

## **Reputatie**

Deelnemers zullen overwegen hoe openbaar beschikbare informatie helpt om de mening van anderen over hun te vormen. Ze identificeren doelgroepen voor verschillende soorten online communicatie, overwegen welke informatie ze willen laten verschijnen wanneer iemand zoekt op hun naam en leren hoe ze op diverse manieren kunnen reageren op online inhoud over zichzelf die ze niet leuk vinden.

## **Materiaal**

Wat moet je doen? Hand-out

# Wie kent je geheimen?

## Deel één

### Vertel je leerlingen

Wat is een echt geheim over jezelf? Houd dit in gedachten. Je hoeft het met niemand te delen of het op te schrijven.

Geef nu in gedachten antwoord op de volgende vragen. Zeg je antwoorden niet hardop en schrijf ze ook niet op:

1. Hoeveel mensen in de ruimte kennen het geheim?
2. Hoeveel mensen in je buurt kennen het geheim?
3. Hoeveel mensen die je nog nooit in levende lijve hebt ontmoet, kennen het geheim?

Stel je voor dat je je geheim moet opschrijven en dat een willekeurig persoon in deze groep het mag lezen. Hier zijn nog wat vragen. Beantwoord ze weer in je hoofd en niet hardop of op papier. Als er een week is verstreken:

1. Hoeveel mensen in deze ruimte zouden nu het geheim kennen?
2. Hoeveel mensen in je buurt zouden nu het geheim kennen?
3. Hoeveel mensen die je nog nooit in levende lijve hebt ontmoet, zouden nu het geheim kennen?

## Deel twee

### Vertel je leerlingen

Denk aan mensen die zichzelf als 'het publiek' beschouwen voor je geheim of andere informatie over jou.

Als je beter snapt wie het publiek is, kun je makkelijker bepalen welke informatie je wel of niet wilt delen met anderen. Het publiek bestaat uit een persoon of een groep personen die toegang heeft tot bepaalde informatie.

Door alle nieuwe technologieën kan een publiek snel groeien. Juist doordat een publiek snel kan groeien, is het moeilijk, om maar niet te zeggen onmogelijk, om je publiek te kennen of te beperken voor je online informatie en activiteiten. Ondanks

dat het geweldig is dat je publiek snel kan groeien als je je werk met veel mensen wilt delen, is dit niet zo geweldig als dit gebeurt met informatie die je privé wilt houden.

Jammer genoeg vinden mensen het vaak interessant om privé-informatie, en dan vooral gênante informatie, te bekijken. Zodra dit type informatie online staat, kan het heel moeilijk zijn om te beheren wie deze inhoud ziet.

Wanneer je informatie online deelt (zelfs al is het rechtstreeks met een persoon, zoals in een tekst- of privébericht), moet je er rekening mee houden dat de informatie verder wordt verspreid buiten het publiek waar het voor was bestemd.

## **Deel drie**

### **Vraag je leerlingen**

Als je een statusupdate, foto of andere informatie plaatst op sociale media, wie is dan het beoogde publiek?

Hangt dit af van het sociale-mediaplatform? Of van de context?

### **Vertel je leerlingen**

Het hangt af van je privacyinstellingen en het sociale-mediaplatform dat je kiest, maar je publiek kan bestaan uit je beste vrienden, volgers of connecties. Het publiek kan ook groter zijn en alle mensen omvatten die dat sociale-mediaplatform gebruiken of iedereen die jou online opzoekt. Wie ook het publiek is, informatie kan worden gekopieerd en ergens anders worden geplaatst. Iemand kan een foto of schermafbeelding van de inhoud maken of informatie kan worden gedeeld tijdens persoonlijke en online gesprekken.

### **Vraag je leerlingen**

Wie is je beoogde publiek als je inhoud toevoegt op sociale media?

Wie is je beoogde publiek als je bijvoorbeeld iets plaatst op de Facebook-tijdlijn van iemand anders of als je inhoud toevoegt aan een sociale-media-account van iemand anders (bijvoorbeeld door een opmerking te plaatsen bij een van hun foto's of door ze te taggen in een bericht of foto)?

### **Vertel je leerlingen**

Dit is afhankelijk van jouw en hun privacyinstellingen, maar de inhoud is vaak zichtbaar voor hun vrienden, volgers of connecties. Hierbij horen ook mensen die je niet kent, bijvoorbeeld hun familieleden, leraren of de directeur van hun school.

### **Vraag je leerlingen**

Wie is je publiek als je een bericht stuurt (bijvoorbeeld een sms, e-mail of privébericht op sociale media)?

### **Vertel je leerlingen**

Je publiek is de persoon aan wie je het bericht stuurt. Wees echter voorzichtig; anderen kunnen het bericht misschien ook bekijken.

### **Vraag je leerlingen**

Hoe kan je bericht andere mensen bereiken dan de persoon aan wie je het stuurde? (Mogelijke manieren zijn foto's of schermafbeeldingen, doorsturen of het bericht direct op de telefoon aan een ander laten zien.)

In welke gevallen kan een groter publiek handig zijn? (Mogelijke voorbeelden hiervan zijn dat je hoopt dat je bericht een groter publiek bereikt, mensen mobiliseren, ergens aandacht voor vragen.)

In welke gevallen kan een groter publiek dan je had bedoeld, een probleem vormen? (Delen buiten het beoogde publiek kan problemen veroorzaken, kan je in verlegenheid brengen, kan reputatieschade opleveren.)

In welke situaties is het behouden van een goede online reputatie belangrijk? (Mogelijke voorbeelden hiervan zijn aanmeldingen bij een school/hogeschool/universiteit, sollicitaties en nieuwe vrienden maken.)

# Je reputatie onderzoeken

## Deel één

### Interactie

Kies een bekende persoon (bijvoorbeeld iemand in de muziek- en/of filmindustrie (films/tv), een politicus, een bedrijfsleider) die alle deelnemers kennen. Zoek op de naam van deze bekende persoon via een online zoekmachine/Google en onderzoek samen met de deelnemers een aantal items die verschijnen (laat de zoekresultaten op een scherm zien). Onderzoek ook de aanwezigheid op sociale media van deze bekende persoon. Vraag na een paar minuten aan twee deelnemers om een hypothetische ontmoeting tussen de bekende persoon en een fan na te spelen.

### Vraag je leerlingen

Wat vindt \_\_\_\_\_ ervan dat hij/zij iemand ontmoet die veel over hem/haar weet?

Wat zou hij/zij ervan vinden als die informatie niet correct is?

Hoeveel mensen hebben toegang tot informatie over \_\_\_\_\_?

Hoe kan \_\_\_\_\_ beheren welke informatie over hem/haar online beschikbaar is?

## Deel twee

### Vertel je leerlingen

Mensen die je ontmoet, gebruiken zoekmachines om meer informatie over je te vinden. Wat ze ook vinden, goed of slecht, heeft invloed op wat ze van je denken. Als je controle wilt hebben over hoe ze je zien, is het belangrijk dat je weet welke informatie ze mogelijk tegenkomen.

Onder deze mensen bevinden zich toekomstige werkgevers en mensen van de toelatingscommissie van een school, hogeschool. en universiteit. Mensen van een toelatingscommissie laten kandidaten vaak niet weten dat ze hen online hebben nagetrokken en/of deze informatie hebben gebruikt om een beslissing te nemen over de toelating.

## Deel drie

### Interactie

Verdeel de groep in tweetallen.

### Vertel je leerlingen

Bedenk drie dingen die moeten verschijnen als iemand je naam op Google/online opzoekt. Hoe groot is de kans dat deze dingen daadwerkelijk verschijnen in de zoekresultaten?

Deel dit met je partner.

### **Vraag je leerlingen**

Wat hebben jij en je partner verzonnen?

Steek je hand op als je wel eens via Google of een andere zoekmachine online hebt gezocht naar je naam. Wat zag je? Welke foto's werden er weergegeven? Kon je informatie over jezelf vinden of zijn er andere mensen in de wereld met dezelfde naam als jij?

1. Als deelnemers een veelvoorkomende naam hebben, vraag je ze om extra informatie toe te voegen aan hun zoekopdrachten, zoals hun woonplaats of de naam van hun school.

Je kunt deelnemers ook vragen om via Google of een andere zoekmachine online naar hun eigen naam te zoeken tijdens deze activiteit, als er computers of mobiele apparaten met internettoegang beschikbaar zijn.

### **Vraag je leerlingen**

Wanneer je online via Google of een andere zoekmachine naar je naam zoekt, moet je jezelf de volgende drie vragen stellen:

1. Wat zijn de eerste zoekresultaten?
2. Vind je deze informatie in orde?
3. Wat zeggen de andere resultaten over jou als persoon? Als student? Als werknemer?

Welke indruk zou iemand die je niet kent, van jou kunnen krijgen op basis van deze resultaten? Welke indruk zouden ze kunnen krijgen als ze op de eerste resultaten hebben geklikt en de informatie daar hebben gelezen?

# Reageren op complexe informatie

## Deel één

### Interactie

Deel de deelnemerhand-out 'Wat moet je doen?' uit. Verdeel de groep in tweetallen. Vraag de deelnemers om de scenario's op het werkblad te bespreken en twee strategieën/oplossingen te verzinnen voor elk scenario en na te denken over de mogelijke gevolgen van hun acties. Geef ze hiervoor 15 minuten.

### Vraag je leerlingen

Wat moet je doen als iemand inhoud over je plaatst die je niet leuk en/of ongepast vindt in die context?

Waar moet je over nadenken voordat je inhoud plaatst over iemand anders?

# Reageren op negatieve informatie

## Deel één

### Vraag je leerlingen

Als je negatieve informatie over jezelf vindt als je je naam online zoekt (bijvoorbeeld in een zoekmachine of op sociale media), kun je daar dan iets aan doen?

Heb je voorbeelden van inhoud die anderen niet mogen zien?

## Deel twee

### Vertel je leerlingen

Je kunt verschillende dingen doen als je online inhoud tegenkomt over jezelf die je niet leuk vindt. Dit is onder andere afhankelijk van de context en het soort informatie.

Een van die dingen is 'counter speech', wat betekent dat je de aandacht richt op of meer zichtbaarheid geeft aan positieve verhalen over jezelf. Dit doe je door positieve verhalen over jezelf te maken en inhoud te beheren die jou in een positief daglicht plaatst. Je kunt dit bijvoorbeeld doen door aanwezig te zijn op sociale media, als dit van toepassing is, een blog te beginnen of een website te registreren op basis van je naam.

Een andere aanpak is verschillende maatregelen nemen om negatieve inhoud te laten verwijderen. Bijvoorbeeld:

1. Als je inhoud ziet die je niet leuk vindt (bijvoorbeeld een foto van jezelf), kun je proberen om de persoon die de foto heeft geplaatst, direct te benaderen (zeker op sociale media en/of via berichtenapps) en te vragen de inhoud te verwijderen.
2. Veel platformen bieden ook interfaces om informatie te markeren die je vervelend of niet interessant vindt, zoals inhoud (bijvoorbeeld foto's, video's, tekstgebaseerde berichten) die je in een negatief of niet-flatteus daglicht plaatst; die niet op het platform thuishoort (lijkt bijvoorbeeld aanstootgevend, gewelddadig of verboden); of die lijkt op oplichting. Het platform controleert de inhoud dan aan de hand van de servicevoorwaarden en de normen van de community.
3. In sommige gevallen moet je je toevlucht nemen tot juridische oplossingen en kun je bijvoorbeeld een rechtszaak aanspannen, afhankelijk van de jurisdictie en de toepasselijke wet (bijvoorbeeld in sommige gevallen van inbreuk op iemands privacy of onjuiste berichten die iemand de reputatie schaden).



4. Sommige landen hebben specifieke wetten waardoor platformen bepaalde typen onwettige inhoud moeten verwijderen na een melding hierover (bijvoorbeeld de verordening voor wetshandhaving op sociale netwerken (NetzDG) in Duitsland).
5. Houd er ook rekening mee dat een poging om inhoud te onderdrukken, verwijderen of corrigeren onbedoeld kan leiden tot meer aandacht.

## Deel drie

### Vertel je leerlingen

Daarnaast hebben inwoners van de Europese Unie ('EU') een juridisch 'recht op gegevenswissing', ook wel het 'recht op vergetelheid' genoemd (dit recht is nog steeds van toepassing als ze buiten de EU reizen of wonen). Op basis van dit recht in de Algemene verordening gegevensbescherming ('AVG') kunnen mensen in de EU 'gegevensbeheerders' vragen om bepaalde typen informatie over hen te verwijderen. ('Gegevensbeheerders' zijn bedrijven, mensen, overheidsinstellingen en anderen die beslissingen nemen over hoe informatie over jou wordt verwerkt.)

Er zijn zes redenen waarom mensen in de EU kunnen vragen om informatie over hen te verwijderen. Elk van deze redenen heeft betrekking op een reeks omstandigheden. Een van de redenen dat een verzoek tot het verwijderen van gegevens kan worden ingediend, is dat er informatie is verzameld over een 'kind', dat later besluit dat het risico van het delen van deze informatie te groot is. Dit is een vrij algemene reden. Er zijn ontelbare redenen waarom iemand van 25 jaar informatie wil verwijderen die hij of zij heeft gedeeld toen hij of zij 16 was!

Er zijn ook belangrijke grenzen aan het recht op gegevenswissing. Er zijn vijf redenen waarom een verzoek tot gegevenswissing zal worden geweigerd. Een verzoek tot gegevenswissing kan om uiteenlopende redenen worden ingediend en hetzelfde geldt ook voor de redenen om dit verzoek te weigeren. Over een paar minuten bespreken we één belangrijke reden tot weigering, namelijk het recht op vrijheid van meningsuiting.

De AVG is van kracht sinds 25 mei 2018. Hoe langer de AVG bestaat en van kracht is, des te meer komen we te weten over hoe mensen in de EU gebruikmaken van hun recht op gegevenswissing te worden en hoe bedrijven, overheidsinstanties en anderen hierop reageren.

# Opdracht

## Deel één

### Opdracht

Optie 1, voor deelnemers van 13-15 jaar:

#### Vertel je leerlingen

We hebben het gehad over hoe online informatie die voor iedereen toegankelijk is, bijdraagt aan de meningsvorming over andere mensen. Laten we nu eens toepassen wat je zojuist hebt geleerd.

Houd je de komende 30 minuten individueel bezig met de volgende activiteit:

1. Kies een bekende persoon (bijvoorbeeld iemand in de muziek- en/of filmindustrie (films/tv), een politicus, een bedrijfsleider).
2. Zoek online naar openbare informatie over die persoon en leg in een korte alinea uit hoe deze informatie je heeft geholpen een mening te vormen over die persoon.
3. Als je deze persoon vier aanbevelingen zou kunnen doen over hoe informatie over hem of haar anders online beschikbaar zou kunnen zijn (bijvoorbeeld met andere privacyinstellingen, een andere doelgroep, een inhoudelijke wijziging in de informatie) en/of helemaal niet beschikbaar (bijvoorbeeld verwijderd of gedepubliceerd) om de manier waarop deze persoon zichzelf presenteert of door anderen online wordt gezien, te verbeteren, welke aanbevelingen zou je dan doen?

Optie 2, voor deelnemers van 16-18 jaar:

Stel je eens voor dat je in een land woont, waarin je niet het recht op vergetelheid hebt. Verzin eens 2-3 argumenten waarom een land dat recht zou moeten invoeren? Bedenk meteen ook 2-3 sterke tegenargumenten voor je standpunt.

Opmerking: in sommige landen hebben inwoners het recht op vrijheid van meningsuiting of het recht om ideeën te uiten zonder dat de regering ingrijpt of censureert. Hoe zou het 'recht op gegevenswissing' of het 'recht op vergetelheid' werken in een land met onbegrensde vrijheid van meningsuiting? De Algemene verordening gegevensbescherming in de Europese Unie stelt dat het 'recht op gegevenswissing' niet van toepassing is als er informatie wordt verwijderd waardoor inwoners hun 'recht op vrije meningsuiting en informatie niet kunnen uitoefenen'. Kun je een situatie bedenken waarin een persoon wil dat zijn persoonlijke informatie

wordt verwijderd, maar dat de tweede persoon stelt dat het verwijderen van die informatie inbreuk maakt op de vrijheid van meningsuiting? (Bijvoorbeeld: een leerling schrijft een blogbericht dat kwalijke informatie bevat over een leraar. Als de student niet langer bij de leraar in de klas zit, wil de leraar dat het bericht wordt verwijderd, omdat het niet langer relevant is. De leerling doet beroep op de vrijheid van meningsuiting om in het openbaar over haar eerdere onderwijservaringen te schrijven)

Geef deelnemers 30 minuten om de opdracht te voltooien.