

Reputazione

I partecipanti prenderanno in considerazione il modo in cui le informazioni online disponibili pubblicamente contribuiscono a formare le opinioni degli altri su di loro. Identificheranno i gruppi di pubblico appropriati per diversi tipi di comunicazioni online, prenderanno in considerazione quali informazioni vogliono che vengano visualizzate quando qualcuno cerca il loro nome e scopriranno diversi modi in cui rispondere a contenuti spiacevoli che li riguardano su Internet.

Materiali

Cosa dovrete fare? Dispensa

Chi conosce i vostri segreti?

Parte 1

Cosa dire ai tuoi studenti

Avete un segreto? Ecco, pensate a questo segreto. Non dovrete dividerlo con nessuno né scriverlo da qualche parte.

Ora rispondete a queste domande mentalmente, non rispondete a voce alta né scrivete le risposte:

1. Quante persone in questa stanza conoscono questo segreto?
2. Quante persone nel vostro quartiere conoscono questo segreto?
3. Quante persone che non avete mai incontrato nella vita reale conoscono questo segreto?

Immaginate di dover scrivere questo segreto su un foglio di carta e che una persona a caso in questo gruppo lo leggesse. Adesso vi farò altre domande; anche questa volta, rispondete solo mentalmente e non a voce alta o per iscritto. Dopo una settimana:

1. Quante persone in questa stanza conoscerebbero ora questo segreto?
2. Quante persone nel vostro quartiere conoscerebbero ora questo segreto?
3. Quante persone che non avete mai incontrato nella vita reale conoscerebbero ora questo segreto?

Parte 2

Cosa dire ai tuoi studenti

Dovete pensare alle persone che potrebbero vedere un segreto o altre informazioni su di voi come al "pubblico" di queste informazioni.

Comprendere meglio chi è il pubblico può aiutarvi a determinare più facilmente le informazioni che desiderate condividere senza problemi oppure non condividere con altre persone. Un pubblico è formato da una persona o da un gruppo di persone che possono accedere a un determinato contenuto.

Con le nuove tecnologie di oggi, il pubblico può crescere molto rapidamente. A

causa di questa potenziale crescita rapida del pubblico, è difficile per voi, se non impossibile, conoscere o limitare il pubblico delle informazioni e attività online. Anche se la crescita del pubblico è qualcosa di ottimo se volete condividere il vostro lavoro con tante persone, non è un fattore altrettanto positivo nel caso di informazioni che desiderate rimangano private.

Purtroppo le informazioni private, in particolare quelle imbarazzanti, sono spesso molto interessanti per le persone che le vedono, perciò una volta che tali informazioni vengono pubblicate online può essere molto difficile controllare chi può vedere tali contenuti.

Quando condividete informazioni online (anche se direttamente con una sola persona, ad esempio tramite SMS o messaggio privato), dovete essere preparati alla possibilità che queste informazioni vengano diffuse oltre il pubblico che avevate intenzione di raggiungere.

Parte 3

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Quando pubblicate un aggiornamento di stato, una foto o altre informazioni sui social media, qual è il pubblico che intendete raggiungere?

Dipende dalla piattaforma di social media? O dal contesto?

Cosa dire ai tuoi studenti

Dipende dalle impostazioni sulla privacy e dalla piattaforma di social media che scegliete, tuttavia il vostro pubblico potrebbe comprendere solo gli amici più stretti/i follower/le connessioni o essere sufficientemente ampio da includere chiunque usi la piattaforma di social media in questione o chiunque vi cerchi online.

Indipendentemente dalla composizione del pubblico, le informazioni possono essere copiate e pubblicate altrove, qualcuno può scattare una foto/acquisire uno screenshot dei contenuti oppure le informazioni possono essere condivise in conversazioni di persona e online.

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Qual è il pubblico che desiderate raggiungere quando aggiungete contenuti sui social media?

Qual è il pubblico che desiderate raggiungere quando, ad esempio, pubblicate contenuti sul diario di Facebook di un'altra persona o quando aggiungete contenuti all'account di social media di un'altra persona (ad es. commentando una delle foto o taggandola in un post o una foto)?

Cosa dire ai tuoi studenti

Questo dipenderà sia dalle vostre impostazioni sulla privacy sia da quelle dell'altra persona, ma nella maggior parte dei casi i contenuti saranno visibili ai suoi amici/follower e alle sue connessioni, il che include persone che non conoscete, come familiari oppure responsabili o insegnanti della sua scuola.

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Quando inviate un messaggio (ad es. un SMS, un'e-mail, un messaggio privato/diretto sui social media), qual è il pubblico che desiderate raggiungere?

Cosa dire ai tuoi studenti

Il pubblico è la persona a cui inviate il messaggio, ma fate attenzione: anche altre persone potrebbero vederlo.

Cosa chiedere ai tuoi studenti

In che modo il vostro messaggio può raggiungere persone diverse da quella prevista? [Tra i modi possibili: foto/screenshot, inoltra e condivisione tramite conversazione telefonica.]

In quali casi raggiungere un pubblico più ampio potrebbe essere utile? [Tra gli esempi possibili: speranza di diffusione di un messaggio tra un pubblico più ampio, mobilitazione di persone, campagne di sensibilizzazione.]

In quali casi raggiungere un pubblico più ampio potrebbe rappresentare un problema? [La condivisione oltre il pubblico previsto potrebbe mettere nei guai le persone, causare imbarazzo e danneggiare la loro reputazione.]

Quali sono alcune situazioni in cui mantenere una buona reputazione online potrebbe essere importante? [Tra gli esempi possibili: richieste di ammissione a scuole/università, candidature di lavoro e nuove amicizie.]

Ricerche sulla reputazione

Parte 1

Interazione della classe

Scegli un personaggio pubblico (ad es. qualcuno del settore musicale e/o cinematografico [film/TV], un politico, un dirigente d'azienda) conosciuto dai partecipanti. Cerca su Google o in un motore di ricerca il suo nome e, con i partecipanti, esamina alcune delle informazioni che trovate (proietta i risultati della ricerca su uno schermo). Analizza anche la presenza sui social media del personaggio pubblico in questione. Dopo aver effettuato ricerche per qualche minuto, chiedi a due partecipanti di simulare un'ipotetica interazione tra il personaggio pubblico e un fan.

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Come si sente _____ incontrando qualcuno che conosce molte delle sue informazioni personali?

Come si sentirebbe se queste informazioni non fossero corrette?

Quante persone possono accedere a queste informazioni su _____?

In che modo _____ può controllare quali informazioni sul suo conto sono disponibili online?

Parte 2

Cosa dire ai tuoi studenti

Le persone che incontrate usano i motori di ricerca per scoprire maggiori informazioni su di voi. Quello che trovano, che siano informazioni positive o negative, incide sull'opinione che si faranno di voi. Se volete poter controllare il modo in cui vi percepiscono, è importante che sappiate quali informazioni potrebbero vedere.

Queste persone comprendono i datori di lavoro futuri e i responsabili delle ammissioni a scuole/università. I responsabili delle ammissioni potrebbero non informare i candidati del fatto che hanno cercato informazioni su di loro online e/o usato le informazioni trovate online per prendere una decisione in merito all'ammissione.

Parte 3

Interazione della classe

Dividi i partecipanti in coppie.

Cosa dire ai tuoi studenti

Pensate a tre informazioni che vorreste venissero trovate quando qualcuno usa Google o altri strumenti per cercare il vostro nome online. Qual è la probabilità che queste informazioni siano effettivamente visualizzate nei risultati della ricerca?

Condividete queste osservazioni con il vostro partner.

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Quali sono le conclusioni a cui siete arrivati insieme ai vostri partner?

Alzate la mano se avete cercato il vostro nome su Google o online. Cosa avete visto? Quali foto avete trovato tra i risultati? Avete trovato informazioni su voi stessi oppure ci sono altre persone al mondo con cui condividete il vostro nome?

1. Se hanno un nome comune, chiedi ai partecipanti di aggiungere un'informazione alle loro ricerche, come la loro città di origine o il nome della loro scuola.

Puoi anche chiedere ai partecipanti di cercare il loro nome su Google o online durante questa attività se avete a disposizione computer o dispositivi mobili con accesso a Internet.

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Quando cercate il vostro nome su Google o online, ponetevi queste tre domande:

1. Quali sono i primi risultati?
2. Queste informazioni vi mettono a disagio?
3. Cosa suggeriscono sul vostro conto gli altri risultati? Come studenti? Come dipendenti?

Dopo aver visto questi risultati, quale impressione potrebbe farsi su di voi una persona che non vi conosce? Quale impressione potrebbe farsi se cliccasse sulle informazioni contenute nei primi risultati e le leggesse?

Come rispondere a informazioni complesse

Parte 1

Interazione della classe

Distribuisci la dispensa Cosa dovrete fare? ai partecipanti. Dividi i partecipanti in coppie. Chiedi ai partecipanti di discutere degli scenari sul foglio degli esercizi e di pensare a due strategie/soluzioni per ogni scenario e alle conseguenze potenziali delle loro azioni. Concedi loro 15 minuti.

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Cosa dovrete fare se qualcuno pubblica contenuti su di voi che non vi piacciono e/o non trovate appropriati nel contesto?

A cosa dovrete pensare prima di pubblicare contenuti su altre persone?

Come rispondere a informazioni negative

Parte 1

Cosa chiedere ai tuoi studenti

Se trovate informazioni negative su di voi quando cercate il vostro nome online (ad es. tramite un motore di ricerca o sui social media), potete fare qualcosa?

Quali sono alcuni esempi di contenuti che non volete che altre persone vedano?

Parte 2

Cosa dire ai tuoi studenti

Ci sono diversi approcci in merito a cosa potete fare se trovate contenuti online su di voi che non vi piacciono, a seconda del contesto e al tipo di informazioni, tra le altre cose.

Un approccio è il "counterspeech", che significa attirare l'attenzione su storie positive su di voi e dare loro maggiore visibilità, creando e gestendo contenuti che vi riflettono in modo positivo. Potete farlo, ad esempio, creando una presenza sui social se appropriato, aprendo un blog o registrando un sito web con il vostro nome.

Un secondo approccio comprende diverse misure per la rimozione dei contenuti negativi. Ad esempio:

1. Se vedete un contenuto che non vi piace (ad es. una vostra foto), potete provare a contattare direttamente la persona che l'ha pubblicato (in particolare sui social media e/o nelle app di messaggistica) per chiederle di rimuoverlo.
2. Molte piattaforme forniscono anche interfacce per segnalare informazioni che ritenete fastidiose o non interessanti, contenuti (ad es. foto, video, post di tipo testuale) che vi mostrano in modo negativo/poco lusinghiero, contenuti che non dovrebbero trovarsi sulla piattaforma (ad es. sembrano offensivi, violenti o vietati) o che sembrano essere una truffa. In seguito, la piattaforma li esaminerà in relazione alle condizioni d'uso e alle normative della community.
3. In alcuni casi, avete il diritto di presentare ricorsi legali e potete, ad esempio, intentare una causa presso un tribunale, in base alla giurisdizione e alle leggi applicabili (ad esempio, in alcuni casi di invasione della privacy o dichiarazioni false che danneggiano la reputazione di una persona).
4. In alcuni Paesi sono in vigore leggi specifiche che impongono alle piattaforme di rimuovere determinati tipi di contenuti illegali all'atto della notifica [ad es. il Network Enforcement Act in Germania].

5. Tenete anche presente che talvolta il tentativo di eliminare/rimuovere/correggere un contenuto può inavvertitamente aumentare l'attenzione verso di esso.

Parte 3

Cosa dire ai tuoi studenti

Inoltre, le persone che vivono nell'Unione europea ("UE") hanno un "diritto legale alla cancellazione", più comunemente noto come "diritto all'oblio" (questo diritto si applica anche quando viaggiano o vivono al di fuori dell'Unione europea). Ai sensi di questo diritto previsto dal Regolamento generale sulla protezione dei dati ("GDPR"), le persone nell'UE possono richiedere ai "titolari del trattamento dei dati" di cancellare determinati tipi di informazioni su di loro (i "Titolari del trattamento dei dati" sono aziende, persone, agenzie governative e altre entità che prendono decisioni sulla modalità di trattamento delle informazioni sulle persone).

Esistono sei motivi per cui le persone nell'UE possono chiedere che le informazioni personali siano cancellate. Ciascuno di questi motivi comprende diverse circostanze. Ad esempio, uno dei motivi per cui si può effettuare una richiesta di eliminazione dei dati è la raccolta di informazioni su un "minore" che in seguito decide che i rischi legati alla condivisione di queste informazioni sono eccessivi. Questo motivo è estremamente generico. Sono probabilmente tantissimi i motivi per cui un ragazzo di 25 anni decide di rimuovere informazioni condivise quando ne aveva 16!

Esistono anche limiti importanti al diritto alla cancellazione. Sono cinque i motivi per cui una richiesta di cancellazione può essere negata. Proprio come i motivi di richiesta di cancellazione, i motivi di rifiuto sono ampi e comprendono diversi tipi di situazioni. Tra poco parleremo nel dettaglio di un importante motivo di rifiuto, ovvero la protezione dei diritti alla libertà di parola.

Il GDPR è entrato in vigore il 25 maggio 2018. Più tempo trascorre dall'entrata in vigore del GDPR, più scopriremo sulle modalità con cui le persone nell'UE usano il loro diritto alla cancellazione e sul modo in cui aziende, agenzie governative e altre entità rispondono.

Compito

Prima parte

Compito

Opzione 1, per i partecipanti di età compresa tra 13 e 15 anni:

Cosa dire ai tuoi studenti

Ora che abbiamo parlato di come le informazioni online disponibili pubblicamente contribuiscano alla creazione di opinioni su altre persone, applichiamo quello che abbiamo appena imparato.

Nei prossimi 30 minuti, svolgete singolarmente la seguente attività:

1. Scegliete un personaggio pubblico (ad es. qualcuno del settore musicale e/o cinematografico [film/TV], un politico, un dirigente d'azienda).
2. Cercate le informazioni pubbliche riguardanti questa persona online e spiegate, in un breve paragrafo, in che modo queste informazioni vi hanno aiutato a formare un'opinione sulla persona in questione.
3. Se poteste dare a questa persona quattro consigli su come i contenuti sul suo conto potrebbero essere disponibili online in modo diverso (ad es. in termini di modifica delle impostazioni sulla privacy, del pubblico o della sostanza dei contenuti) e/o non essere disponibili del tutto (ad es. eliminandoli, chiedendone la rimozione) per migliorare il modo in cui si presenta/viene percepita dagli altri online, quali sarebbero questi consigli?

Opzione 2, per i partecipanti di età compresa tra 16 e 18 anni:

Immaginate di vivere in un Paese in cui non vige il diritto all'oblio. Quali sono 2-3 argomenti a favore dell'adozione di tale diritto da parte di questo Paese? Identificate anche le 2-3 obiezioni potenziali più forti alla vostra posizione.

Nota: alcuni Paesi garantiscono ai cittadini il diritto alla libertà di parola o il diritto di comunicare idee senza la minaccia di ritorsione o censura da parte del governo. Come pensate funzionerebbe un "diritto alla cancellazione" o un "diritto all'oblio" in Paesi in cui esistono anche diritti di libertà di parola? Il Regolamento generale sulla protezione dei dati nell'Unione europea afferma che il "diritto di cancellazione" non deve essere applicato nei casi in cui la rimozione di informazioni impedirebbe ai cittadini di "esercitare il diritto alla libertà di espressione e di informazione". Riuscite a pensare a una situazione in cui una persona vorrebbe rimuovere le sue informazioni personali, ma un'altra persona obietta che la rimozione violerebbe i

propri diritti alla libertà di parola (ad es. uno studente scrive un post in un blog che contiene informazioni poco lusinghiere su un insegnante; quando lo studente non si trova più nella classe dell'insegnante, quest'ultimo gli richiede di rimuovere il post perché le informazioni non sono più pertinenti; lo studente afferma di avere il diritto alla libertà di parola e di parlare pubblicamente delle sue esperienze formative precedenti)?

I partecipanti avranno 30 minuti di tempo per terminare il compito.