

DIGI.JOB.ID

Unit 3 – Spletni ugled & osebno znamčenje

Delovni listi

DIGI.JOB.ID.
Digital Job Identities

Uredniške informacije:

Ta kolekcija materialov za usposabljanje je bila razvita v okviru ERASMUS+ projektnega partnerstva digi.job.id, digijobid.eu, koordiniranega s strani BFI OÖ.

Enaip Veneto I.S. je bila odgovorna organizacija za razvoj te učne enote.

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/>

Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije (komunikacije) je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.



Delovni list 1- UI1

Slovar izrazov

1. DODAJANJE	Dodati nekoga (prijatelja/sodelavca) med prijatelje na profilu družbenega omrežja.
2. OBVESTILO	Izraz označuje komunikacijo s ciljem prikazati posodobitev ali novico preko e-pošte ali notifikacij na domači strani profila družbenega omrežja.
3. ALIAS/VZDEVEK	Lažna identiteta na internetu (na primer na družbenem omrežju). Uporabnik lahko uporabi izmišljeno ime, psevdonim ali podatke obstoječe osebe.
4. BLOG	Okrajšava za "spletni dnevnik." Skupek sporočil posameznika ali podjetja z rednimi vnosi vsebine na določeno temo ali opisi dogodkov. Izraz bloganje (v angleščini "blog") se lahko uporablja tudi kot glagol, s pomenom ohranjanja ali dodajanja vsebine na blog.
5. BLOGGER	Oseba, ki upravlja s svojim lastnim blogom, objavlja vsebino in odgovarja na sporočila, ki jih napišejo bralci bloga.
6. KLEPET	Sistem instantnega sporočanja. Ta izraz izhaja iz angleške besede "chat", dobesedno "pogovor". Dialog na spletu lahko vključuje dve osebi ali večjo skupino.
7. PIŠKOTEK	Piškotki zbirajo podatke o vaše spletnem vedenju (obiskanih straneh). Piškotki pri brskanju po internetu vplivajo na celotne rezultate.
8. RAZPRAVNE DESKE	Spletne strani, ki omogočajo uporabnikom, da komentirajo na določeno temo.
9. LAŽNA IDENTITETA ("FAKE")	Lažna identiteta, ki jo prevzame spletni uporabnik. V nasprotju z aliasom/vzdevkom, ki je prepoznaven in transparenten je lažna identiteta neznana in prikrita sprememba identitete. Včasih lahko besedo "fake" uporabimo za navajanje lažnih novic.
10. FORUM	Spletna stran, ki omogoča uporabnikom objavljanje vsebine (ponavadi vprašanj) z namenom prejema povratne informacije od drugih uporabnikov (običajno odgovorov).
11. GOOGLANJE	Iskanje informacij o nečem s pomočja iskalnika Google.
12. VŠEČKANJE ("LIKE")	Dejanje, ki ga lahko izvede uporabnik Facebooka ali Instagrama. Namesto komentarja ali delitve objave, lahko uporabnik klikne gumb

	“všeč mi je” (Like) in tako na hiter način pokaže odobravanje.
13. PRIJAVA (“LOG IN”)	Uporaba uporabniškega imena in gesla za dostop do spletnih strani ali spletnih storitev.
14. MEME	Uporablja se za opis misli, ideje, šale, ali koncepta, ki je pogosto v skupni rabi na spletu. To je ponavadi slika z besedilom nad in pod njo, lahko pa je tudi v video obliki ali v obliki povezave.
15. BONTON	Pravila in manire o prijazni interakciji z drugimi ljudmi na spletu.
16. OSEBNO ZNAMČENJE (“PERSONAL BRANDING”)	Osebno znamčenje je proces razvijanja "znamke", ki se ustvari okoli vašega imena ali kariere. To "znamko" uporabite za izražanje svojih sposobnosti, svoje osebnosti in vrednot. Končni cilj je, da bo vaša razvita osebna blagovna znamka gradila vaš ugled in vam pomagala pri rasti vašega omrežja na način, ki bo zanimal druge. Ti vas bodo nato poiskali, zaradi vašega strokovnega znanja in izkušenj.
17. OSEBNI PODATKI	Vsi podatki, ki se nanašajo na določeno ali določljivo fizično osebo ("podatki o subjektu"); določljiva fizična oseba je tista, ki jo je mogoče identificirati, neposredno ali posredno, predvsem s sklicevanjem na identifikacijsko oznako, kot je ime, identifikacijska številka, podatki o lokaciji, spletni identifikator, ali z enim ali večimi dejavniki, ki so značilni za fizično, fiziološko, genetsko, duševno, ekonomsko, kulturno ali socialno identiteto te fizične osebe.
18. OBJAVA	Sporočilo, ne nujno samo besedilo, objavljeno v skupini, v forumu ali na kateri koli spletni oglasni deski.
19. POLITIKA ZASEBNOSTI	Pojasnjevalna stran objavljena s strani vodje strani. To je lahko samo preprost spisek pogojev uporabe spletne strani, ki vsebujejo naslednje informacije: kako se bodo uporabljali vnešeni osebni podatki; komu bo dovoljena uporaba teh podatkov; kakšne možnosti obstajajo, če nasprotujete obdelavi informacij.
20. OBDELAVA OSEBNIH PODATKOV	Kakršen koli postopek ali niz postopkov, ki se izvajajo na osebnih podatkih ali na sklopu osebnih podatkov, bodisi z avtomatskimi sredstvi, kot so zbiranje, beleženje, urejanje, strukturiranje, shranjevanje, prilagajanje ali predelava, iskanje, vpogled, uporaba, razkritje s prenosom, širjenje ali drugo razpolaganje, prilagajanje ali kombiniranje, omejitev, izbris ali uničenje.
21. PROFIL	Osebni podatki naloženi na spletni platformi. Ponavadi podatki iz osebne evidence (datum in kraj rojstva, kraj bivanja, itd.) Sopotenka za profil je tudi račun (identiteta).
22. PROFILIRANJE	Vsaka oblika avtomatske obdelave osebnih podatkov za ocenitev nekaterih osebnih vidikov fizične osebe, zlasti za analizo in

	predvidevanje uspešnosti te osebe pri delu, ekonomskem položaju, zdravju, osebnih preferencah, interesih, zanesljivosti, vedenju, lokaciji ali gibanju.
23. RANGIRANJE SPLETNIH STRANI	Rangiranje, ki ga iskalnik (Bing, Google, Yahoo, itd) dodeli za določeno spletno stran. Rang strani določa, kako daleč navzdol se spletna stran pojavi na strani rezultatov iskalnikov.
24. STREŽNIK	Ponavadi je online računalnik, ki se uporablja za zagotavljanje storitev (na primer za upravljanje iskalnika ali družbenega omrežja). "Stranke" so računalniki (kot domači računalniki), ki jih uporabniki uporabijo za povezavo s strežnikom in tako uporabljajo storitev.
25. DELJENJE	Deljenje spletnega gradiva (besedila, avdiovizualnih, slik...), ki smo ga mi ali kateri drug uporabnik naložili na splet.
26. DRUŽBENI MEDIJI	Izraz, ki zajema spletne strani / platforme, ki omogočajo ljudem, da se povežejo na osebni ravni.
27. NEZAŽELENA VSEBINA (SPAM)	Nezaželene reklame in ponudbe. Na družbenih omrežjih je vedno prisotnost kompleksnih oblik nezaželene vsebine.
28. PRIPOVEDOVANJE ZGODB	Umetnost pripovedovanja zgodb kot prepričljiva strategija komuniciranja (zlasti v političnem, gospodarskem in poslovnem področju).
29. VIRTUALNA OZNAKA (TAG / HASHTAG)	Oznaka, virtualna etiketa, ključna beseda, ki je običajno povezana z digitalnimi vsebinami (slika, članek, video). Če se začne (v večini primerov) z znakom #, se imenuje hashtag. Omogoča iskanje podatkov, povezanih z isto oznako, na hiter način.
30. VIRTUALNO OZNAČEVANJE (TAGGING)	Praksa označevanja fotografij, videov ali sporočil. Oznaka lahko ustreza lokaciji (geooznačevanje) ali poljubni ključni besedi.
31. TROLLING	Izraz opredeljuje osebo, ki se na spletu obnaša kot "troll", kar pomeni objavljanje žaljivih, napadalnih, negativnih komentarjev do drugih uporabnikov virtualne skupnosti.
32. NALAGANJE VSEBINE	Vstavljanje vseh vrst datotek (avdiovizualnih, besedila, slik, itd) na splet, na profil na družbenem omrežju ali kot prilogo sporočilu.
33. URL	To je kratica za Uniform Resource Locator (stalna lokacija vira). Predstavlja zaporedje znakov, ki pomenijo internetni naslov kakršnega koli vira (dokumenta ali slike). To je element, ki omogoča, da najdemo spletno stran, znake vnesemo v brskalnik, da najdemo spletno strani ali datoteke.

34. UPORABNIŠKI DOGOVOR	Licenčni dogovor z uporabnikom določene storitve.
----------------------------	---

Delovni list 2 – UI2

KORAK 1: TABELA SPLETNE PRISOTNOSTI

Postavite se v čevlje kadrovskih managerjev. Kaj bodo odkrili o vas / vašemu partnerju preko družbenih omrežij in interneta?

OPOMBA: Če oseba nima profila na družbenem omrežju, glejte enoto 6 - nato lahko udeleženec sodeluje pri enoti 3. Za izvedbo vaje lahko udeleženec izbere profil od nekoga drugega, bodisi neznane/znane osebe, prijatelja, sošolca.

IME:

POKLICNI CILJI:

ANALIZA SPLETNE PRISOTNOSTI

SPLETNA PRISOTNOST IN DRUŽBENO MREŽENJE

DEJANJE	PREVERITE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VAS VIDIJO
1. V Google vstavite ime in priimek in kliknite na prve rezultate, ki se prikažejo	Preglejte kaj je takoj vidno: se prvi rezultati nanašajo na vas/vašega partnerja? <input type="checkbox"/> Da <input type="checkbox"/> Ne, iskanje sem moral nadaljevati z drugimi podatki (mesto, starost, šola...) <input type="checkbox"/> Nisem našel informacij <input type="checkbox"/> partner/jaz uporabljava aliase/vzdevke		
2. Kliknite na najdene rezultate in na "slike"	Preglejte kaj je takoj vidno: Informacije, ki sem jih našel so: <input type="checkbox"/> profesionalne <input type="checkbox"/> povezane s športom, interesi,		

	hobiji <input type="checkbox"/> osebne <input type="checkbox"/> nisem našel informacij		
3. Preverite, ali je oseba prisotna na družbenih omrežjih, bodisi preko iskalnika ali preko osebnega iskanja na družbenih omrežjih.	Ali je oseba prisotna v kakšnem družbenem omrežju? <input type="checkbox"/> Da <input type="checkbox"/> Ne Če je, v katerih? <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Pinterest <input type="checkbox"/> Drugo (navedite)		
VSEBINA (SPLOŠNO)			
DEJANJE	PREVERITE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VAS VIDIJO
4. Analizirajte slike, ki se pojavijo na družbenih omrežjih in na drugih straneh	Kakšne slike ste našli? <input type="checkbox"/> Neprimerne <input type="checkbox"/> Neuradne <input type="checkbox"/> Resne <input type="checkbox"/> Takšne, ki ga/vas predstavljajo <input type="checkbox"/> Drugo (navedite)		
5. Analizirajte komunikacijo, ki se pojavi na družbenih omrežjih in na drugih straneh	Kakšne objave, komentarji, tweeti in komunikacija je bila uporabljena? <input type="checkbox"/> Neprimerna <input type="checkbox"/> Neuradna <input type="checkbox"/> Profesionalna <input type="checkbox"/> Drugo (navedite)		
6. Analizirajte deljene informacije	Kakšne informacije ste vi/vaš partner delili? <input type="checkbox"/> Slike in druge medije <input type="checkbox"/> Starost in spol		

	<input type="checkbox"/> Biografske podatke (izobrazba, delovne izkušnje, kraj bivanja, ipd.) <input type="checkbox"/> Posodobitve statusov (objave) <input type="checkbox"/> Kontaktni podatki <input type="checkbox"/> Interesi <input type="checkbox"/> Lokacija <input type="checkbox"/> Drugo (navedite)		
7. Analizirajte preference	Katere strani ste vi/vaš partner všečkali oz. jim sledite? <input type="checkbox"/> Hobiji/interesi/šport? <input type="checkbox"/> Profesionalne skupine? <input type="checkbox"/> Informalne skupine? <input type="checkbox"/> Politično/seksualno/versko usmerjene idejne skupine? <input type="checkbox"/> Drugo (navedite)		
NASTAVITVE ZASEBNOSTI			
DEJANJE	PREVERITE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VAS VIDIJO
8. Preverite ali obstajajo kakšne omejitve ali če je mogoče dostopati do vseh informacij na različnih družbenih omrežjih	Lahko vidite vse informacije v zvezi z vašim partnerjem ali obstajajo kakšne omejitve? <input type="checkbox"/> Da <input type="checkbox"/> Ne		
9. Koliko ste socialni? Kako veliko je vaše omrežje?	Koliko prijateljev/ povezav/ sledilcev imate vi/vaš partner? (Označite za vsako družbeno omrežje) <input type="checkbox"/> Manj kot 100 <input type="checkbox"/> Več kot 100 <input type="checkbox"/> Več kot 1000		

PROFESIONALNA VSEBINA

DEJANJE	PREVERITE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VAS VIDIJO
10. Poiščite življenjepis na LinkedInu in na drugih specializiranih spletnih straneh (Indeed.com-Taleo-Monster)	<p>Imate vi/vaš partner spletni življenjepis?</p> <p><input type="checkbox"/> Da (navedite kje)</p> <p><input type="checkbox"/> Ne</p>		
11. Posodabljanje podatkov	<p>So informacije, ki ste jih našli, posodobljene?</p> <p><input type="checkbox"/> Da</p> <p><input type="checkbox"/> Ne</p> <p><input type="checkbox"/> Delno</p> <p><input type="checkbox"/> Ni profesionalne vsebine</p>		

UI2 – Uvrstite podatke najdene v UI2 in jih analizirajte s pomočjo kontrolnega seznama slabih/dobrih meril

KORAK 2: KONTROLNI SEZNAM DA IN NE-JEV SPLETNE PRISOTNOSTI

Analizirajte podatke, ki ste jih našli pri prejšnji vaji, in se nanašajo na vaše / partnerjeve poklicne cilje: vstavite svoje ugotovitve v tabelo.

SPLETNA PRISOTNOST IN SOCIALNO MREŽENJE		
DA/NE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VIDIJO MENE
<p>Delite svojo zgodbo Postavite se kot protagonist na področju, osebnem ali profesionalnem, ki vas zanima (primeri: če radi pišete, imejte blog. Če radi fotografirate, odprite Pinterest ali Flickr račun). Najdite način izmenjave vsebin, ki je dobra za vas, in začnite objavljati svoje stvari na spletu.</p>		
<p>Ostanite aktivni Jasno izražajte svoje misli in znanja z zgodbami, nasveti ali drugimi novimi vsebinami. Redno posodablajte novosti o vašem iskanju zaposlitve. Spremljajte in aktivno sodelujte v razpravah na vašem poklicnem področju. Pokažite, da poslušate tako, da odgovorjate na vprašanja in pripombe.</p>		
<p>Pomnite: Internet ima dober spomin Nikoli ne objavite nobenih slik sebe, če ne želite, da jih ljudje vidijo. Ne objavljajte vaših neprijetnih slik (npr: pitje vina ali ples zgoraj brez). Možna je, da imate dva Facebook / Instagram, itd profila: "uradni profil", ki se osredotoča na vase izobraževalne in strokovne dosežke, in drugi profil - za osebne kroge, z najbolj možnimi zasebnimi nastavitvami.</p>		
VSEBINA (SPLOŠNO)		
DA/NE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VIDIJO MENE
<p>Bodite pozorni na geografsko lokacijo Oznake krajev, check in, itd, ko objavljate fotografije in sporočila. Še posebej, če ne želite, da ljudje vedo, kje ste.</p>		
<p>Izogibajte se objavam, ki sugerirajo lahkomišelnost ali negativnih komentarjev o trenutnih ali preteklih delodajalcih, sodelavcih in strankah. Enostavno je pozabiti, kdo vse je v vašem omrežju in nikoli ne veste, kdo bi lahko videl vsebino.</p>		
<p>Pozorno spremljajte kaj vsečkate</p>		

Objave ali komentarji, v katerih ste označeni, in izražajo negativen odnos do dela ali šole, niso primerni. Facebook zbira več informacij, kot si sploh lahko predstavljate. Na primer, ste vedeli, da Facebook vsakič, ko obiščete spletno stran Facebooka, ki vsebuje gumb "Všeč mi je", tudi če ne kliknete na gumb, niste Facebook uporabnik ali niste prijavljeni, to beleži?		
Ne zapletite se z obrekovalci Če nekdo napiše nekaj slabega o vas, ne reagirajte, ne pišite ničesar in ne debatirajte o žaljivi vsebini v spletnih forumih. Če boste namreč nadaljevali neprijeten pogovor, boste pritegnili še več pozornosti do stvari, ki ji ne želite dajati pozornosti.		
Ne domnevajte, da vsi razumejo vaš smisel za humor Različni ljudje se različno odzivajo na različne tipe humorja in so lahko užaljeni.		
Izogibajte se deljenja preveč informacij z javnostjo Lahko ste ogroženi.		
NASTAVITVE ZASEBNOSTI		
DA/NE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VIDIJO MENE
Redno preverjajte vaše nastavitve zasebnosti in nadzorujte, kdo ima dostop do vaših podatkov Iz vaše domače strani lahko z ikono "zasebnost" nastavite, kdo lahko vidi vaše objave in omejite možnosti, da drugi najdejo vaš profil. Nastavitve zasebnosti lahko preprečijo podjetjem, da najdejo vaš profil v celoti, lahko pa vidijo samo določene objave.		
Ne dodajajte neznancev, previdno izbirajte in sprejemajte nove prijatelje Zavestno se odločite, katere zahteve za prijateljstvo ali povezavo sprejmete. Vaši prijatelji in njihova spletna prisotnost se lahko odražajo na vas. Čeprav je impresivno, da imate na stotine povezav in tisoče prijateljev, je bolje, da se osredotočite na kakovost pred količino, ko se gre za vaš spletni ugled.		
PROFESIONALNA VSEBINA		
DA/NE	KAKO GA/JO VIDITE	KAKO VIDIJO MENE
Poskrbite, da je vaš življenjepis posodobljen Pomembno je, da iskalci zaposlitve redno posodablja svoje profile na družbenih medijih in, da spremljajo, kakšne informacije se izmenjajo o njih na spletu, zato da zagotovijo pozitivno podobo.		
Imejte kratke digitalne kopije življenjepisa ne več kot eno stran in predstavite se profesionalno.		
Vzdržujte zdrava družbena omrežja Razširite svojo strokovno socialno mrežo na		

spletnih straneh, kot je LinkedIn. Uporabite poznanstva, ustvarjena v času pripravništva, terenskega dela in prostovoljnih dejavnosti. Poiščite podjetja, kjer želite delati in pišite glavnim strokovnjakom in jim postavljajte vprašanja.		
Se nekaj nasvetov		
Naredite svojo domeno	Strani družbenih medijev so pogosto visoko v vaših rezultatih iskanja in vi ustvarjate pozitivne vsebine, ki jih vsebujejo, zato je dobro, da imate profile na različnih medijih. Če imate pogosto ime, vas lahko težko ločijo od soimenjakov. Spletna stran tehničnih novic, Lifehacker, priporoča mladim strokovnjakom, da kupijo domeno z natančnim ujemanjem imena in priimka. Ti URL naslovi lahko pomagajo vodstvu šole in delodajalcem neposredno dostopati do vaše spletne prisotnosti.	
Ne klikajte, ne povejte	Ne obiskujte negativnih strani v vašem iskanju preveč krat. Iskalnik lahko razume, da je ta stran za vas pomembna, kar jo da višje v rezultatih. Iz istega razloga, ne povejte vsem svojim prijateljem, da obiščete stran.	
Preden vas v javnosti fotografirajo	Imejte v mislih, da bodo fotografije verjetno objavljene na spletni strani in na profilih lokalov na družbenih straneh in deljena večkrat	
Spremljajte zaposlitvene deske na družbenih medijih	Na za to namenjenih straneh, družbenih medijih in povezavah spremljajte bodoče zaposlitvene možnosti	
Bodite radodarni	Pomoč drugim je pomemben način, kako pokazati svoj profesionalen odnos. Dajajte informacije, dajajte podporo in čestitajte drugim pri njihovih delovnih uspehih	

KORAK 3: POVRATNE INFORMACIJE IN RAZPRAVA

Ali je zgodba v vašem "spletnem življenju" v skladu z vašimi poklicnimi cilji?

Delovni list – UI3

Kaj narediti za odstanitev slabih podatkov/informacij iz omrežij

UVOD

Družbeni mediji poenostavljajo ohranjanje stikov z ostalimi in deljenje informacij z javnostjo. Te spletne skupnosti pa tudi povečajo tveganja glede neprimerne ali nepooblaščne uporabe osebnih podatkov. Uporabniki so izpostavljeni nevarnostim slabšega ugleda, kraji identitete ali ostalim zlorabam.

Digitalno življenje se več ne ločuje od realnega: kar se zgodi na internetu, lahko pusti posledice tudi v vsakdanjem življenju ter v osebnih in profesionalnih odnosih.

Informacija lahko postane javna na več načinov.

Uporabnik lahko javno objavi informacijo, če prej ne nastavi omejitev v nastavitvah zasebnosti.

- Nekaterne informacije so lahko že prednastavljeno javne. Uporabnik lahko v določenih situacijah spremeni nastavitve zasebnosti tako, da so vidne le določenim uporabnikom in tako naredi informacije "zasebne". Nekaterne informacije pa morajo ostati javne in uporabnik nima možnosti, da bi omejil dostop do njih.
- Družbeno omrežje lahko kadarkoli, brez dovoljenja uporabnika, spremeni pravilnik o zasebnosti. Tako je lahko, po spremembi pravilnika o zasebnosti, javno vidna tudi vsebina, ki je bila pred tem omejena.
- Nastavitve zasebnosti se lahko zaobidejo in sicer tako, če potrjeni stiki kopirajo ali delijo informacije/slike, brez dovoljenja uporabnika.
- Prav tako je mogoče, da aplikacije, ki jim je bil odobren dostop, vidijo zasebne informacije, ki jih je objavil uporabnik ali uporabnikovi stiki.

UPORABA DRUŽBENIH OMREŽIJ S STRANI VLADE IN ORGANOV PREGONA

Januarja 2012 je Evropska komisija predlagala obsežno reformo pravil o varstvu podatkov v EU. 4. maja 2016 so bili objavljena uradna besedila uredbe in direktive v Uradnem listu EU v vseh uradnih jezikih. Uredba je postala veljavna 24. maja 2016, uporabljala se bo od 25. maja 2018. Direktiva je postala veljavna 5. maja 2016 in države članice EU jo bodo morale prenesti v svojo nacionalno zakonodajo do 6. maja 2018.

Nova pravila prinašajo pravico "biti pozabljen". Torej, če več ne želite, da se vaši osebni podatki obdelujejo in organizacija nima utemeljenega razloga, da jih hrani, jih morajo odstraniti iz svojega sistema:

- Upravljalci podatkov morajo dokazati, da je ohranjanje podatkov potrebno, medtem, ko uporabnikom ni potrebno dokazovati, da zbiranje njihovih podatkov ni potrebno.
- Ponudniki morajo upoštevati načelo "privzetega varstva podatkov", kar pomeni, da morajo biti privzete nastavitve tiste, ki zagotavljajo največjo zasebnost.
- Ponudniki vas bodo morali jasno, razumljivo in transparentno obvestiti o tem, kako se bodo uporabljali vaši osebni podatki, tako da ste v najboljšem položaju, da odločite, katere podatki boste delili.
- Podatki o zasebnosti se lahko zagotovijo z standardiziranimi ikonami, ki jih je enostavno razumeti.

- Reforma varstva podatkov bo olajšala dostop do lastnih podatkov in dajala pravico do prenosljivosti podatkov, kar pomeni, da bo lažje prenesti osebne podatke iz enega ponudnika storitev na drugega.
- Zagotavljala bo tudi, da ko bo uporabnik dal svoje soglasje ponudniku, da uporablja njegove osebne podatke, bo to soglasje dano z jasnim strinjanjem in z njihovim polnim zavedanjem. To bo uporabnikom dajalo nadzor nad njihovimi podatki in prispevalo k večjemu zaupanju v spletnem okolju.

KAKO ODSTRANITI VAŠE INFORMACIJE? KAKO BITI OBVEŠČEN O SVOJI ZASEBNOSTI?

Ko določite vaš spletni ugled, povezan z vašo identiteto na spletu, boste morali sprejeti ukrepe za odpravo ali skritje nekaterih informacij. Vendar pa je to lahko zahtevno, še posebej, če je vsebino objavila druga oseba, je arhivirana na spletni strani ali se nahaja na računu, do katerega nimate več dostopa.

Tukaj je nekaj strategij, ki vam lahko pomagajo pri upravljanju svojega spletnega ugleda.

GOOGLE – PRAVICA BITI POZABLJEN

V maju 2014 je sodba Sodišča Evropske unije (C-131/12, 13. maj 2014) odločila, da lahko nekatere osebe zaprosijo iskalnike za odpravo nekaterih rezultatov pri iskanjih, ki vsebujejo njihovo ime, in sicer tiste rezultate, ki se ne skladajo s pravico do zasebnosti te osebe.

Odkar je bila ta sodba Sodišča Evropske unije 13. maja 2014 objavljena, na Googlu delajo za uskladitev. Družba je ustvarila spletni obrazec. Ta obrazec omogoča posamezniku ali zastopniku posameznika, da poda zahtevo, v kateri navede ime in rezultate, ki jih hoče odstraniti. Od Googla lahko torej zahtevate, da iz rezultatov iskanja odstrani občutljive osebne podatke, na primer številko bančnega računa, sliko ročnega podpisa, golih ali seksualno eksplicitnih slik ali videoposnetkov, ki so bili objavljeni brez vašega soglasja.

- Ko boste vložili takšno zahtevo, bo Google pretehtal pravice do zasebnosti posameznika z interesom javnosti do obveščeniosti in pravico objave informacij.
- To ne velja samo za Google. Velja za vse iskalnike, ki imajo sedež v Evropi in nudijo oglaševanje, četudi se njihovi strežniki ne nahajajo na ozemlju EU.
- Pri ocenjevanju vaše zahteve, bodo preverili, ali rezultati vsebujejo zastarele informacije o vas, kakor tudi, ali obstaja javni interes za informacije - na primer, lahko zavrnejo odstranitev nekaterih informacij o finančnih prevarah, poklicni malomarnosti, kazenskih obsodbah ali javnemu ravnanju državnih uradnikov.

- Če se ne strinjate z odločitvijo, se lahko obrnete na Agencijo za varstvo podatkov.

POMEMBNO: Tudi če Google izbriše spletno stran ali sliko iz naših rezultatov iskanja, spletna stran še vedno obstaja in jo je mogoče najti z URL-jem spletnega mesta, preko družbenih medijev ali preko drugih iskalnikov. Zato je najbolje, da se obrnete na skrbnika, ki lahko stran v celoti odstrani.

Koristne povezave:

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

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

GOOGLE – OPOZORILA

Nastavitve za Google iskanje lahko nastavite tako, da boste prejeli e-poštno opozorilo vsakič, ko je uporabljeno iskanje z vašim imenom. Na ta način, vam ne bo treba periodično iskati samega sebe in boste redno spremljali vaš ugled. Lahko nastavite poljubno število opozoril (do 1000 na e-poštni naslov) za izraze po vaši izbiri, ki vam pomagajo spremljati aktivnosti na spletu.

Pojdite na <http://www.google.com/alerts/>, vnesite iskalne izraze, za katere želite prejemati Google opozorila, izberite vrsto rezultatov, za katere želite Google opozorila in kako pogosto jih želite prejemati, kliknite gumb Ustvari opozorilo in končajte.

Koristna povezava:

Google.com/alerts

GOOGLE – MOJA DEJAVNOST

Moja dejavnost je osrednje mesto za ogled in upravljanje dejavnosti, kot so iskanja, ki ste jih opravili, obiskanih spletnih mestih in videoposnetkov, ki ste jih gledali.

Dejavnost se shrani, ko ste prijavljeni v vaš Google račun na kateri koli napravi. Ko je nadzor dejavnosti vklopljen, lahko Google shranjuje podatke na podlagi te nastavitve.

- Naše nastavitve nadzora dejavnosti lahko določijo, da shranite ali ne shranite te vrste dejavnosti:

1. Dejavnost v spletu in aplikacijah hrani vaša iskanja na aplikacijah in brskalnikih, zato, da je iskanje hitrejše in, da vam prilagodi uporabo iskalnika, zemljevidov in drugih Googlovih izdelkov. Prav tako lahko shranite zgodovino brskanja v Chromu in aktivnosti s spletnih strani in aplikacij, ki uporabljajo Googlove storitve.

2. Zgodovina lokacij ustvarja zasebni zemljevid lokacij, kamor greste s svojimi napravami, v katere ste prijavljeni, z namenom za izboljševanje iskanja na zemljevidu, vožnje v službo, ipd.

- 3. Nastavitev Podatki o napravi shrani kopijo vaših kontaktov, koledarja, aplikacijo in drugih podatkov iz naprave z namenom izboljšanja vase izkušnje v Googlu.
- 4. Nastavitev Glasovna in zvočna dejavnost shrani vaš glas in avdio vnose (na primer

vase "OK Google" ukase) z namenom prepoznavne vašega glasu in izboljšave prepoznavne govora

- 5. Zgodovina iskanja YouTube hrani vaša iskanja na YouTubeu z namenom hitrejšega iskanja in izboljšave priporočil.
-

Enostavno lahko izbrišete določene točke ali celotne teme. Lahko tudi spremenite svoje nastavitve in regulirate kateri podatki se povežejo z vašim računom.

Nadzorujete lahko večino informacij, ki je shranjena v moji dejavnosti. Za spremembo teh nastavitvev:

1. Pojdite na Kontrolnike za dejavnost. Morda se boste morali prijaviti v Google račun.

2. Od tod lahko:

- Shranite dejavnost: Poleg dejavnosti, ki jo želite shraniti, vklopite stikalo. Izberite Vklopi.
- Ne shranite dejavnost: Poleg dejavnosti, ki je ne želite shraniti, izklopite stikalo. Izberite Pavza.

Koristna povezava:

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

SPLOŠNI NASVETI, KI JIH UPOŠTEVAJTE PRI PREGLEDU PRAVILNIKOV O ZASEBNOSTI NA DRUŽBENEM OMREŽJU IN PREPREČEVANJE DOSTOPA JAVNOSTI DO VSEBINE, KI JO DELITE NA SPLETU

Na žalost, so v večini primerov pravilniki o zasebnosti dolgi in težko razumljivi. Tukaj je slovar izrazov ali pogojev, ki so ponavadi navedeni v pravilnikih o zasebnosti, in vam lahko pomagajo pri branju in interpretaciji teh besedil:

Pogoji uporabe	Gre za sporazum, ki bi ga moral sprejeti vsak uporabnik za dostop do storitev. Vključuje lahko informacije, ki so prav tako pomembno kot je pomemben pravilnik o zasebnosti, tako da vedno preglejte pogoje uporabe.
Pravilnik o zasebnosti	Pogoji in pravila o zasebnosti posameznika, ki jih ponudnik storitve zagotavlja. Zajema le neposredne storitve družbenega omrežja. Na primer, ne zajema drugih aplikacij, ki so na voljo na spletni strani (aplikacije, spletne igre, itd.)

Obvestilo	Sporočilo, ki jo storitev samodejno pošlje uporabniku o nastavitvah zasebnosti. Ali so uporabniki družbenih omrežij obveščeni o spremembah pravilnika o zasebnosti? Bodo spremembe objavljene v pravilniku o zasebnosti ali bodo tudi na domači strani?
Kontaktne podatke	Začnite na koncu! Pogosto na koncu najdemo najpomembnejše dele pravilnika o zasebnosti. Kontaktne podatke, njihova zasebnost v družbenih medijih in najbolj pomembna dejstva v zvezi z uporabo osebnih podatkov se običajno nahajajo na koncu dokumenta.
Lokacija pravilnikov o zasebnosti Jezik pravilnikov o zasebnosti	Bodite pozorni na lokacijo in jezik pravilnika o zasebnosti. Je na spletni strani skrit in težko najdljiv, ali pa ga enostavno najdete? Je preveč nejasno ali težko razumljivo?
Postopek brisanja računa in omejitev	Preberite pravila o tem, kako lahko izbrišete svoj račun na družbenem omrežju. Bodite pozorni na možnost odstranitve vseh vaših podatkov - je možno, da izbrišete račun in odstranite vse podatke? Bo družbeno omrežje ohranilo nekatere vaše podatke? Nekatera družbena omrežja lahko otežijo ali zapletejo preklic računa. Nezadovoljnim uporabnikom lahko omogočijo samo "deaktivacijo" računa.
Hramba osebnih podatkov	Določila o tem, kako dolgo in na kakšen način so shranjeni podatki v arhivu ponudnika storitev. Kako dolgo bodo osebni podatki shranjeni? Nekateri podatki se lahko hranijo v neskončnost, nekateri so lahko po določenem času popolnoma odstranjeni, nekateri podatki pa lahko po določenem času postanejo anonimni.
Lastništvo podatkov	Kdo je lastnik objavljenih podatkov? Ali uporabnik izgubi lastništvo informacij, ko jih objavi? Ali lahko tržniki uporabljajo to vsebino brez izrecnega soglasja uporabnika? So lahko podatki uporabnika, na primer ime in fotografija, uporabljeni v oglaševanju?
Pritožba	Kako lahko uporabnik vložijo pritožbo? Poiščite dejanski e-poštni ali spletni naslov in/ali telefonsko številko, ki ga lahko uporabniki uporabijo za morebitna vprašanja. V nekaterih primerih, družbena omrežja najamejo neodvisna zunanja podjetja, ki pregledajo njihovo prakso zasebnosti. Nezadovoljni uporabniki, ki imajo pomisleke glede skladnosti delovanja družbenega omrežja s sprejetim pravilnikom o zasebnosti, lahko vložijo pritožbe na ta

	podjetja.
Pravila označevanja	Specifikacije in pravila, ki se nanašajo na označevanje podatkov, ki jih objavijo uporabniki. Pregledajte označene fotografije, če so neprimerne vsebine in prilagodite vaše nastavitve kdo vas lahko označi in kdo lahko vidi vase označene fotografije. Če nekdo objavi neprimerno sliko vas, odstranite "oznako." Prav tako, prosite druge, da odstranijo slike vas, za katere mislite, da bi lahko ogrozile vaš ugled. Če želite te oznake pregledati posamično in jih potrditi, spremenite nastavitve zasebnosti na odseku Kako oznake delujejo.
Odstranjevanje neprimernih vsebin	Pravila in postopki za odstranjevanje neprimernih vsebin. Odstranitev neprimerne vsebine in fotografij, kot so vsebina tweetov, vsebine, ki jih spremljate, komunikacije in omenjanja, ki bi lahko vplivala na vaše zaposlitvene možnosti.

Ker ima vsak ponudnik storitev svoj lasten pravilnik o zasebnosti, ne moremo vključiti vseh elementov, ki so običajno zajeti v pravilnikih. Na naslednji strani boste našli povezave do pravilnikov zasebnosti pomembnejših ponudnikov storitev, ta jih lahko analizirate in primerjate med seboj.

Koristne povezave

[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](#)



Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije (komunikacije) je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.

