

DIGI.JOB.ID

Lekce 3 – Online reputace a vlastní značka

Pracovní listy

DIGI.JOB.ID.
Digital Job Identities



Editační informace:

Tato sbírka výukového materiálu byla vyvinuta v rámci projektového partnerství ERASMUS+ digi.job.id, digi.job.id, digijobid.eu, koordinována BFI OÖ.

Enaip Veneto I.S. je zodpovědná za editační sestavení této lekce.

Kontakt:

Enaip Veneto I.S.

Via Ansuino da Forlì, 64/A, Padova - Italy

Tel. +39 049 865892, international@enaip.veneto.it



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tento dokument odráží pouze názory autorů a Komise nenesе žádnou zodpovědnost za jakékoli využití informací zde uvedených.



Pracovní list LO1

Slovníček pojmů

1. PŘIDÁNÍ	Přidat si někoho (kamaráda/kolegu) do přátel na profilu na sociální síti.
2. ALERT (UPOZORNĚNÍ)	Termín označuje komunikaci s cílem upozornit na aktualizaci nebo novinky, e-mailem nebo prostřednictvím oznámení na domovské stránce profilu vlastní sociální sítě.
3. ALIAS	Falešná identita používaná na internetu (například na sociálních sítích). Uživatel si může vybrat fantasy jméno, pseudonym nebo něco, co odpovídá existujícím osobním datům.
4. BLOG	Akronym z "web log." Nashromážděné zprávy obvykle udržované jednotlivcem nebo firmou s pravidelnými záznamy obsahu na konkrétní téma nebo popis událostí.
5. BLOGGER	Osoba spravující vlastní blog, zveřejňující zprávy a odpovídající na dotazy čtenářů blogu.
6. CHAT	Systém pro okamžité zprávy. Tento termín pochází z anglického výrazu 'chat', doslovně 'konverzace'. On-line dialog může být veden dvěma lidmi nebo větší skupinou subjektů.
7. COOKIE	Cookies jsou informace, které se ukládají o tvém osobním online chování (navštívené stránky). Cookies ovlivňují celkové výsledky při surfování na internetu.
8. DISKUZNÍ SKUPINY	On-line weby, které uživatelům umožňují psát komentáře k určitému tématu.
9. FAKE	Falešná identita převzatá uživatelem online. Na rozdíl od aliasu, který pokud je uznán systémem, je známý a transparentní, fake je neznámá a skrytá změna identity. Někdy může být slovo "fake" použito pro falešné zprávy.
10.FÓRUM	Webová stránka, která umožňuje uživatelům publikovat obsah (obvykle otázky), aby získali zpětnou vazbu od ostatních uživatelů (obvykle odpovědi).
11.GOOGLOVÁNÍ	Hledat informaci o něčem za pomoci googlu.

12.LIKE	Akce, která může být provedena uživatelem Facebooku nebo Instagramu. Místo psaní komentáře nebo sdílení postu, může uživatel kliknout na tlačítko Like jako rychlý způsob zobrazení souhlasu.
13.ZALOGO VAT SE	Mít přístup na webovou stránku nebo online službu za použití uživatelského jména a hesla.
14.MEME	Je označení pro myšlenku, nápad, vtip nebo koncept, který se rychle šíří po internetu. Typicky je to obrázek s textem nahoře a dole, ale může být také ve formě videa nebo odkazu.
15.NETIKETA	Zásady slušného chování a vystupování na internetu
16.OSOBNÍ BRANDING	Osobní branding je proces vytváření "značky", která je vytvořena kolem tvého osobního jména nebo kariéry. Tuto značku používáš k vyjádření a komunikaci o svých dovednostech, osobnosti a hodnotách. Konečným cílem je, že osobní značka, kterou vyvíjíš, vytvoří tvou pověst a pomůže ti rozvíjet síť tak, aby ostatní zajímala. Pak tě budou vyhledávat za tvé schopnosti a odborné znalosti.
17.OSOBNÍ DATA	Veškeré informace týkající se identifikované nebo identifikovatelné fyzické osoby ("datový subjekt"); Identifikovatelná fyzická osoba je osoba identifikovatelná přímo nebo nepřímo zejména odkazem na identifikátor, jako je jméno, identifikační číslo, údaje o poloze, on-line identifikátor nebo jeden nebo více faktorů specifických pro fyzickou, fyziologickou, genetickou, mentální, ekonomickou, kulturní nebo sociální identitu této fyzické osoby.
18.POST	Zpráva, ne nutně textová, zveřejněná ve skupině, fóru, nebo na online zdi (prostoru pro zprávy).
19.ZÁSADY OCHRANY OSOBNÍCH ÚDAJŮ	Vysvětlující stránka zveřejněná správcem služby. Může se jednat pouze o jednoduché shrnutí podmínek používání webových stránek, které obsahují informace o tom, jak budou použity osobní údaje vložené uživatelem na webové stránky sociální sítě; kdo bude moci tyto údaje používat; jaké jsou možnosti oponovat vůči zacházení s informacemi.
20.ZPRACOVÁNÍ	Jakákoliv operace nebo soubor operací, které se provádějí na osobních údajích nebo na souborech osobních údajů, ať již automatizovanými prostředky, jako je shromažďování, nahrávání, organizace, strukturování, uchovávání, přizpůsobení nebo změna, vyhledávání, konzultace, použití, odhalení vysíláním, šíření nebo jiné zpřístupnění, uspořádání

	nebo kombinace, omezení, vymazání nebo zničení;
21.PROFIL	Osobní data nahraná na online platformu. Obvykle jde o osobní záznamy (datum a místo narození, místo pobytu atd.) Nazývá se také Účet (Identita).
22.PROFILOVÁNÍ	Každá forma automatizovaného zpracování osobních údajů, která spočívá v použití osobních údajů k posouzení určitých osobních aspektů týkajících se fyzické osoby, zejména k analýze nebo předvídání aspektů týkajících se výkonů této fyzické osoby v zaměstnání, ekonomické situace, zdraví, osobních preferencí, zájmů , spolehlivosti, chování, umístění nebo pohybů;
23.RANK (u stránky)	Pořadí, které vyhledávač (Bing, Google, Yahoo atd.) přidělí určitému webu / stránce. Stránková pozice určuje, jak daleko se stránka objeví na výsledkových stránkách vyhledávače.
24.SERVER	Obecně je to počítač, který slouží k poskytování služby (například správa vyhledávače nebo webová stránka sociální sítě). Klienti jsou počítače (např. domácí), které uživatelé používají k připojení k serveru a získání služby.
25.SDÍLENÍ	Dovolit ostatním uživatelům (známým/neznámým) reagovat otevřeným (nebo částečně otevřeným) způsobem na online materiál (textový, audio-vizuální, obrazový ...), který jsme se rozhodli nahrát.
26.SOCIÁLNÍ SÍŤ	Termín, který zahrnuje on-line webové stránky / platformy, které umožňují lidem připojit se na osobním základě.
27.SPAM	Nechtěné reklamy nebo nabídky. Na sociálních sítích existuje vždy přítomnost složitých forem "sociálního spamu".
28.STORYTELLING	Umění vyprávění příběhů používané jako přesvědčivá komunikační strategie (zejména v politické, ekonomické nebo obchodní oblasti).
29.TAG / HASHTAG	Marker, virtuální štítek, klíčové slovo, které je obvykle přidruženo k digitálnímu obsahu (obrázek, článek, video). Pokud začíná (jako ve většině případů) se znakem '#', nazývá se Hashtag. Umožňuje rychle indexovat a vyhledávat údaje spojené s touto značkou.
30.OZNAČOVÁNÍ	Praxe označování fotografie, videa nebo zprávy. Značka může odpovídat umístění (geotagging) nebo jakémukoli požadovanému klíčovému slovu.

31. TROLOVÁNÍ	Tento termín definuje osobu, která se chová online jako trol, to znamená uráží, útočí, publikuje negativní komentáře vůči ostatním uživatelům virtuální komunity.
32. UPLOAD(NAHRÁT)	Vložit online jakékoliv druhy souborů (audio-vizuální, textové, obrazové, atd.) na profilovou stránku sociální sítě nebo jako přílohu ke zprávě.
33. URL	Je akronym z Uniform Resource Locator (jednotného vyhledávače zdrojů). Repräsentuje řetězec znaků sloužící k přesné identifikaci internetové adresy nebo jiného druhu zdroje (jako je dokument nebo obrázek). Je to prvek, který pomáhá najít webovou stránku, znaky zadané v prohlížeči pro vyhledání webové stránky nebo souboru.
34. SOUHLAS S PODMÍNKAMI	Licencovaný souhlas s uživatelem určité služby

Pracovní list LO2

Vyhledej současnou online image osobní značky a sociální reputaci svého spolužáka.

KROK 1: TABULKA ANALÝZY ONLINE PREZENTACE K VYPLNĚNÍ

Nazuj si najímací manažerské boty. Co objevíš o sobě/tvém spolužákovi na sociálních sítích a internetu?

POZNÁMKA: V případě, že daná osoba nemá definovaný profil, lze přejít k Lekci 6- a pak k Lekci 3. Aby se dokončilo cvičení, může si žák vybrat profil jiné známé/neznámé osoby, kamaráda, spolužáka.

JMÉNO:

PROFESNÍ CÍLE:

ANALÝZA ONLINE PREZENTACE

ONLINE PREZENTACE A SOCIÁLNÍ SÍŤ

ČINNOST	OVĚŘENÍ	JAK HO/JI VIDÍŠ	JAK TĚ ONI VIDÍ
1. Vlož jméno a příjmení do google vyhledávače a klikni na první výsledky, které se objeví.	<p>Prozkoumání toho, co je okamžitě viditelné: souvisí první výsledky s tebou/ tvým spolužákem?</p> <p><input type="checkbox"/> Ano</p> <p><input type="checkbox"/> Ne, musel jsem pokračovat v hledání a přidat další reference (město, věk, škola...)</p> <p><input type="checkbox"/> Nenašel jsem žádné informace</p> <p><input type="checkbox"/> Používá, používám aliasy/přezdívky</p>		
2. Klikni na nalezené	Prozkoumání toho, co je		

<p>výsledky a na “image”</p>	<p>okamžitě viditelné: informace, kterou jsem našel je</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Profesionální <input type="checkbox"/> Spojená se sporty/zájmy/koníčky <input type="checkbox"/> Osobní <input type="checkbox"/> Nenašel jsem žádnou informaci 		
<p>3. Ověř, zda je osoba přítomna na sociálních sítích, buď pomocí vyhledávače nebo osobně na sociálních sítích, které znáš.</p>	<p>Je tato osoba přítomna na nějaké sociální síti?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ano <input type="checkbox"/> Ne <p>Pokud ano, na které/kterých?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Pinterest <input type="checkbox"/> Jiná (specifikuj) 		
OBSAH (OBECNĚ)			
ČINNOST	OVĚŘENÍ	JAK HO/JI VIDÍŠ	JAK TĚ ONI VIDÍ
<p>4. Analyzuj snímky, které se objevují na jejich sociálních sítích nebo jiných stránkách.</p>	<p>Který druh image jsi našel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Nevhodný <input type="checkbox"/> Neformální <input type="checkbox"/> Vážný <input type="checkbox"/> Který reprezentuje tebe/ho <input type="checkbox"/> Jiný (specifikuj) 		
<p>5. Analyzuj jazyk, který se objevuje na jejich sociálních sítích nebo jiných stránkách</p>	<p>Který druh postu, komentáře, Tweetu, jazyka byl použit?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Nevhodný <input type="checkbox"/> Neformální <input type="checkbox"/> Profesionální <input type="checkbox"/> Jiný (specifikuj) 		

6. Analyzuj informaci, která byla sdílena	Který druh informace ses rozhodl/rozhodli sdílet? <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fotografie a jiná média <input type="checkbox"/> Věk a pohlaví <input type="checkbox"/> Biografické informace (vzdělání, historii zaměstnání, rodné město apod.) <input type="checkbox"/> Aktualizace statusu (také známy jako posty) <input type="checkbox"/> Kontakty <input type="checkbox"/> Zájmy <input type="checkbox"/> Geografické umístění <input type="checkbox"/> Jiné (specifikuj) 		
7. Analyzuj preference	Které stránky se ti/jim líbí nebo je sleduješ/sledují? <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Koníčky/zájmy/sporty <input type="checkbox"/> Profesní skupiny <input type="checkbox"/> Neformální skupiny <input type="checkbox"/> Sdílení politických/sexuálních/náboženských názorových skupin <input type="checkbox"/> Jiné (specifikuj) 		
NASTAVENÍ SOUKROMÍ			
ČINNOST	OVĚŘENÍ	JAK HO/JI VIDÍŠ	JAK TĚ ONI VIDÍ
8. Zjisti, zda existují některá omezení nebo je možný přístup ke všem informacím na různých sociálních sítích	Vidíš všechny informace o svém spolužákovi nebo jsou zde nějaká omezení? <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ano <input type="checkbox"/> Ne 		
9. Nakolik sociální jsi? Jak velká je tvá síť?	Kolik přátel/spojení/sledujících máš/mají? (Urči pro každou sociální síť)		

	<input type="checkbox"/> Méně než 100 <input type="checkbox"/> Více než 100 <input type="checkbox"/> Více než 1000		
PROFESNÍ OBSAH			
ČINNOST	OVĚŘENÍ	JAK HO/JI VIDÍŠ	JAK TĚ ONI VIDÍ
10. Prozkoumej životopis na LinkedIn a ostatních specializovaných stránkách (Indeed.com-Taleo-Monster)	Máš/Mají online životopis? <input type="checkbox"/> Ano (specifikuj kde) <input type="checkbox"/> Ne		
11. Aktualizace dat	Je informace, kterou jsi našel aktuální? <input type="checkbox"/> Ano <input type="checkbox"/> Ne <input type="checkbox"/> Částečně <input type="checkbox"/> Není zde žádná profesní informace		

Zmapuj data nalezená v LO2 a analyzuj je za použití kontrolního listu dobrých/špatných kritérií

KROK 2: KONTROLNÍ LIST CO DĚLAT/NEDĚLAT PŘI ONLINE PREZENTACI

Analyzuj data, která jsi zjistil během předchozího cvičení, s odkazem na profesionální aspirace svého spolužáka: vlož své poznámky do tabulky.

ONLINE PREZENTACE A SOCIÁLNÍ SÍŤ		
CO DĚLAT/NEDĚLAT	JAK VIDÍM HO/JI	JAK VIDÍ ONI MĚ
<p>Ukaž svůj příběh</p> <p>Udělej ze sebe protagonistu v oblasti, která tě zajímá, osobně nebo profesionálně (příklady: Pokud chceš psát, publikuj blog. Pokud dáváš přednost fotografování, spusť účet Pinterest nebo Flickr). Najdi způsob, jak sdílet obsah, který ti vyhovuje a začni publikovat své vlastní věci online.</p>		
<p>Zůstaň naladěn</p> <p>Piš své myšlenky a znalosti jasně, s příběhy, tipy nebo jiným novým obsahem. Při svém hledání práce často sdílej aktualizace. Sleduj a aktivně se zúčastni diskuzí průmyslových blogů. Ukaž, že nasloucháš tím, že odpovíš na otázky a komentáře.</p>		
<p>Pamatuj si: Internet má dobrou paměť</p> <p>Nikdy neposílej žádné fotografie své osoby, které nechceš, aby lidé viděli. Nezveřejňuj fotografie, které tě ztrapňují (příklady: pití vína nebo tančení bez trička). Možná volba je mít dva profily na Facebooku / Instagramu atd.: "Oficiální", který se zaměřuje na tvé vzdělávací a profesní úspěchy a další pro tvůj osobní okruh s nejvyšším možným nastavením soukromí.</p>		

OBSAH (OBECNĚ)		
CO DĚLAT/NEDĚLAT	JAK VIDÍM HO/JI	JAK VIDÍ ONI MĚ
<p>Věnuj pozornost geolokaci</p> <p>(označování místa, přihlášení atd.) při odesílání fotografií nebo zpráv. Zvláště pokud nechceš, aby lidé věděli, kde jsi.</p>		
<p>Vyhni se publikování čehokoliv, co by znamenalo indiskrétnost nebo negativní komentář</p> <p>o současných nebo minulých zaměstnavatelích, kolezích a klientech. Je snadné zapomenout, kdo je ve tvé síti a nikdy nevíš, kdo by mohl obsah zobrazit..</p>		
<p>Pečlivě sleduj, co potvrdíš tlačítkem “like”.</p> <p>Označené příspěvky nebo komentáře, které negativně reflektují tvůj postoj k práci nebo škole, by neměly být prezentovány. Facebook shromažďuje množství informací, které si ani nedokážeš představit. Víš například, že Facebook ví o každé tvé návštěvě stránky s facebookovým "like" tlačítkem, i když nikdy neklikneš na tlačítko, nejsi uživatel Facebooku, nebo nejsi přihlášen?</p>		
<p>Nezapojuj se s útočníky</p> <p>Pokud někdo o tobě píše něco nelichotivého, nereaguj, nepiš nic a neodkazuj se na zneužívající obsah v on-line fórech. Pokud se zapojíš do nepříjemné konverzace, lidé budou věnovat více pozornosti věci, které vůbec nechceš dát důležitost.</p>		
<p>Nepředpokládej, že každý sdílí tvůj smysl pro humor</p> <p>Různí lidé reagují a uráží se v souvislosti s jiným typem humoru.</p>		
<p>Vyhni se přehnanému sdílení informace s veřejností</p> <p>Mohlo by tě to vystavit riziku.</p>		

NASTAVENÍ SOUKROMÍ		
CO DĚLAT/NEDĚLAT	JAK VIDÍM HO/JI	JAK VIDÍ ONI MĚ
<p>Pravidelně kontroluj nastavení soukromí, abys věděl, kdo má přístup ke tvým informacím.</p> <p>Z ikony "Ochrana osobních údajů" na domovské stránce můžeš nastavit, kdo může vidět tvé příspěvky a omezit možnosti hledání tvého profilu. Nastavení ochrany osobních údajů může firmám zabránit v tom, aby vůbec našli tvůj profil nebo jim mohou umožnit vidět jen omezený počet příspěvků.</p>		
<p>Nepřidávej cizí lidi, pečlivě si vybírej nové přátele</p> <p>Udělej vědomou volbu toho, kterého přítele, spojení a iniciativní žádost přijmeš. Tvoji přátelé a jejich online prezentace mohou ovlivnit i tebe. Zatímco to může vypadat impozantně mít stovky spojení a tisíce přátel, je lepší se soustředit na kvalitu nad kvantitou, pokud se to týká tvé online pověsti.</p>		
PROFESNÍ OBSAH		
CO DĚLAT/NEDĚLAT	JAK VIDÍM HO/JI	JAK VIDÍ ONI MĚ
<p>Ujisti se, že tvůj životopis je aktuální</p> <p>Je důležité, aby uchazeči o zaměstnání pravidelně aktualizovali své profily na sociálních sítích a sledovali, jaké informace o nich jsou na webu sdíleny, aby zajistili poskytnutí pozitivního obrazu.</p>		
<p>Uchovávej digitální kopie svých životopisů krátké,</p> <p>ne delší než jednu stranu a prezentuj se profesionální fotografií.</p>		

<p>Udržuj své sociální sítě životaschopné</p> <p>Rozšiř svou profesionální sociální síť prostřednictvím webových stránek, jako je LinkedIn. Používej odkazy vytvořené během stáží, terénních prací a dobrovolnických činností. Podívej se na firmy, ve kterých chceš pracovat a napiš hlavním profesionálům, aby ses jich zeptal na otázky.</p>		
--	--	--

Některé další tipy	
<p>Vytvoř si vlastní doménu</p>	<p>Stránky sociálních sítí mají často ve vyhledávacích dobrý rank a ty spravuješ pozitivní obsah, který představují, takže je dobrým plánem využít jich co nejvíce je jen možné. Pokud máš běžné jméno, může být těžké odlišit se od homonym. Technologická zpravodajská stránka Lifehacker doporučuje mladým odborníkům, aby si koupili doménu přesné shody (EMD) jména a příjmení. Tyto adresy URL mohou pomoci vedoucím školním úředníkům a náborářům dostat se přímo ke tvé webové prezentaci.</p>
<p>Neklikej, neříkej.</p>	<p>Nenavštěvuj negativní stránky ve svém hledání příliš často. Toto způsobí, že vyhledávače pochopí, že stránka je pro tebe relevantní, čímž ji vede ve výsledcích. Kvůli stejnému mechanismu, neříkej všem svým přátelům, aby stránku navštívili.</p>
<p>Než budeš fotografován na veřejnosti</p>	<p>Měj na paměti, že fotky budou pravděpodobně publikovány na internetových stránkách a na sociálních stránkách hospůdek a mnohokrát sdíleny.</p>
<p>Monitoruj zdi sociálních sítí s tématikou práce</p>	<p>Na vyhrazených stránkách, sociálních sítích a odkazu na nadcházející pracovní příležitosti.</p>
<p>Buď velkorysý</p>	<p>Pomáhat druhým je rozhodující způsob, jak ukázat svůj vlastní profesionální postoj. Poskytni informaci, sdílej potenciální zákazníky, poskytni potvrzení a blahopřej lidem k úspěchu v práci.</p>

Je to, co říkáš ve svém "online životě", v souladu s tvými profesními aspiracemi?

Pracovní list LO3

Co udělat k odstranění špatných dat ze sítě

ÚVOD

Sociální sítě usnadňují kontakt s ostatními a umožňují výměnu informací s obrovským množstvím lidí. Tyto online komunity však zvyšují rizika související s nevhodným nebo neoprávněným použitím osobních údajů: uživatelé jsou vystaveni poškození dobrého jména, krádeži identity nebo zneužití.

Digitální a reálný život už není odlišný: co se stane online, produkuje jeho účinky mimo internet, do každodenního života, osobních a profesních vztahů.

Informace se může stát veřejnou mnoha způsoby.

Uživatel by mohl bez omezení přístupu v rámci dostupných nastavení ochrany osobních údajů zveřejňovat informace.

- Informace mohou být veřejně viditelné díky výchozímu nastavení. Uživatel může změnit nastavení ochrany osobních údajů v určitých situacích a učinit tak své informace "soukromými", což umožňuje prohlížení pouze schválenými uživateli. Některé informace však musí zůstat veřejné a uživatel k nim nemá omezený přístup.
- Sociální síť nevyžaduje oprávnění uživatele ke změně nastavení soukromí a může tak učinit kdykoli. Proto obsah uveřejněný s restriktivním nastavením ochrany soukromí by mohl být viditelný, pokud dojde k nějakým změnám v zásadách ochrany osobních údajů.
- Nastavení soukromí by mohlo být vynecháno, pokud by schválené kontakty kopírovaly a přeposílaly informace / fotografie bez souhlasu uživatele.
- Mohlo by být také možné, aby třetí strany, kterým byl udělen přístup, zobrazovaly informace, které uživatel nebo kontakty uživatele zveřejnili soukromě.

VLÁDA A UPLATNĚNÍ VYMÁHÁNÍ PRÁV NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

V lednu 2012 Evropská komise navrhla komplexní reformu pravidel ochrany údajů v EU. Dne 4. května 2016 byly v Úředním věstníku EU zveřejněny úřední texty nařízení a směrnice ve všech úředních jazycích. I když nařízení vstoupilo v platnost dne 24. května 2016, použije se od 25. května 2018. Směrnice vstoupila v platnost dne 5. května 2016 a členské státy EU ji musí transponovat do svého vnitrostátního práva do 6. května 2018.

Nová pravidla posilují právo na zapomenutí, takže pokud už někdo nechce, aby jeho osobní údaje byly zpracovávány a neexistuje žádný oprávněný důvod pro to, aby je organizace zachovala, musí být z jejich systému odstraněna:

- Správci údajů musí prokázat, že potřebují uchovávat údaje, nikoli uživatelé musí prokázat, že shromažďování údajů není nutné.
- Poskytovatelé musí brát v úvahu zásadu "ochrany dat ve výchozím nastavení", což znamená, že výchozí nastavení by mělo být nastavení, které poskytuje nejvíce soukromí.
- Společnosti budou povinny vás co nejvíce jasně, srozumitelně a transparentně informovat o tom, jak budou vaše osobní údaje využívány, abyste měli nejlepší podmínky rozhodnout se, která data budete sdílet.
- Informace o ochraně soukromí mohou být poskytovány v kombinaci se snadno srozumitelnými standardizovanými ikonami.
- Reforma ochrany údajů vám usnadní přístup k vašim datům a poskytne vám právo na přenositelnost dat, což znamená, že bude snadnější přenášet osobní data z jednoho poskytovatele služeb na jiný.
- Zajistí také to, aby uživatelé dali souhlas k používání svých osobních údajů prostřednictvím dohody, která bude uzavřena jako jasný, pozitivní akt s jejich plným vědomím. Uživatelé tak získají kontrolu nad svými daty a pomůžete to zvýšit důvěru v online prostředí.

JAK ODSTRANIT MÉ INFORMACE? JAK BÝT INFORMOVÁN O MÉM SOUKROMÍ?

Poté, co jsi identifikoval svou online pověst spojenou se svou identitou online, je třeba podniknout kroky k jejímu odstranění nebo skrytí. To však může být obtížnější, zejména pokud byl obsah zveřejněn jinou osobou, archivován na webových stránkách nebo uložen na účtu, na který již nemáš přístup.

Zde je několik strategií, které ti mohou pomoci spravovat svou online pověst.

GOOGLE – PRÁVO BÝT ZAPOMENUT

V květnu roku 2014 rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie (C-131/12 ze dne 13. května 2014) shledalo, že někteří lidé mohou požádat vyhledávače o odstranění konkrétních výsledků u dotazů, které obsahují jejich jméno, jestliže zisk z těchto objevených výsledků převáží práva na ochranu osobních údajů.

Od té doby, co bylo toto rozhodnutí EU zveřejněno dne 13. května 2014, společnost Google usiluje o dodržování předpisů. Společnost vytvořila online formulář. Formulář umožňuje jednotlivci nebo osobě, která jednotlivce zastupuje, podat žádost a uvést jméno, které chce z výsledků odstranit. Můžeš požádat Google o odstranění svých

citlivých osobních údajů, jako je například tvůj bankovní účet, nebo obrázek s tvým ručně psaným podpisem, nebo tvoji nahou nebo sexualitu vyjadřující fotografii nebo video, které je sdíleno bez tvého souhlasu z vyhledaných výsledků Googlu.

- Při takovém požadavku společnost Google vyvážá práva na ochranu soukromí jednotlivce se zájmem veřejnosti o vědění a právem šířit informace.
- Platí to pouze pro Google? Ne. Platí to pro všechny vyhledávače, které mají kancelář v Evropě a prodávají reklamu, i když se jejich servery nacházejí na území mimo EU.
- Při vyhodnocování tvé žádosti se podívají na to, zda výsledky obsahují zastaralé informace o tobě a zda existuje veřejný zájem o informace - například mohou odmítnout odstranění určitých informací o finančních podvodech, profesionálních nezákonných praktikách, odsouzeních v trestním řízení, nebo veřejném chování vládních úředníků.
- Pokud nesouhlasíš s jejich rozhodnutím, můžeš se obrátit na místní orgán pro ochranu údajů.

DŮLEŽITÉ: I když Google vymaže stránky nebo obrázky z výsledků vyhledávání, webová stránka stále existuje a může být nalezena prostřednictvím adresy URL na webu, sdílení sociálních sítí nebo jiných vyhledávačů. To je důvod, proč nejlepší volbou je kontaktovat webmastera, který může zcela odstranit stránku.

Užitečné odkazy:

https://support.google.com/legal/contact/lr_eudpa?product=websearch&hl=en

<https://support.google.com/legal/answer/3110420?rd=1>

GOOGLE ALERT

Nastavení vyhledávání na Googlu můžeš přizpůsobit tak, abys obdržel e-mailové upozornění při každém přidávání záznamu vyhledávání s tvým jménem. Tímto způsobem nemusíš pravidelně hledat, abys sledoval svou pověst. Můžeš nastavit libovolný počet upozornění (až 1000 na e-mailovou adresu), které ti pomohou sledovat online aktivitu pro hledané výrazy podle tvého výběru.

Přejdi na adresu <http://www.google.com/alerts/>, zadej hledané výrazy, které chceš sledovat pomocí Google Alert (tj. Google upozornění), vyber typ výsledků, které chceš vyhledávat v Google Alerts, a jak často chceš přijímat své google upozornění, klikni na tlačítko Vytvořit upozornění a dokonči.

Užitečný odkaz:

<https://support.google.com/websearch/answer/4815696?hl=en>

GOOGLE – MOJE AKTIVITY

Moje aktivita je ústředním místem pro zobrazení a správu aktivit, jako jsou tvoje vyhledávací dotazy, webové stránky, které jsi navštívil a videa, která jsi sledoval.

Aktivita je uložena, když jsi přihlášen k účtu Google na libovolném zařízení.

Když je aktivována kontrola aktivity, může společnost Google ukládat informace na základě tohoto nastavení.

Kontroly aktivity ti umožňují rozhodnout se, zda chceš tyto typy aktivit uložit:

1. Aktivita na webu a v aplikacích ukládá tvou vyhledávací aktivitu v aplikacích a prohlížečích, aby umožnila rychlejší vyhledávání a přizpůsobila se zkušenostem ve vyhledávání, na mapách a ostatních produktech Googlu. Můžeš také zvolit uložení historie a aktivit procházení prohlížeče Chrome z webových stránek a aplikací využívajících službu Google.
2. Historie polohy vytvoří soukromou mapu toho, kam jdeš se svými přihlášenými zařízeními, aby mohlo být poskytnuto vylepšené vyhledávání map, tras dojíždění a další.
3. Informace o zařízení ukládají tvoje kontakty, kalendáře, aplikace a další data zařízení, aby se zlepšily tvoje zkušenosti s Googlem.
4. Hlasová a zvuková aktivita ukládá tvoje hlasové a zvukové vstupy (například příkazy "Ok Google"), které pomohou rozpoznat tvůj hlas a zlepšit rozpoznávání řeči.
5. Historie vyhledávání YouTube ukládá tvoje vyhledávání na YouTube, aby se zrychlila tvá budoucí vyhledávání a vylepšilo se tvoje doporučení.

Můžeš snadno smazat konkrétní položky nebo celá témata. Můžeš také změnit nastavení a rozhodnout, jaká data budou spojena s tvým účtem.

Můžeš kontrolovat většinu informací, které jsou uloženy v Moje aktivita. Chceš-li změnit tato nastavení:

1. Přejdi na Ovládací prvky činností. Možná se budeš muset přihlásit k účtu Google.
2. Odsud můžeš:
 - Uložit aktivitu: Vedle činnosti, kterou chceš uložit, zapni přepínač. Zvol možnost Zapnout.
 - Ukončení činnosti ukládání: vedle činnosti, kterou nechceš uložit, vypni přepínač. Zvol možnost Pozastavit.

Užitečný odkaz:

<https://myactivity.google.com/myactivity>

OBECNÉ TIPY, KTERÉ JE TŘEBA VZÍT V ÚVAHU PŘI PŘEZKOUMÁNÍ ZÁSAD OCHRANY SOUKROMÍ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A ZABRÁNĚNÍ SDÍLENÍ OBSAHU ONLINE TAK, ABY BYL VEŘEJNÝ

Bohužel většina zásad ochrany soukromí je dlouhá a těžko pochopitelná. Zde je glosář podmínek, které jsou typicky uvedeny v prohlášeních o ochraně osobních údajů, které ti mohou pomoci při čtení a interpretaci těchto textů:

Podmínky použití	Je to dohoda, že každý uživatel by měl přijmout přístup ke službě. Může obsahovat informace, které jsou stejně důležité jako zásady ochrany osobních údajů, takže je vždy také přečtete.
Zásady ochrany osobních údajů	Podmínky a pravidla soukromí zaručená poskytovatelem služby. Zahrnuje pouze přímé služby sociální sítě. Nezahrnuje například aplikace třetích stran, které interagují s webovými stránkami (aplikace, hry online atd.).
Oznámení	Komunikace automaticky odesílaná službou uživateli o problémech s ochranou soukromí. Jsou uživatelé upozorněni sociální sítí na změny v ochraně soukromí? Budou změny zveřejněny v zásadách ochrany osobních údajů nebo také na domovské stránce?
Kontaktní informace	Začněte na konci! Na konci se často nachází nejdůležitější části zásad ochrany osobních údajů. Kontaktní údaje týkající se osobních kontaktů v sociálních médiích a nejdůležitější skutečnosti týkající se používání osobně identifikovatelných informací se obvykle nacházejí na konci dokumentu.
Jazyk a umístění zásad ochrany osobních údajů	Buď si vědom umístění a jazyka, v němž je ochrana osobních údajů napsána (viz menu). Byla skryta na webové stránce, kterou je těžké najít nebo je snadno umístěna? Je jazyk příliš vágní nebo obtížně pochopitelný?
Postup smazání účtu a omezení	Přečtěte si nabídku a pravidla, která diktují, jak můžete smazat účet sociálních sítí. Dávejte pozor na odstranění všech vašich informací - je to možné, můžete smazat účet a odstranit všechny informace? Bude sociální síť uchovávat

	některé vaše informace? Některé sociální sítě by mohly znesnadnit nebo zrušit účty. Mohou přesměrovat nešťastné uživatele účtů k "deaktivaci".
Trvání osobních dat	Specifikace o tom, jak dlouho a jakým způsobem jsou data uložena v archivech služby. Jaká je doba uložení osobních údajů? Některé jsou uchovávány navěky, některé mohou být po určité době zcela vymazány, zatímco jiné informace mohou být po určitou dobu anonymní.
Vlastnictví dat	Kdo vlastní zveřejněná data? Ztratí uživatelé práva k informacím po tom, co je zveřejní? Je k dispozici marketingovým agentům bez výslovného souhlasu uživatele? Mohly by se uživatelské údaje, tj. jejich jméno a fotografie, používat v reklamě?
Stížnost	Jakým způsobem si může uživatel stěžovat? Vyhledejte skutečný e-mail nebo adresu webové stránky a / nebo telefonní číslo, ke kterým uživatelé mohou získat přístup k vyjádření obav. V některých případech využívají online sociální sítě služby nezávislých společností, které přezkoumají postupy ochrany osobních údajů. Nespokojení uživatelé mohou podat stížnosti těmto certifikačním společnostem, pokud mají obavy ohledně dodržování zásad ochrany osobních údajů ze strany společnosti.
Pravidla označování	Specifikace a pravidla platná pro označování údajů publikovaných uživateli. Sleduj označené fotografie kvůli nevhodnému obsahu a uprav nastavení, abys zjistil, kdo tě může označit a kdo jej může vidět. Pokud někdo jiný posílá obrázek, který tě uvádí do rozpaků, odstraň "označení", které tě identifikuje. Také neváhej požádat ostatní, aby odstranili tvoje fotografie, o kterých si myslíš, že by mohly ohrozit tvoji pověst. Chceš-li tato označení individuálně zkontrolovat a schválit, stačí kliknout na sekci Jak funguje označování v nastavení ochrany osobních údajů.
Ostranění nevhodného obsahu	Pravidla a postupy pro odstranění nevhodného obsahu. Odstranění nevhodného obsahu a fotografií, které by mohly ovlivnit vaše vyhlídky hledání zaměstnání, jako je nevhodný obsah na tweet, sledované účty, interakce a zmínky.

Vzhledem k tomu, že každá služba má vlastní pravidla, nemůžeme zde zahrnout všechny prvky, které normálně pravidla pokrývají, poskytneme ti pouze odkazy na

nejdůležitější stránky soukromých zásad služeb, abys je mohl analyzovat a porovnávat.

Užitečné odkazy

[Blogger Privacy Policy](#)

[Facebook Privacy Policy](#)

[Google+ Privacy Policy](#)

[Instagram Privacy Policy](#)

[LinkedIn Privacy Policy](#)

[Pinterest Privacy Policy](#)

[Tumblr Privacy Policy](#)

[Twitter Privacy Policy](#)

[Snapchat Privacy Policy](#)



Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tento dokument odráží pouze názory autorů a Komise nenesé žádnou zodpovědnost za jakékoli využití informací zde uvedených.