

Projekt	
GVH digitális gyermek-fogyasztóvédelem iskolai „roadshow”	
Kampány név	Digitális Fiatalok Digitális Tudatosság
Elérhetőség	digitalis_tudatossag@gvh.hu
Projekt célok	
Az általános és középiskolás diákok tudatosságának felébresztése és gondolkodás beindítása a digitális tér fogyasztóvédelmi kérdéseivel kapcsolatban, valamint az online térben megadott adataik értékének tudatosítása. A projekt átadásának tervezett csatornáit elsősorban az iskolák, ezáltal a projekt alkalmas arra is, hogy a szükséges tudás a pedagógusokhoz is eljusson.	
Célcsoport	
Általános és középiskolás gyermekek és a pedagógusok	
Projekt által érintett témák (nem kimerítő jelleggel)	
<ul style="list-style-type: none"> • online térben megosztott adataink védelme • adataink értéke: az online platformok működési logikája, az ingyenesség hamis ígérete • reklámok a digitális térben (pl. sötét mintázatok, megtévesztő állítások, influencerszer marketing) • mire figyeljünk az online vásárlás vagy online szolgáltatások igénybevételénél (pl. fogyasztói értékelések, webshopok megismerése) • fogyasztói jogok online vásárláskor 	
Projekt kivitelezése	
Egy-egy tanóra (1x45 vagy 2x45 percben) keretében tartott előadás a GVH munkatársai által a gyerekek bevonásával	

A program jelentősége

2022-ben a magyar fiatalok (8-15 éves korosztály tagjai) kétharmada rendszeresen használja az internetet, és az okostelefonjuk képernyője előtt átlagosan napi 234 percet, azaz közel 4 órát töltöttek, ebből a közösségi médiában átlagosan napi 133 percet, azaz több mint 2 órát, és az életkorral egyenes arányba nő a készülékhasználat átlagos ideje. A fiatalok párhuzamosan használják a különböző platformokat, online tartalmakat, és ezek használata a napi rutinjukba is beépül. A leghosszabb ideig használt 120 applikáció csaknem 70%-át a közösségimédia- és az üzenetküldő, kommunikációs alkalmazások tették ki, de kedveltek voltak a játékok, a fotó- és videószerkesztő, illetve videó- és audióstreaming-alkalmazások is jelent meg a Nemzeti Hírközlési és Média Hatóság (NMHH) 2023. évi médiapiaci jelentésében.¹

A felnőttekről is elmondható, hogy kialakult ugyan egyfajta aggodalom az online térben megosztott adataik kapcsán, mégis hiányzik a tudatos adatvédelem, valamint a digitális

¹ https://nmhh.hu/cikk/238466/Internetes_kozonsegmeresi_adatok_2023_I_negyedev#238466-nethasznalat_plusz_15

környezetben is könnyen válnak a tisztességtelen reklámok célpontjaivá vagy esnek áldozatul egy-egy internetes csalásnak. Habár a fiatalok otthonosabban mozognak az internet világában, elengedhetetlen felvértezni őket az alapvető ismeretekkel, és tudatosítani bennük, hogy saját és mások személyes adatainak védelmére is fordítsanak kellő figyelmet, valamint ismerjék és éljenek fogyasztóvédelmi jogaikkal. Koruk, tapasztalatlanságuk és hiszékenyséjük miatt hajlamosabbak a szükségesnél több információt közölni magukról vagy másokról, melynek a későbbiekben negatív következményei lehetnek rájuk nézve, sőt bűncselekmények áldozataivá (és sajnos néha akarva-akartalanul akár elkövetőivé) is válhatnak. Az órákon szerzett eddigi tapasztalataink azt igazolják, hogy e korosztály is gyakran szembesül online csalással, vesztett már pénzt vagy lopták el felhasználói fiókját. Ezen kívül a gyerekek (csakúgy, mint a felnőttek) reklámkitettsége az interneten hatalmas, ezért is fontos a tisztességtelen üzleti fogások, hirdetések felismerését megtanítani számukra.

A program tartalma

1. Megismertetjük, mi a személyes adat és miként kerül az internetre – leginkább azáltal, hogy mi magunk osztjuk meg saját vagy mások személyes adatait (pl. sütiken keresztül megvalósuló nyomon követések és önkéntes hozzájárulásaink szerepe).

2. Beszélgetünk az adatok hatalmas tömegére építő mesterséges intelligenciáról, előnyeiről, hátrányairól (pl. deepfake jelenség, visszaélészerű megfigyelések). Érintőlegesen szó esik az adatmegosztás egyéb negatív következményeiről is például a kiberbűncselekmények, álláskeresés, pénzügyi szolgáltatások későbbi igénybevétele kapcsán, valamint a szűrőbuborék jelenségről. Tudatosítani kell, hogy a személyes adatok védelme igencsak fontos, mert azokat kiberbűnözők is megszerezhetik és visszaélhetnek velük, de az is elég bosszantó, ha egy elhamarkodott letöltést követően a telefonunk lelassul, lefagy, vagy a semmiből összeomlik anélkül, hogy azonosítani tudná a hibát. Ezért ajánlott óvatosan megválogatni, hogy mely weboldalakon adjuk meg az adatainkat, hova regisztrálunk, mit töltünk le.

3. A személyes adataink és a figyelmünk az „ingyenes” digitális szolgáltatások, mint például a közösségi média-szolgáltatások fizetőeszközei. Mire használják a cégek az adatainkat? Milyen adatokat gyűjtenek rólunk a cégek és mi a felhasználói profilalkotás (fogyasztói preferenciák feltérképezése)? Mi a reklámbevétel alapuló zéró-árú üzleti modell lényege? A célzott reklámok hatékonysága.

4. Reklámok a mindennapokban. Szó esik az úgynevezett sötét mintázatokról, olyan digitális üzenetekről és felhasználói felületekről, amelyek észrevétlenül készítenek minket nem kívánt döntések meghozatalára. Ezek az eszközök az érzelmeinkre, az érzéseinkre, a lelkiismeretünkre vagy éppen a tudatalattinkra hatnak, és ezért is nehéz felkészülni rájuk racionálisan. A túl sok információ vagy választási lehetőség nehezítheti a döntést, és ilyenkor az emberek hajlamosak bizonyos elképzeléseikre, indokolatlan elvárásaikra, hiedelmeikre hagyatkozva dönteni/vásárolni (ezek a kognitív torzítások). Példákon keresztül azt szeretnénk elérni, hogy a gyerekek felismerjék, ha tisztességtelen gyakorlattal állnak szemben:

- korlátozott elérhetőségre ható üzenetek (pl. már csak x mp-ig; már csak x elérhető a készleten, most épp x-en nézik)
- rejtett költségek és a „csepegtető árazás”
- ingyenes próbaidőszak (majd a leiratkozás megnehezítése)
- amikor úgy tűnik, nincs választásunk
- fogyasztói értékelések ...biztosan valódiak?
- burkolt reklámok – influenzszerek befolyása alatt

5. Beszélgetünk arról, mit tehetünk adataink védelme érdekében, mi az, ami a felhasználón, azaz rajtunk múlik. Az adatkezelési és felhasználói tájékoztatók sokszor valóban átláthatatlanok, azonban van egy-két mintázat, amelyeket mindenképp érdemes átolvasni. Lehet az „Elutasítás” gombra is kattintani, vegyük komolyan azokat a kérdéseket, amikor egy alkalmazás valamely egyéb funkcióhoz kér hozzáférést. Fontos, hogy megtanulják mérlegelni, hogy egy-egy szórakoztató applikáció (pl. bff-kvíz oldalak, arcfelismerésen alapuló vicces megjelenítések) milyen kockázatokat rejthet magában, valóban megéri-e letölteni, miközben adatainkat nem tudhatjuk, hogy pontosan mire és kik fogják felhasználni (pl. a magunkról feltöltött, az arcunk minden vonását jól szemléltető képeket.)

6. Az interneten sok a kétes hátterű webáruház. Ma már rengeteg weboldaltól, széles választékból rendelhetünk termékeket, de senki sem szeretne pórul járni. Gyakorlati tanácsokról beszélgetünk a gyerekekkel, minek kell feltétlenül utánajárniuk, mielőtt a vásárlás mellett döntenek. Mindig utána kell nézni annak, hogy ki vagy milyen cég áll a weboldal mögött, hol vagy milyen e-mail címen érhető el, van-e ügyfélszolgálat, belföldi vagy külföldi az eladó, milyen értékeléseket kapott a cég és az értékelések mennyire tűnnek megbízhatónak stb. Beszélgetünk a rendszeresen felbukkanó – csomagküldő vagy pénzvisszatérítést imitáló – adathalász e-mailekről. Fontos tudnunk elállási jogunkról, amivel bár jóval korlátozottabban, de akár egy digitális szolgáltatás megvásárlása után is élhetünk.

7. Egyéb gyakorlati tanácsokkal segítünk a gyerekek eligazodásában egy-két aranyszabályon keresztül (pl. biztonságos oldalon történő fizetés, adatok törléséhez való jogunk, online biztonsági tanácsok).

A program kivitelezése

A GVH munkatársai egy vagy két tanóra keretében tartanak előadást, elsősorban 7-9. osztályos évfolyamok számára. Cél a gyerekek bevonása, az órák interaktívabbá tétele, ami egy-egy osztályon keresztül könnyebben elérhető (kivételesen egy évfolyam előtt is előadható). Az előadók egy diasorral készülnek, ezért projektor szükséges (ezt a munkatársak is tudnak magukkal vinni).

Tapasztalataink és a rendelkezésre álló információk szerint azon diákok számára hasznos az előadás, azok tudnak aktívan részt venni az órákon, akik már rendelkeznek legalább minimális alkalmazási tapasztalattal, így amennyiben egy osztályban (még) nem jellemző az okostelefon, tablet vagy számítógép használat, illetve az online, digitális jelenlét, úgy a program hatékonysága is kérdéses.