

## **Reputacja**

Uczestnicy zastanowią się, w jaki sposób informacje dostępne publicznie pomagają innym osobom w wyrobieniu sobie opinii na ich temat. Wskażą odbiorców różnych typów treści internetowych, zastanowią się, jakie informacje mają być widoczne, gdy ktoś wyszuka ich imię i nazwisko, oraz poznają różne sposoby reagowania na niepożądane materiały w Internecie dotyczące ich osoby.

## **Materiały**

Co należy zrobić? Arkusz ćwiczeń

# Kto zna Twoje tajemnice?

## Część 1

### Poinformuj uczniów

Jaki jest Twój sekret, który skrywasz przed innymi? Pomyśl o nim. Nie musisz o nim mówić ani go zapisywać.

Teraz odpowiedz w myślach na poniższe pytania – nie mów na głos ani niczego nie zapisuj:

1. Ile osób w tym pomieszczeniu zna ten sekret?
2. Ile osób z Twojej okolicy wie o nim?
3. Ile osób, których nigdy nie udało Ci się poznać twarzą w twarz, zna Twoją tajemnicę?

Wyobraź sobie, że musisz zapisać swój sekret na kartce papieru i jedna z osób w tym pomieszczeniu dostanie go do przeczytania. Poniżej znajdziesz więcej pytań – ponownie odpowiedz na nie w myślach i nie mów niczego na głos. Po upływie tygodnia:

1. Ile osób w tym pomieszczeniu poznałoby ten sekret?
2. Ile osób z Twojej okolicy dowiedziałoby się o nim?
3. Ile osób, których nigdy nie udało Ci się poznać twarzą w twarz, poznałoby Twoją tajemnicę?

## Część 2

### Poinformuj uczniów

Pomyśl o osobach, które prawdopodobnie poznają ten sekret lub inne związane z Tobą informacje, jako o odbiorcach.

Wiedząc, kim oni są, możesz łatwiej określić, które informacje warto im udostępnić, a które lepiej zachować w tajemnicy. Grupę odbiorców tworzy jedna osoba lub grupa osób z dostępem do konkretnej informacji.

Dzięki nowym technologiom liczba odbiorców może wzrosnąć bardzo szybko. Ten potencjalny gwałtowny wzrost powoduje, że trudno jest, o ile to w ogóle możliwe,

określić lub ograniczyć dostęp do informacji albo danych na temat działań w Internecie. Możliwość szybkiego powiększania się grona odbiorców jest zaletą, gdy chcesz udostępniać innym swoje treści, jednak sytuacja zmienia się diametralnie, jeśli sprawa dotyczy informacji prywatnych.

Na domiar złego informacje prywatne, szczególnie te wrażliwe, są dla wielu osób niezwykle ekscytujące, więc gdy raz trafią do Internetu, może być bardzo trudno kontrolować, kto ma do nich dostęp.

Za każdym razem, gdy udostępniasz informacje w sieci (nawet jeśli wysyłasz je bezpośrednio jednej osobie przy użyciu wiadomości prywatnej lub tekstowej), musisz mieć świadomość, że może ona trafić do szerszego grona odbiorców.

## **Część 3**

### **Zwróć się do uczniów**

Kto zobaczy zmieniony status, dodany post lub dodane zdjęcie czy też inne zaktualizowane informacje w mediach społecznościowych?

Czy to zależy od konkretnej platformy społecznościowej, a może chodzi o kontekst?

### **Poinformuj uczniów**

Wszystko zależy od ustawień prywatności oraz wybranej platformy społecznościowej, jednak do odbiorców informacji mogą się zaliczać najbliżsi znajomi, obserwujący lub kontakty, wszyscy użytkownicy danej platformy społecznościowej bądź też każdy, kto szuka informacji na Twój temat w Internecie. Bez względu na to, kto ma do nich dostęp, mogą one zostać skopiowane i opublikowane gdzieś indziej, ktoś może zrobić im zdjęcie lub zapisać zrzut ekranu z nimi, a także podzielić się nimi w rozmowie w cztery oczy lub online.

### **Zwróć się do uczniów**

Kto może zobaczyć zawartość udostępnianą w mediach społecznościowych?

Kto jest odbiorcą materiałów, które publikujesz na osi czasu innego użytkownika Facebooka lub dodajesz do konta innej osoby w mediach społecznościowych (np. w wyniku komentowania jednego z dostępnych na nim zdjęć albo oznaczania posta lub zdjęcia)?

### **Poinformuj uczniów**

To zależy od ustawień prywatności, zarówno Twoich, jak i tego użytkownika, jednak często zawartość ta będzie widoczna dla jego znajomych, obserwujących lub kontaktów, czyli osób, których nie znasz, na przykład członków jego rodziny, administratorów czy też nauczycieli.

## **Zwróć się do uczniów**

Kto jest odbiorcą wysyłanych wiadomości (np. SMS-ów, e-maili albo prywatnych lub bezpośrednich wiadomości w serwisach społecznościowych)?

## **Poinformuj uczniów**

Odbiorcą jest osoba, do której wysyłasz wiadomość, jednak istnieje możliwość, że inni również ją zobaczą.

## **Zwróć się do uczniów**

Jak Twoja wiadomość może trafić do osób, do których nie była kierowana? [Potencjalne możliwości to zdjęcia, zrzuty ekranów, funkcja przekazywania wiadomości oraz rozmowy telefoniczne].

Kiedy dotarcie do szerszego grona odbiorców jest przydatne? [Potencjalne przykłady obejmują wiadomości stworzone z myślą o dotarciu do wielu osób, mobilizowanie do działania czy też zwiększanie świadomości].

Kiedy dotarcie do szerszego grona odbiorców niż zakładane może okazać się problematyczne? [Udostępnianie zawartości poza krąg odbiorców może przysporzyć kłopotów, wywołać zakłopotanie lub spowodować utratę reputacji].

W jakich sytuacjach dobra reputacja w Internecie może się okazać ważna? [Potencjalne przykłady obejmują podanie o przyjęcie do szkoły, szkoły wyższej czy też na uniwersytet, podania o pracę, a także nawiązywanie nowych znajomości].

# Sprawdzanie swojej reputacji

## Część 1

### Interakcja z klasą

Wybierz osobę publiczną (np. kogoś z branży muzycznej lub filmowej [kinematografia/telewizja], polityka czy też przedsiębiorcę), która jest znana uczestnikom. Wyszukaj w Google lub innej wyszukiwarce internetowej jej imię i nazwisko, a następnie wraz z uczestnikami przyjrzyjcie się bliżej kilku wynikom (wyświetl wyniki wyszukiwania na ekranie). Oprócz tego przejrzyj konta tej osoby w mediach społecznościowych. Poświęć na to kilka minut, po czym poproś dwóch uczestników o odegranie hipotetycznej interakcji między osobą publiczną a fanem.

### Zwróć się do uczniów

Jak czuje się \_\_\_\_\_, spotykając kogoś, kto wie tyle na jej/jego temat?

Jak czułaby się ta osoba, gdyby te informacje były nieprawdziwe?

Ile osób może uzyskać dostęp do tej informacji o \_\_\_\_\_?

Jak \_\_\_\_\_ może kontrolować, które informacje na jego/jej temat są dostępne online?

## Część 2

### Poinformuj uczniów

Osoby, które spotykasz, będą korzystać z wyszukiwarek internetowych, by dowiedzieć się więcej na Twój temat. To, co znajdą, zarówno dobrego, jak i złego, wpłynie na sposób, w jaki Cię postrzegają. Jeśli chcesz mieć nad tym kontrolę, musisz wiedzieć, do jakich informacji mają dostęp.

Do grona tych osób można zaliczyć przyszłych pracodawców, a także pracowników szkół, szkół wyższych i uniwersytetów rozpatrujących Twoje podanie o przyjęcie w ich progi. Pracownicy tych instytucji nie mają obowiązku informowania kandydatów o tym, czy sprawdzali informacje na ich temat w Internecie w celu łatwiejszego podjęcia decyzji o przyjęciu.

## Część 3

### Interakcja z klasą

Podziel uczestników na pary.

## **Poinformuj uczniów**

Wspólnie z drugą osobą wymyślcie trzy rzeczy, które chcielibyście, żeby się wyświetlały po wpisaniu Waszych imion i nazwisk w Google lub innej wyszukiwarce. Jakie jest Twoim zdaniem prawdopodobieństwo, że informacje te znajdą się na liście wyników wyszukiwania?

Omówcie to.

## **Zwróć się do uczniów**

Co wymyśliliście?

Proszę o podniesienie ręki te osoby, które wyszukiwały swoje nazwisko w wyszukiwarce Google lub w innym miejscu w Internecie. Co widzieliście? Jakie wyświetliły się zdjęcia? Czy mogliście znaleźć informacje na swój temat? A może na świecie są ludzie o takich samych imionach i nazwiskach jak Wasze?

1. Jeżeli uczestnicy noszą popularne nazwiska, poproś, aby dodali do wyszukiwarki informacje takie jak miasto rodzinne czy nazwa szkoły.

Możesz też poprosić uczestników o samodzielne wyszukanie podczas lekcji swoich imion i nazwisk (w Google lub innej wyszukiwarce), o ile macie do dyspozycji komputery lub urządzenia mobilne z dostępem do Internetu.

## **Zwróć się do uczniów**

Podczas wyszukiwania imion i nazwisk w Google lub innej wyszukiwarce zadaj uczestnikom trzy pytania:

1. Jakiego jest kilka pierwszych wyników?
2. Czy te informacje są zadowalające?
3. Co inne wyniki mówią o Tobie jako o osobie? Jako o uczniu/uczennicy? Jako o pracowniku?

Jakie wrażenie może odnieść ktoś, kto Cię nie zna, po zobaczeniu tych informacji? Jakiego wrażenie odniesie, jeśli kliknie kilka pierwszych wyników i zapozna się z zawartymi tam informacjami?

# Reagowanie na złożone informacje

## Część 1

### Interakcja z klasą

Rozdaj arkusze ćwiczenia „Co należy zrobić?": Arkusz dla uczestnika. Podziel uczestników na pary. Poproś uczestników o przedyskutowanie różnych scenariuszy opisanych w arkuszu i wymyślenie dwóch strategii albo rozwiązań do każdego z nich, a także o zastanowienie się nad ewentualnymi konsekwencjami podjętych działań. Daj im na to 15 minut.

### Zwróć się do uczniów

Co zrobić, gdy ktoś opublikuje post z negatywnymi lub niewłaściwymi w danym kontekście informacjami na Twój temat?

Co należy wziąć pod uwagę przed opublikowaniem zawartości dotyczącej innej osoby?

# Reagowanie na negatywne informacje

## Część 1

### Zwróć się do uczniów

Jeśli podczas wyszukiwania swojego imienia i nazwiska w Internecie (np. przy użyciu wyszukiwarki lub serwisów społecznościowych) natkniecie się na negatywne informacje na swój temat, czy możecie coś z tym zrobić?

Wskażcie przykłady informacji, do których inne osoby nie powinny mieć dostępu.

## Część 2

### Poinformuj uczniów

Jeśli natraficie w Internecie na negatywne informacje na swój temat, to w zależności od ich rodzaju i kontekstu, w którym występują, możecie postąpić na kilka sposobów.

Jednym z nich jest tzw. pozytywny przekaz, który polega na zwracaniu uwagi na korzystne elementy dotyczące Waszej osoby lub ich podkreślanie przez tworzenie zawartości przedstawiającej Was w dobrym świetle oraz zarządzanie nią. Można to osiągnąć, na przykład zaznaczając swoją obecność w serwisach społecznościowych, zakładając blog lub rejestrując witrynę internetową ze swoim imieniem i nazwiskiem.

Drugi sposób obejmuje szereg różnych działań mających na celu usunięcie negatywnych informacji. Przykłady:

1. Jeśli widzicie negatywną zawartość (np. zdjęcie, na którym jesteście), możecie spróbować skontaktować się bezpośrednio z osobą, która ją opublikowała, (szczególnie w przypadku serwisów społecznościowych i/lub komunikatorów) i poprosić ją o jej usunięcie.
2. Na wielu platformach dostępne są również rozwiązania umożliwiające zgłaszanie informacji, które Waszym zdaniem są irytujące lub nieciekawe; zawartości (np. zdjęć, filmów czy postów tekstowych) ukazującej Was w negatywnym lub niekorzystnym świetle; treści, które nie powinny znajdować się na platformie (np. z uwagi na to, że są potencjalnie obraźliwe, pełne przemocy lub zabronione), oraz podejrzanych materiałów mogących być próbą oszustwa, co spowoduje ich kontrolę pod kątem zgodności z istniejącym regulaminem i obowiązującymi zasadami społeczności.
3. W niektórych przypadkach w zależności od jurysdykcji i obowiązujących przepisów możecie mieć prawo do dochodzenia roszczeń (np. na skutek naruszenia prywatności lub w wyniku pomówień skutkujących utratą reputacji)



na drodze sądowej.

4. Oprócz tego prawo obowiązujące w niektórych krajach nakazuje platformom usuwanie konkretnych typów zawartości po otrzymaniu stosownego powiadomienia [np. niemiecka Ustawa o egzekwowaniu prawa w serwisach społecznościowych].
5. Pamiętajcie jednak, że czasami próba ukrycia, usunięcia lub skorygowania zawartości może przyczynić się do zwrócenia na nią jeszcze większej uwagi.

## Część 3

### Poinformuj uczniów

Ponadto mieszkańcy Unii Europejskiej („UE”) dysponują „prawem do usunięcia danych”, które jest powszechnie znane pod nazwą „prawa do bycia zapomnianym” (odnosi się ono również do osób przebywających lub mieszkających poza terytorium UE). Zgodnie z tym prawem zawartym w rozporządzeniu o ochronie danych osobowych („RODO”) obywatele UE mogą zażądać od „administratorów danych” usunięcia konkretnych typów informacji na swój temat. („Administratorzy danych” to firmy, osoby indywidualne, agencje rządowe lub inne podmioty podejmujące decyzje w zakresie sposobu przetwarzania zgromadzonych danych).

Istnieje sześć powodów, dla których obywatele UE mogą zażądać usunięcia informacji na swój temat. Każdy z nich obejmuje szereg okoliczności. Na przykład jednym z powodów przesłania wniosku o usunięcie zgromadzonych danych może być fakt, że dotyczą one „dziecka”, które na późniejszym etapie uznaje, że ryzyko udostępniania tego rodzaju informacji jest zbyt duże. Powód jest bardzo ogólny. Jest pewnie niezliczona ilość powodów, dla których osoba w wieku 25 lat może uznać, że czas usunąć informacje, które opublikowała, gdy miała lat 16.

Niemniej w przypadku prawa do usunięcia danych obowiązują pewne ważne ograniczenia. Istnieje pięć powodów, dla których wnioski o usunięcie danych zostanie odrzucony. Tak jak w przypadku wniosków o usunięcie danych, powody odmowy również są ogólne i obejmują wiele sytuacji. Za kilka minut omówimy szczegółowo jeden ważny powód odmowy w zakresie ochrony wolności słowa.

RODO weszło w życie 25 maja 2018 r. Im więcej czasu minie od jego wdrożenia, tym więcej dowiemy się na temat tego, jak obywatele UE korzystają z przysługującego im prawa do usunięcia danych oraz jak firmy, agencje rządowe i inne podmioty się do tego ustosunkowują.

# Zadanie

## Część pierwsza

### Zadanie

Opcja 1 dla uczestników w wieku 13–15 lat:

#### Poinformuj uczniów

Skoro omówiliśmy już, jak informacje dostępne publicznie pomagają wyrabiać sobie zdanie na temat innych osób, spróbujmy przełożyć to na praktykę.

Wykonajcie samodzielnie następujące zadanie (macie na to 30 minut):

1. Wybierzcie osobę publiczną (np. kogoś z branży muzycznej lub filmowej [kinematografia/telewizja], polityka czy też przedsiębiorcę).
2. Poszukajcie w Internecie publicznie dostępnych informacji o tej osobie i krótko wyjaśnijcie, w jakim stopniu były one pomocne do wyrobienia sobie opinii na jej temat.
3. Jakie cztery zalecenia chcielibyście przedstawić tej osobie w kwestii zmiany sposobu udostępniania w Internecie treści na swój temat (np. zmiana ustawień prywatności, zmiana grona odbiorców, modyfikacja publikowanych treści), aby poprawić prezentację i postrzeganie tej osoby przez innych użytkowników Internetu? To samo dotyczy zaprzestania udostępniania (np. zalecenie usunięcia lub ukrycia treści).

Opcja 2 dla uczestników w wieku 16–18 lat:

Przyjmijmy, że mieszkasz w kraju, w którym nie obowiązuje prawo do bycia zapomnianym. Jak możesz podać dwa, trzy argumenty za wprowadzeniem tego prawa? Zastanów się również nad dwoma lub trzema najsilniejszymi kontrargumentami związanymi z Twoim stanowiskiem.

Uwaga: Obywatele niektórych krajów mają prawo do wolności słowa lub przekazywania informacji bez ryzyka cenzury albo odwetu ze strony rządu. Jak Twoim zdaniem prawo do usunięcia danych lub prawo do bycia zapomnianym sprawdziłoby się w krajach, w których obowiązuje również wolność słowa? Rozporządzenie o ochronie danych osobowych obowiązujące w Unii Europejskiej zawiera zapis mówiący, że prawo do bycia zapomnianym nie ma zastosowania, jeśli usunięte informacje naruszają prawo obywateli do wolności wypowiedzi i informacji. Czy jesteś w stanie wyobrazić sobie sytuację, w której ktoś chciałby usunąć swoje dane osobowe, jednak spotkałoby się to ze sprzeciwem kogoś innego, kto

utrzymywałby, że takie działanie spowodowałoby naruszenie jego prawa do wolności słowa (np. uczennica prowadzi bloga, na którym znajdują się niepochlebne informacje o jej nauczycielu, jednak gdy przestaje uczęszczać na jego zajęcia, nauczyciel żąda usunięcia tych informacji, argumentując, że nie są one już aktualne, tymczasem uczennica powołuje się na przysługujące jej prawo do wolności słowa w zakresie opisywania swoich dotychczasowych doświadczeń edukacyjnych)?

Daj uczestnikom 30 minut na wykonanie zadania.