlenek, aniž by jim ze strany vlády hrozil postih nebo cenzura. Jak by podle vás právo na vymazání neboli právo být zapomenut fungovalo v zemích se zákony garantujícími svobodu slova? Obecné nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) v Evropské unii říká, že právo být zapomenut by nemělo platit, když by odebrání informace bránilo obyvatelům v „uplatňování práva na svobodu projevu a informací“. Umíte si představit situaci, kdy jeden člověk žádá o odstranění osobních údajů, ale druhý argumentuje, že by toto odstranění narušilo jeho právo na svobodu slova? Příkladem může být třeba situace, kdy student napíše

blog obsahující nelichotivé informace o učiteli. A když už daný učitel nebude tohoto studenta učit, požádá o smazání příspěvku v blogu, protože daná informace už není relevantní. Student ovšem argumentuje právem na svobodu slova a tím pádem na právo mluvit veřejně o někdejších zkušenostech z vyučování.

Na dokončení tohoto zadání nechte účastníkům 30 minut.