

7. Varnost osebnih podatkom in zasebnost

Prvi del tega učnega načrta obravnava zasebnost in dodano vrednost MIL (Medijsko informacijska pismenost).

Drugi del tega učnega načrta, MILAB (medijsko informacijski laboratorij), obravnava praktični pristop k poučevanju zasebnosti.

Nekaj definicij (glej slovar)

- Podatki
- Masovni podatki
- Zasebnost
- Lažno predstavljanje
- Pogoji storitve
- GDPR
- Ozaveščenost potrošnikov

Izhodišča

I. DEL Pridobivanje znanja

1. Zasebnost nekdanj
2. Zasebnost v digitalnem svetu
3. Karakteristike
4. Priložnosti in tveganja
5. Učni cilji, kompetence in dodana vrednost MIL
6. Evalvacija
7. Gradiva

II. DEL MILAB

- Dejavnosti 1. faze
- Dejavnosti 2. faze
- Dejavnosti 3. faze

I. DEL (4 x 45 MIN srečanje)

1. Zasebnost pred digitalnim svetom (20 MIN)

Zasebnost je stanje, v katerem oseba ni opazovana ali motena. Znaki, podobe in simboli, ki ustvarjajo našo identiteto, so vse stvari, za katere bi lahko mislili, da so zasebne in jih ne bi želeli razkriti javnosti, ker so intimne in / ali lahko vplivajo na varnost.

V mnogih državah je določen z zakonom in Splošno deklaracijo o človekovih pravicah (1948), pri čemer mora varovanje osebnih podatkov vplivati na integriteto in varnost osebe:

- **Člen 12 o zasebnosti**
 - ⇒ "Nikogar se ne sme nadlegovati s samovoljnim vmešavanjem v njegovo zasebno življenje, v njegovo družino, v njegovo stanovanje ali njegovo dopisovanje in tudi ne z napadi na njegovo čast in ugled. Vsakdo ima pravico do zakonskega varstva pred takšnim vmešavanjem ali takšnimi napadi."

- **Člen 3 o varnosti**
 - ⇒ "Vsakdo ima pravico do življenja, do prostosti in do osebne varnosti."

Namig učitelja:

Mladi se pogosto ne strinjajo z odraslimi o tem, kaj bi moralo biti zasebno in kaj je lahko javno ali deljeno s prijatelji.

Razprava o tem, kaj študentje menijo, da je "intimna", je lahko dober način za začetek

Sklicevanje na:

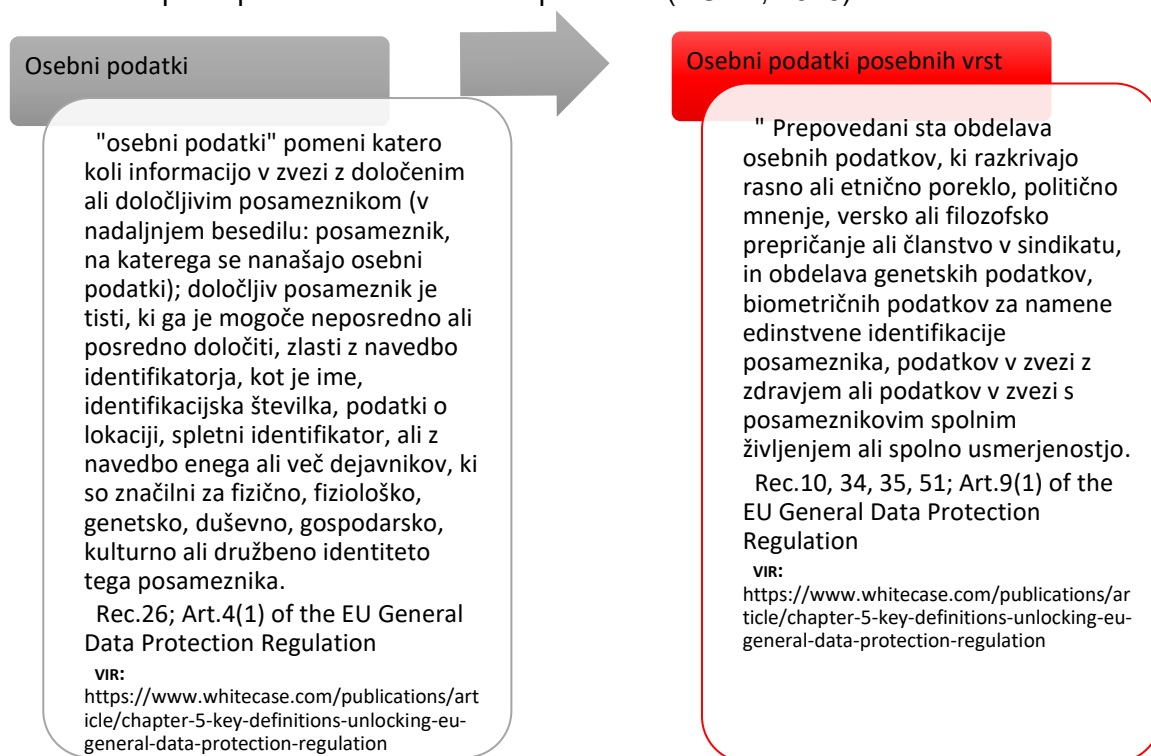


Tukaj lahko preberete celotno deklaracijo : <https://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html>

2. Zasebnost v zvezi z digitalnim svetom (25 MIN)

- ❖ Kaj je novega z zasebnostjo in osebnimi podatki?

- ❖ Zasebnost na spletu temelji na dveh vrstah podatkov, kakor je izraženo v nedavni evropski splošni uredbi o varstvu podatkov (DGPR, 2018):



- ❖ **Spletne aktivnosti puščajo digitalne odtise!**

Internet in njegova omrežja so infrastruktura storitev, ki so na voljo prek ponudnika, ki zahteva vaše podatke (IP naslov, paket, ...) za shranjevanje, brskanje, pretakanje, mreženje ... Te storitve so povezane tudi z drugimi napravami (npr. Prenosnimi kamerami, mikrofoni) in zbirati podatke o vaši navigaciji.

Vaša navigacija pušča odtise: zgodovino, začasne internetne datoteke, geo-lokacijo, sporočila...

Na spletu se zbirajo dve vrsti podatkov, ki lahko razkrijejo elemente vaše zasebnosti:

- ⇒ podatke, ki jih namerno posredujete sami (civilni status, javni zapisi, objave besedil in slik, všečki, glasovi) ...)
- ⇒ zbrani podatki ne da bi vedeli, ko brskate (piškotki, zgodovine navigacije,...)

Te podatke zbirajo, analizirajo in uporabljajo algoritmi za različne namene, predvsem komercialne. Tehnike profiliranja, napovedovanja in pritiska potrebujejo vaše podatke, da bodo boljše ciljni na vas!

V ZDA še pred digitalno dobo zbiranje in uporabo osebnih podatkov ureja trgovinska zakonodaja, zato je dovoljeno združevanje podatkov iz različnih zbirk podatkov s strani tretjih oseb. V Evropi, zlasti od GDPR, takih ukrepov ni mogoče sprejeti brez privolitve državljanov.

Srečanje 2: 45 MIN

3. Značilnosti zasebnosti (25 MIN)

❖ Razprava: kaj so po vašem mnenju značilnosti zasebnosti?

- ✓ Nadzor digitalnega odtisa
- ✓ Upravljanje digitalnega odtisa, e-ugleda in e-prisotnosti
- ✓ Prenašanje vsebine in objavljanje, pri čemer pazite, da ohranjate meje med zasebnostjo / intimnostjo, javno / zasebno sfero
- ✓ Pogodba o delitvi (zasebni in javni pogovori, komentarji, sodelovanje z drugimi)
- ✓ Nakup in prodaja na spletu ter težave z lažnim predstavljanjem in krajo identitete

Namig učitelja:

Študenti naj preučijo spletno mesto vašega nacionalnega centra za varstvo podatkov in storitve, ki jih ponuja.

<https://www.cnil.fr/en/data-protection-around-the-world>

Povzetek

- Vdor v pravice do zasebnosti lahko privede do neupravičenega nadzora in stresnih situacij
- Predpisi na spletu so relativno nedavni in se močno razlikujejo med Evropsko unijo, ZDA in drugimi regijami sveta. To lahko privede do težav v čezmejnem prostoru, kot je internet.

Namig učitelja:

Prepričajte se, da ste študente vprašali, če so bili kdaj ob presenečenju spletnega mesta presenečeni zaradi neželene pošte ali vsiljivega oglaševanja. Vprašajte jih, kako so se počutili in kaj bi morali storiti.

❖ Oblike in primeri zasebnosti in zaščite v zvezi s pristojnostmi ozaveščanja potrošnikov (20 MIN)

- ⇒ Pogoji storitve
- ⇒ GDPR
https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules/eu-data-protection-rules_en
- ⇒ Piškoti
- ⇒ Geo-lokacija

Srečanje 3: 45 MIN

4. Priložnosti in tveganja zasebnosti in podatkov?

❖ Razprava (15 MIN)

Morda ste slišali rek "če je brezplačno, potem ste izdelek vi" od Andrew Lewis.

Kaj pomeni rudarjenje podatkov in tveganja zasebnosti?



Namig učitelja:

Morda boste želeli preveriti odziv ameriškega učitelja fizike na ta citat (v spodnjem polju Reference) in ga razumeti kot rezultat zgodovinskih pojavov.

Referenca:

Michael Treanor, former Chemistry / Physics Teacher (1997-2017)

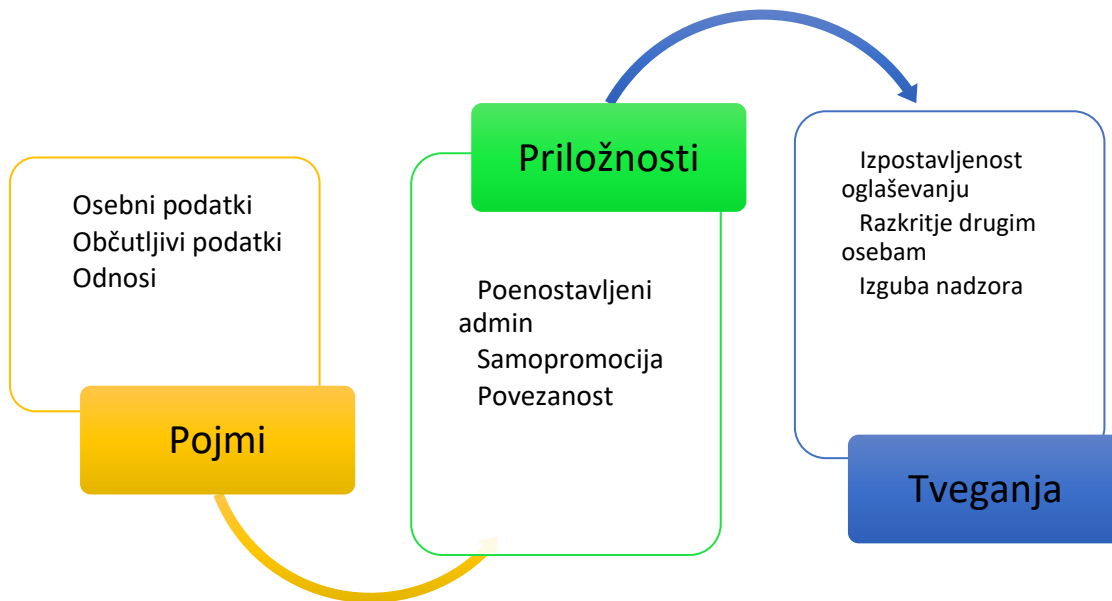
Answered Jun 23, 2018 ·

<https://www.quora.com/Who-originally-suggested-that-if-youre-not-paying-for-the-product-you-are-the-product>

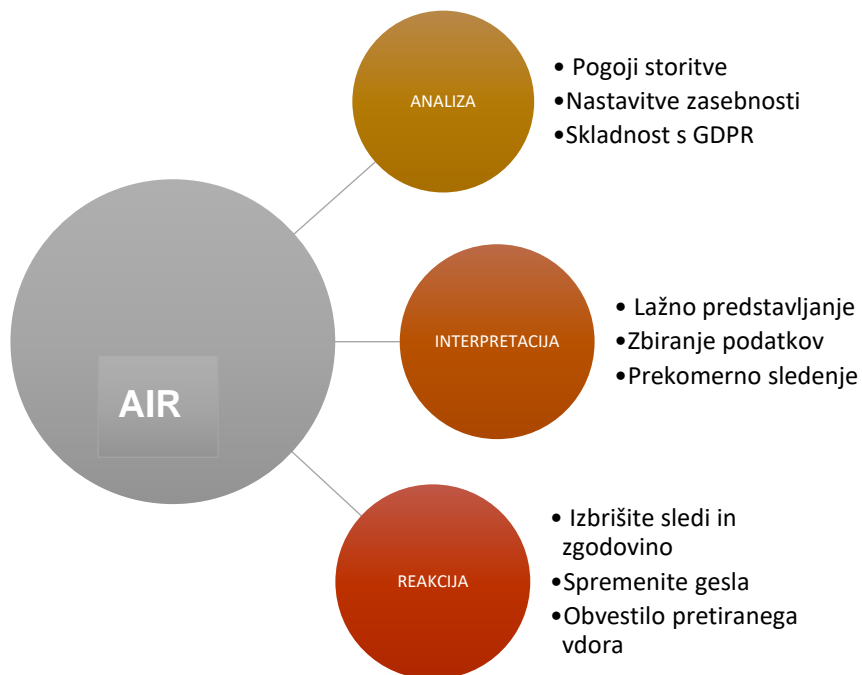
Povzetek

- Tveganja se pojavljajo, ker se internet in socialni mediji zdijo kot "zasebni prostor", čeprav gre v resnici za javni prostor s čezmejnimi dosegi. Uporabnike kot potrošnike pripravljajo k lažnemu predstavljanju in kradi osebnih podatkov; izkoriščanje podatkov za profiliranje (politično, komercialno...); nadzor; zlorabe, kot so kibernetično nasilje in sovražni govor.
- Priložnosti se pojavijo zaradi občutka povezanosti in skupnih interesov. Uporabnikom kot potrošnikom odpira možnosti e-ugleda in možnosti e-prisotnosti (vpliv...)

❖ Priložnosti in tveganja (15 MIN)

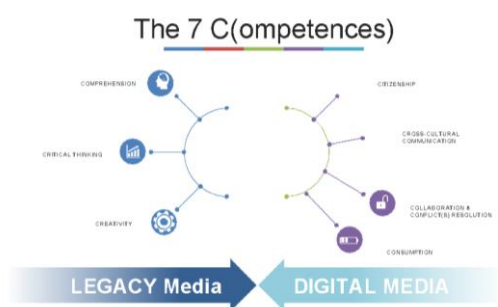


Grajenje spretnosti kritičnega mišljenja : AIR



5. Osredotočenje na **POTROŠNIŠTVO/POTROŠNIKOVO ZAVEDANJE (7C) (15 MIN)**

Uporabnikom omogoča obravnavo socialnih medijev in drugih virtualnih družabnih prostorov kot javnih prostorov, kjer se prodajajo spletni izdelki in storitve. Razumevanje posledic komercialne resničnosti spletnih prostorov je ključnega pomena za zaščito spletne zasebnosti uporabnikov.



Glej Uvod in slovar

❖ Razčlenitve kategorij / kazalnikov kompetenc MIL glede na **POTROŠNIŠTVO/POTROŠNIKOVO ZAVEDANJE**

Učenci bi morali:

- ugotoviti razliko med različnimi digitalnimi odtisi in različnimi vrstami podatkov
- razumeti način zbiranja podatkov v družbenih medijih
- uporaba orodij in virov za zaščito zasebnosti (nastavitve zasebnosti)
- znati zaščititi pred sledenjem, prekomerno uporabo in tveganji
- razumeti, kaj je GDPR in kakšne so spletne pravice in odgovornosti
- spoštovati zasebnost drugih v spletu

❖ Medijsko informacijska pismenost, dopolnjena z dodano vrednostjo človekovih pravic:

- ⇒ Svoboda izražanja
- ⇒ Zasebnost

6. Evalvacija (45 MIN)

Pokažite 3 slike in prosite študente, naj pri slikah ocenijo "zasebnost" (od 0 ni varno, do 5 zelo varno)

7. Podporna gradiva za usposabljanje (glejte dodatni razdelek k učnem načrtom)

- ⇒ Sklicevanje na druge materiale in vire (priročnik za internetno opismenjevanje; priročnik za digitalno državljanstvo)
- ⇒ Koristne povezave za pedagoško animacijo
- ⇒ Slovarček

⇒ https://docs.google.com/spreadsheets/d/10wxgYEe9O8GiSKo8kTjv8uQqpkOeHJp5_k0ytBcZsdU/edit?usp=sharing

Nadaljevanje

DEL II MILAB (4 X 45 MIN srečanja, v skladu z dodeljenim urnikom za MIL)

MILAB aktivnosti se oblikujejo v skladu s tremi fazami (1-začetek, 2-svetovanje in 3-poglobitev). Tri stopnje so okvirne. Sledimo jim lahko, kot je predlagano spodaj, ali pa jih uporabljamo v modularnem pristopu „plug-in“, odvisno MIL in / ali stopnje zaželenega rezultata.

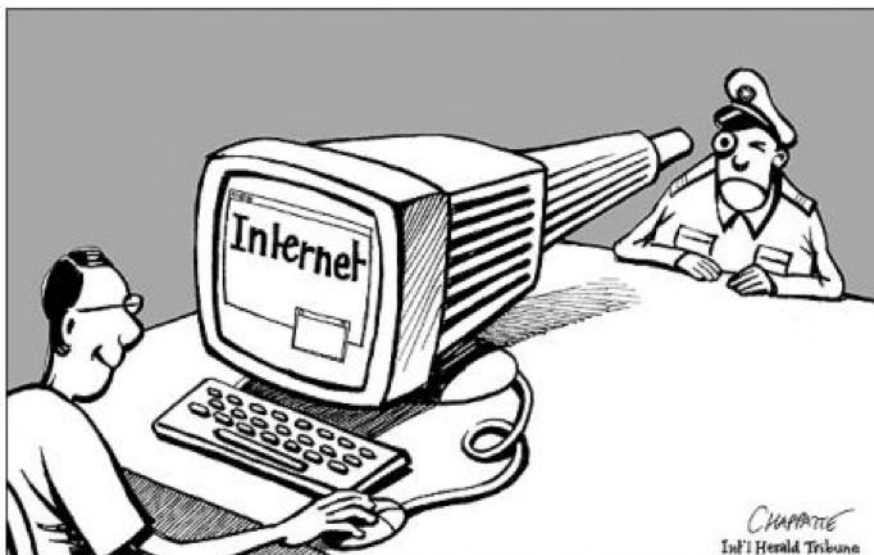
Vključujejo več pedagoških dejavnosti, vključno z: delavnicami, igranjem vlog, pisnimi vajami in igrami. Raziskujejo različne medijske formate, kot so blogi, videoposnetki in spletni članki, da bi zgradili sposobnosti kritičnega razmišljanja študentov (AIR).

OBRAZLOŽITEV PRISTOJNOSTI POTROŠNJE / POTROŠNIŠTVA:

Prispevajte k socialnim medijem preko Tweeterja , objavite zgodbo ...

1. STOPNJA (15-16)

RAZUMEVANJE ZASEBNOSTI IN ZAŠČITA PODATKOV



VIR : <https://wisc.pb.unizin.org/comsmarts250/chapter/week-15-viewing-labor/>

Namig učitelja:

Temo boste morda predstavili tako da opišete sliko, in skušate pojasniti med gledanjem in biti viden pri uporabi interneta.

❖ Razprava o LAŽNEM PREDSTAVLJANJU (45 MIN)

Izvedite razpravo o praksi lažnega predstavljanja:

Naj študenti razmislijo o spletnem nakupovanju, sprejetih oblikah plačila, informacijah o izdelkih, https..., pa tudi o tveganju kraje identitete, če imajo ponarejen račun,...

Organizirajte razred v skupinah. Pustite čas za spletne raziskave.

Namig učitelja:

Razprava o sledenju, hiper-ciljanju, pa tudi o manipulaciji in propagandi.

❖ Razprava o LAŽNEM PREDSTAVLJANJU (nadaljevanje) (2 X 45 MIN)

V majhnih skupinah:

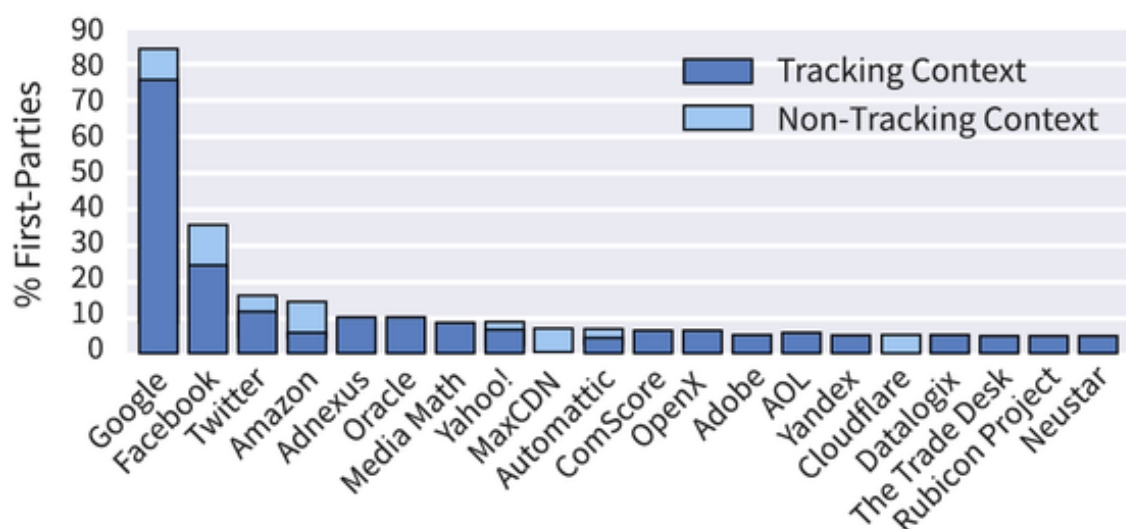
Študentom pomagajte določiti prednosti in slabosti, da zaščitijo njihovo zasebnost in preprečijo lažno predstavljanje, poiščite dobre prakse in tehnične rešitve, vključno s šifriranjem.

Naj svoje argumente predstavijo moderatorju.

Skupaj: naj naredijo seznam ukrepov za preprečevanje prevare / lažnega predstavljanja, kot so: nenavadne zahteve po e-pošti (o bančnih računih...); sumljive vrstice (razglasitev nagrade, nagrada...); goljufija na seznamu stikov (vsi vaši stiki prejmejo isto sporočilo...); priloge nezaželenih pošiljateljev (vsebujejo viruse...). Naj napišejo rešitev pred vsako postavko (izbriši, koš, blok, signal, šifriraj...) v skladu s spretnostmi kritičnega razmišljanja AIR

❖ EVALVACIJA (45 MIN)

Opazujte in poimenujte tri podjetja na spodnjem diagramu z najboljšežnejšimi mrežami sledilcev. Kaj piše o vaši osebni izpostavljenosti do tretjih oseb?



VIR : [Princeton's WebTAP privacy project](#)

2. STOPNJA (16-17):

OBVLADOVANJE SPLETNE ZASEBNOSTI

❖ SIMULACIJA (2 x 45 MIN)

Z učenci se pogovorite o GDPR in njihovih pravicah ter odgovornostih in možnostih za odškodnino

Povezava: https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules/eu-data-protection-rules_en

Naj upoštevajo posebne pravice:

1. pravica do posvetovanja,
2. pravica do popravka,
3. pravica do zatiranja osebnih podatkov
4. pravica do prenosljivosti podatkov ,
5. pravica do izbrisa.

Nato naj si naložijo predlogo za pravico do izbrisa

<https://gdpr.eu/right-to-erasure-request-form/>

Naj razmislijo o razlogih za izbris in odpravo škode v 4. točki predloge. Kaj bi postavili, če bi imeli vprašanje, kako se uporabljajo njihovi podatki (kot otroci, zlasti mladoletniki).

Namig učitelja:

Prosimo študente, naj razpravljajo o pravici do izbrisa v primerjavi s pravico do spomina? Ali lahko kdo po svoji želji izbriše dejstva in dejanja?

❖ GOOGLE ISKANJE (45 MIN)

Poiščite piškotke in njihovo povezavo z zgodovino brskanja.

Zbiranje informacij in preverjanje virov o onemogočanju piškotkov in uporabi razširitev brskalnika, ki signalizirajo in blokirajo piškotke ter oglaševanje.

Namig učitelja:

Kot načine za blokiranje piškotkov in oglasov razpravljajte o Ghostery ali uBlock Origin.rigin

❖ EVALVACIJA (45 MIN)

Učenci naj v skupinah razpravljajo o ustvarjanju dobrega gesla in naj pojasnijo utemeljitev svoje izbire. Lahko si pomagajo s spletnimi orodji kot je: <https://www.wikihow.com/Create-a-Password-You-Can-Remember>

3. STOPNJA (18-19);

GRADNJA TRAJNOSTNE ZASEBNOSTI IN ZAŠČITE OSEBNIH PODATKOV

❖ SPLETNO ISKANJE (2 x 45 MINS)

Študente prosite, naj si pogledajo iskalnike, ki ne sledijo in ne oglašujejo, kot so Qwant, DuckDuckGo, Ecosia, Lilo ...

Naj poiščejo svoje izjave o poslanstvu, naj opredelijo svoj ekonomski model (kako so trajnostni?).

Kako se ti iskalniki primerjajo z glavnimi komercialnimi iskalniki, kot so Google, Yahoo!...

❖ Razprava (45 MIN)

Kaj mislijo o pluralizmu iskalnih mehanizmov? Ali so pripravljeni zaščititi njihovo zasebnost in preiti na spletno iskanje brez sledenja? Kako se počutijo pri prodaji svojih osebnih podatkov zasebnim podjetjem, da bi zaslužili?

❖ **EVALVACIJA (45 MIN)**

Poglejte špansko polemiko, eno prvih o Pravici do izbrisa (ali pravici do pozabe). (in pogled predlogo za izbris)

Maja 2014 je Evropsko sodišče razsodilo proti Googlu v Costeji, zadevi, ki jo je vložil Španec Mario Costeja González, ki je v časopisu La Vanguardia zahteval odstranitev povezave do digitaliziranega članka iz leta 1998 o dražbi za svoj izključeni dom, za dolg, ki ga je pozneje plačal. [43] Ta članek je sprva poskušal odstraniti s pritožbo na Špansko agencijo za varstvo podatkov, ki je zahtevek zavrnila z utemeljitvijo, da je zakonita in točna, vendar je sprejela pritožbo proti Googlu in

od Googla zahtevala, naj izbriše rezultate. [44] Google je tožil v španskem Audiencia Nacional (Državno višje sodišče), ki je Evropskemu sodišču predložilo vrsto vprašanj. [45] Sodišče v Costeji je razsodilo, da so iskalniki odgovorni za vsebino, na katero opozarjajo, zato je moral Google spoštovati zakone EU o zasebnosti podatkov. [46] [47] [48] Google je prvi dan izpolnjevanja zahtev (30. maja 2014) prejel 12.000 zahtevkov za odstranitev osebnih podatkov iz svojega iskalnika.

VIR: https://en.wikipedia.org/wiki/Right_to_be_forgotten

Kakšni so bili njegovi argumenti? Kakšni so bili Googlovi argumenti? Kako je bilo rešeno? Kaj čutite ob tem?

Namig učitelja:

Študente lahko napotite na predlogo za pravico do izbrisa, ustvarjeno po letu 2018

<https://gdpr.eu/right-to-erasure-request-form/>