



Факултет за информатички науки и компјутерско инженерство
(ФИНКИ)



МЕДИУМИ И КОМУНИКАЦИИ

Слепо согласување: Прескокнување на Правила и услови за користење (Terms and Conditions)



Изработиле:
Јана Ангелоска, 226040
Драгана Усовиќ, 221043
Ана Чачарска, 221069
Андреј Бубевски, 225002

Ментор:
Проф. Д-р Владимир Трајковиќ

25 јуни 2024, Скопје

Содржина

1. Мотив за проектната задача.....	3
2. Хештаг за проектот.....	4
3. Твит за проектот.....	4
4. Хипотези.....	5
5. Модел на хипотези.....	5
6. Анкета.....	6
7. Анализа на резултатите.....	12
8. План на активности.....	14
9. Активности.....	15
10. Остварено влијание.....	17
11. Заклучок.....	18

1. Мотив за проектната задача

Замислете си сценарио каде добивате покана за голема забава. Вратата е отворена, музиката е гласна, а луѓето се весело насмеани. Но, на влезот има долга листа со правила и услови што треба да ги прифатите пред да влезете. Без многу размислување, ја потпишувате листата и влегувате внатре, без да знаете што точно прифативте. Со ова вие влегувате на слепо каде ви претстојат повеќе можни сценарија до крајот на вечерта.

Пример продолжение на сценариото, откако го потпишавте документот, влегувате во просторијата каде музиката и светлата создаваат совршена атмосфера за забава. Вашите пријатели ве поздравуваат и ве водат кон центарот на забавата. Се чувствувате опуштено и среќно, дури и без да знаете што сте прифатиле.

Се запознавате со нови луѓе, играте и уживате во вкусната храна и пијалаци. Диџејот пушта ваша омилена песна и сите се заедно на подиумот, танцувајќи и смеејќи се. Вечерта е исполнета со весели моменти и пријатни изненадувања. Дури и откако забавата завршува, продолжувате да зборувате за неа со пријателите и да се сеќавате на сите убави мигови.

Кога ќе се разбудите следниот ден, се чувствувате освежено и задоволно. Не сте се соочиле со никакви негативни последици и продолжувате со вашиот секојдневен живот, благодарни за прекрасната ноќ.

Или пак, друг пример продолжение на сценариото, откако го потпишавте документот без да го прочитате, влегувате во просторијата со голема возбуда. Се приклучувате на забавата и на почетокот се забавувате со пријателите. Но, по некое време, почнуваат да се појавуваат некои неочекувани и непријатни моменти.

Првиот знак дека нешто не е во ред е кога од вас се бара да учествувате во некоја игра која не ви се допаѓа, но немате избор бидејќи сте ги прифатиле правилата. По некое време, забележувате дека фотографијата од вас се користи за промоција на забавата без ваше знаење и согласност. Се обидуваат да протестираат, но организаторите ве потсетуваат дека сте се согласиле со тоа при потпишувањето на документот.

Ситуацијата станува уште полоша кога од вас се бара да платите за пијалаци кои мислевте дека се бесплатни. Се чувствувате измамани и безпомошни. Забавата која на почетокот ви изгледаше како одлична идеја, сега ви носи само непријатности.

Следниот ден се разбудувате со чувство на каење и лутина. Почнувате да го разгледувате документот што сте го потпишале и сфаќате дека сте прифатиле многу нешта кои никогаш не би ги прифатиле ако сте го прочитале документот внимателно.

Ова можеби звучи како сцена од некој филм, но во реалноста, ова се случува секојдневно – секогаш кога прифаќаме „Terms and Conditions“ („Правила и услови за користење“) без да ги прочитаеме.

Предизвици за заедницата:

- Недоволна свесност: Многу луѓе не се свесни за важноста на правилата и условите и какви последици може да има нивното непознавање. Без јасно разбирање за тоа што прифаќаат, луѓето често ја занемаруваат важноста на овие документи.

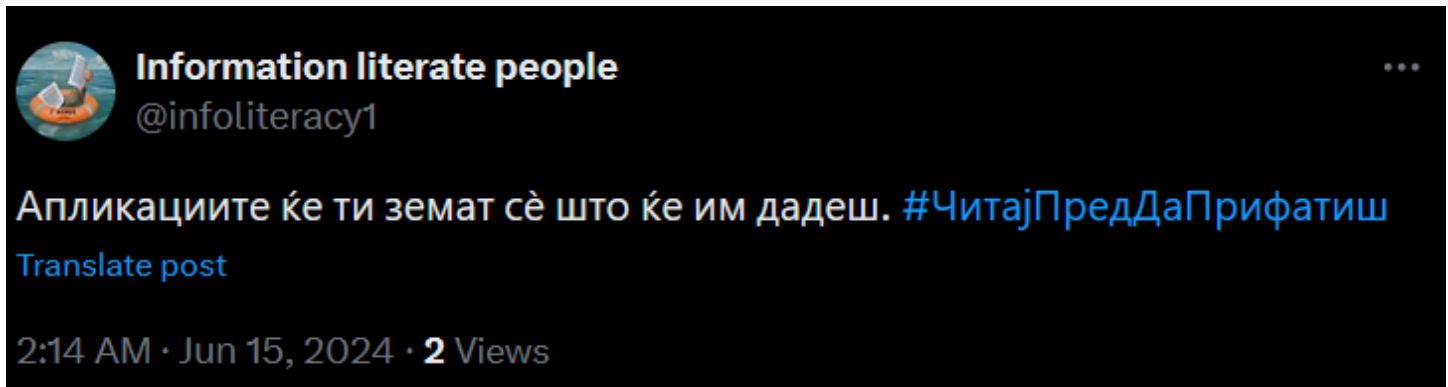
- Комплексност и должина на текстовите: Правилата и условите обично се долги и напишани на висок стил кој е тешко разбирлив за обичниот корисник. Ова ги одвраќа корисниците од читање и разбирање на содржината.
- Лажна сигурност: Многу луѓе мислат дека ако нешто е обично и често, тоа е и безопасно. Оваа лажна сигурност ги прави корисниците помалку внимателни и поранливи на потенцијални злоупотреби и измами. Пример за ова би биле големите социјални мрежи како Facebook, Twitter, TikTok и сл.
- Лични и правни последици: Непознавањето на правилата и условите може да доведе до злоупотреба на лични податоци, губење на приватноста и дури и правни компликации.

Проектот „Слепо согласување: Прескокнување на Правила и услови за користење“ има за цел да го истражи феноменот на прифаќање на овие правила без да се читаат и да ги разбере последиците што можат да произлезат од таквото дејствие. Во дигиталната ера, каде нашите лични информации, приватност и права се од витално значење, оваа пракса може да има сериозни последици. Овој проект е потребен затоа што во дигиталната ера, каде нашите лични информации, приватност и права се од витално значење, оваа пракса може да има сериозни последици.

2. Хештаг за проектот

#ЧитајПредДаПрифатиш - во свет каде што повеќето апликации и услуги бараат пристап до што повеќе лични податоци, овој хештаг служи како аларм да не ги даваме нашите права и приватност без размислување. Со овој хештаг, подигнуваме свест за потребата од информирано прифаќање и заштита на нашите дигитални права.

3. Твит за проектот



Твитот „Апликациите ќе ти земат сè што ќе им дадеш“ придружен со хештагот #ЧитајПредДаПрифатиш, ја изразува важноста на внимателното читање и разбирање на правилата и условите пред да ги прифатиме, особено во контекст на апликациите кои можат да побараат пристап до голем број лични податоци.

4. Хипотези

Хипотеза 1:

H0: Полот и негативното искуство поради нечитање на „Правилата и условите за користење“ се независни.

Ha: Полот и негативното искуство поради нечитање на Правилата и условите за користење се зависни.

Хипотеза 2:

H0: Возраста и согласувањето со „Правилата и условите за користење“ без да бидат прочитани се независни.

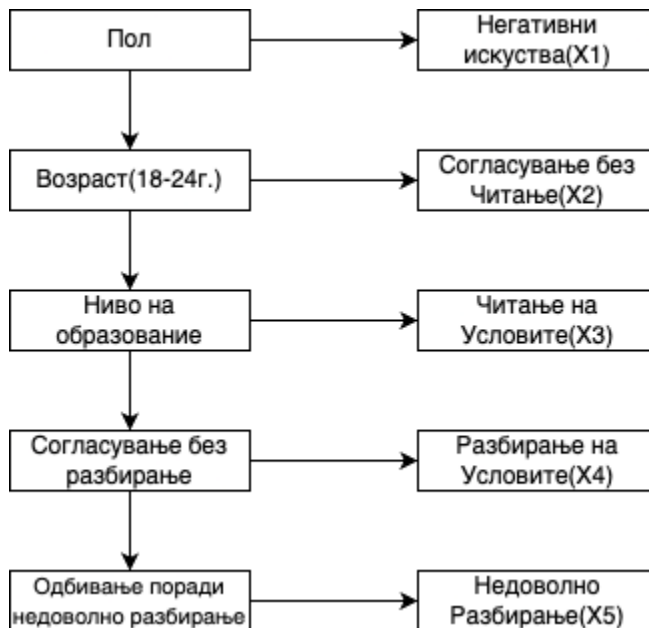
Ha: Возраста и согласувањето со „Правилата и условите за користење“ без да бидат прочитани се зависни.

Хипотеза 3:

H0: Степенот на образование и согласувањето со „Правилата и условите на користење“ по нивно читање се независни.

Ha: Степенот на образование и согласувањето со „Правилата и условите на користење“ по нивно читање се зависни.

5. Модел на хипотези



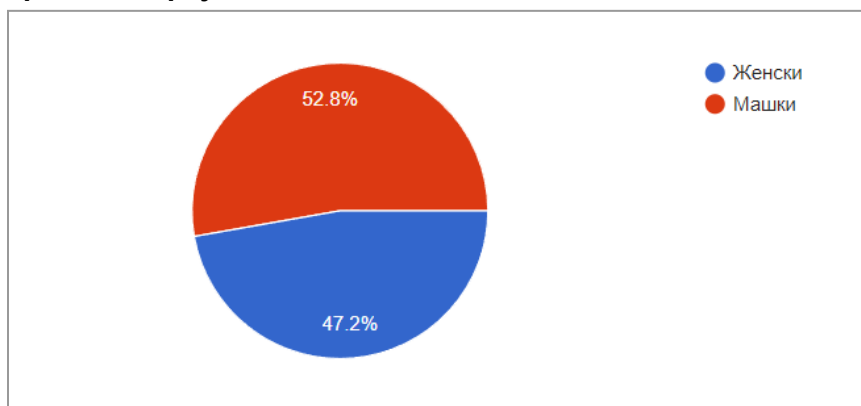
6. Анкета

Анкетата беше поставена на 22.05.2024 и привлече вкупно 85 испитаници. Таа беше спроведена на Google Forms, користејќи различни типови прашања. Прашалникот броеше вкупно 12 прашања, од кои:

- 4 прашања со Ликертова скала
- 7 прашања со избор на еден од повеќе понудени одговори
- 1 прашање со избор на повеќе од една опција

Пред да ги наведеме и дискутираме прашањата, потребно е да ги отстраниме оние одговори на испитаници кои не го поминаа контролното прашање. Со помош на Ликертовата скала и прашањата со реден број 5 и 8, отстранивме 13 испитаници кои дале ист одговор на прашања кои беа дијаметрално спротивни. Со тоа, ќе разгледуваме одговори на 72 испитаници кои соодветно го одговорија контролното прашање и ќе ги сметаме и останатите нивни одговори за валидни.

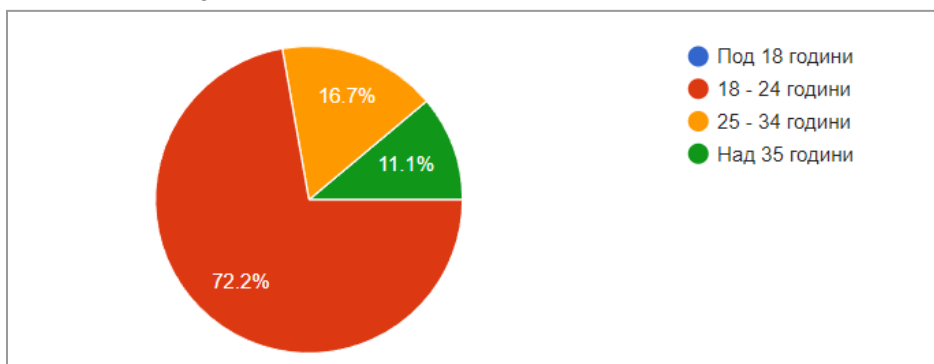
Прашање број 1: Пол



Графикон 1: Демографска анализа - пол на испитаниците

52.8% од испитаниците се од машки пол (38 испитаници), додека пак останатите 47.2% се од женски пол (34 испитаници).

Прашање број 2: Возраст

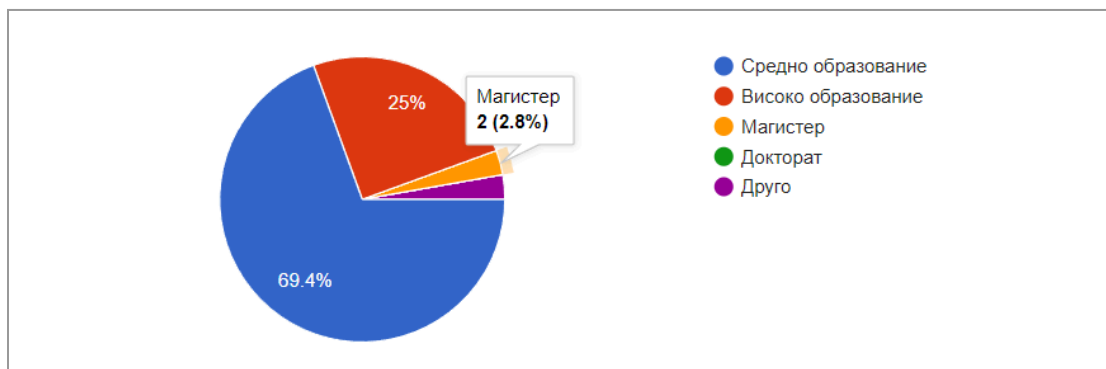


Графикон 2: Демографска анализа - возраст на испитаниците

Со оглед на тоа дека целна група ни беа меѓу 18 - 24 години, најголемиот дел од испитаниците се токму од таа возрасна група и влегуваат со 72.2% (52 испитаници) од вкупните испитаници. Следна најголема група е 25 - 34 години и таа група влегува со 16.7% (12 испитаници) од вкупните испитаници. Над 35 години влегуваат со 11.1% од вкупните испитаници, односно само 8 испитаници. Ниту еден од испитаниците не влегува во групата под 18 години.

Ваквите резултати беа очекувани, бидејќи анкетата ја споделивме меѓу наши врстници на ФИНКИ, а и до отворени online форуми каде што повеќе имаат присуство луѓе меѓу 18 - 24 години.

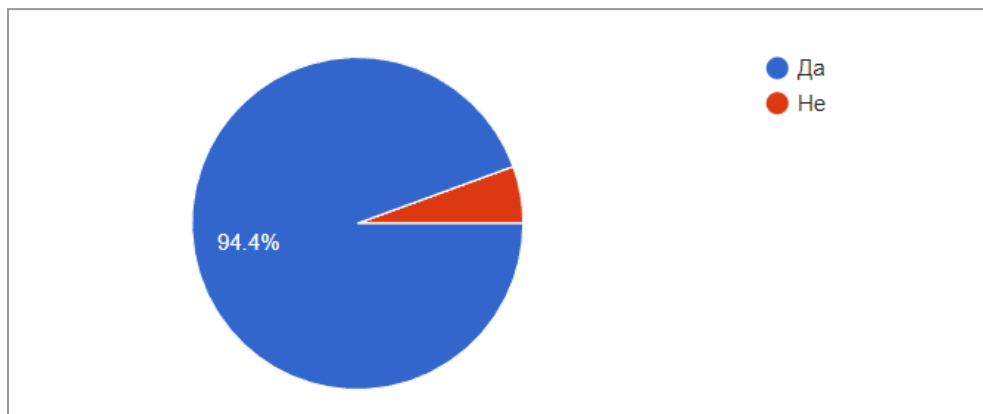
Прашање број 3: Степен на образование



Графикон 3: Демографска анализа - степен на образование на испитаниците

Бидејќи најголемиот дел од нашите испитаници се на возраст од 18-24 години, очекувано е највисокото ниво на завршено образование да виде средното образование. Тоа влегува со 69.4%, односно тоа се 50 испитаници. Второ по застапеност е високо образованието и изнесува 25%, односно 18 испитаници. Магистри се само 2.8% од нашите испитаници, поточно 2 испитаници, а докторат нема никој од нашите испитаници. Само 2.8% од испитаниците (2 испитаници) не се пронашле во ваквата поделба и избрале друго.

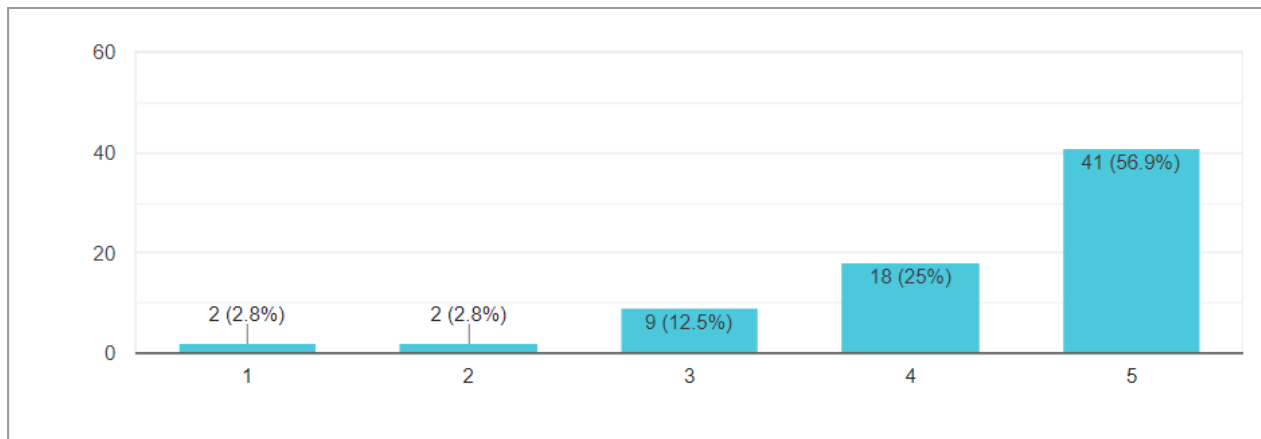
Прашање број 4: Дали се имате сретнато со поимот „Правила и услови на користење“ ?



Графикон 4: Анализа на познавање на темата која ја обработуваме

Од особено значење ни беше тоа дали нашите испитаници се запознаени со „Правила и услови на користење“. Анкетирањето покажа дека 94.4% од испитаниците (68 испитаници) се имаат сретнато со овој поим, додека пак останатите 5.6% (4 испитаници) до сега се немаат сретнато со поимот.

Прашање број 5: Колку често се согласувате со нив без да ги прочитате?



Графикон 5: Анализа на согласност без читање на Т&С

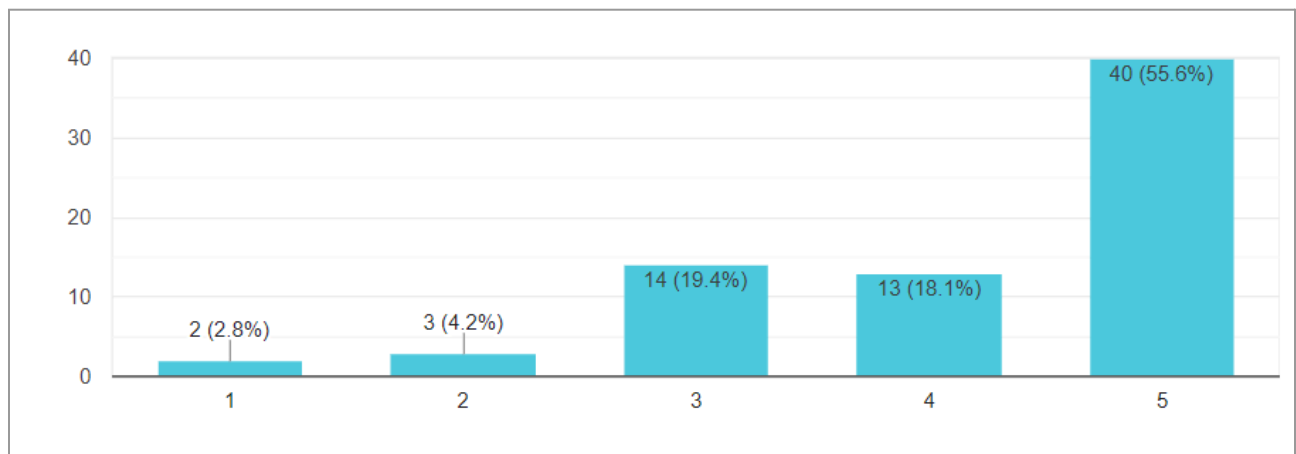
Контролното прашање кое гласи колку често СЕ согласувате без да прочитате. Како што беше напоменато погоре, оние кои на ова прашање и на прашањето со реден број 8 одговорија со ист степен, не ги зедевме во предвид.

Резултатите се прикажани како столбест дијаграм и ги покажуваат следните податоци:

- 1 (многу ретко): 2 лица (2.8%)
- 2 (ретко): 2 лица (2.8%)
- 3 (понекогаш): 9 лица (12.5%)
- 4 (често): 18 лица (25%)
- 5 (многу често): 41 лица (56.9%)

Од графиконот може да се заклучи дека голем дел од анкетираниите (56.9%) многу често се согласуваат со „Правила и услови на користење“ без да ги прочитаат. Само мал дел од анкетираниите ретко или многу ретко се согласуваат без читање, додека останатите спаѓаат некаде помеѓу.

Прашање број 6: Колку често се согласувате со нив без целосно да ви бидат јасни?



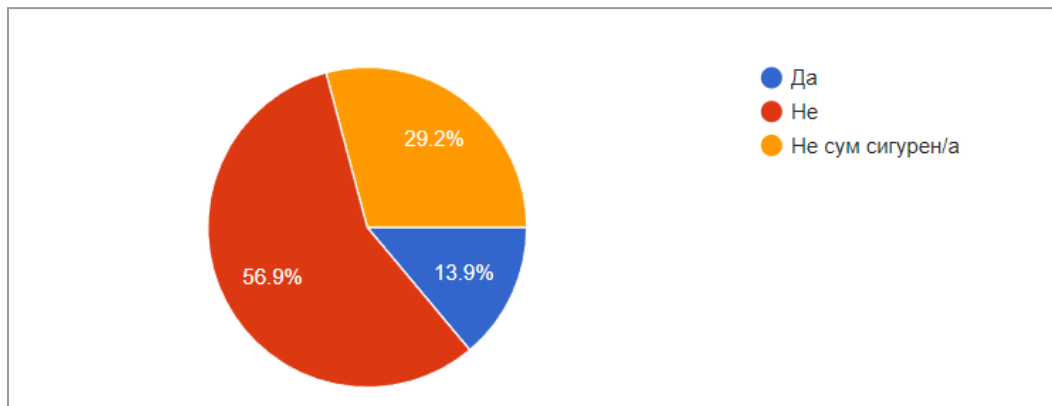
Графикон 6: Анализа на согласност без да бидат целосно јасни

Резултатите повторно се прикажани како столбест дијаграм и ги покажуваат следните податоци:

- 1 (многу ретко): 2 лица (2.8%)
- 2 (ретко): 3 лица (4.2%)
- 3 (понекогаш): 14 лица (19.4%)
- 4 (често): 13 лица (18.1%)
- 5 (многу често): 40 лица (55.6%)

Ситуацијата е речиси иста како за минатото прашање. Од графиконот може да се заклучи дека повеќето од анкетираниите (55.6%) многу често се согласуваат со „Правила и услови на користење“ без тие да им бидат целосно јасни. Само мал дел од анкетираниите ретко или многу ретко се согласуваат без тие да им бидат јасни, додека останатите се наоѓаат некаде измеѓу.

Прашање број 7: Дали мислите дека тие се напишани на лесно разбирлив начин?



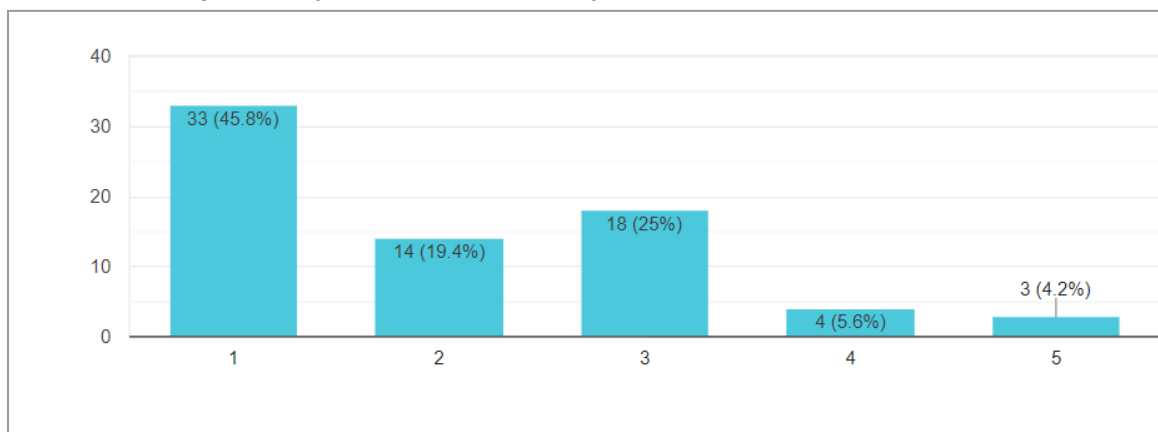
Графикон 7: Анализа на разбирливост на Т&С

56.9% од испитаниците сметаат дека правилата и условите за користење не се напишани на лесно разбирлив начин и одговориле со НЕ.

Не сум сигурен/а одговориле 29.2% од испитаниците, не се сигурни дали правилата и условите се разбирливи. 13.9% од испитаниците сметаат дека правилата и условите се напишани на лесно разбирлив начин и одговориле со ДА.

Графиконот покажува дека повеќе од половина од испитаниците сметаат дека Т&С не се лесно разбирливи, додека значителен дел не се сигурни во нивната разбирливост. Само мал процент од испитаниците сметаат дека Т&С се јасни и разбирливи.

Прашање број 8: Колку често не се согласувате со нив без да ги прочитате?



Графикон 8: Анализа на (не)согласност со Т&С без читање

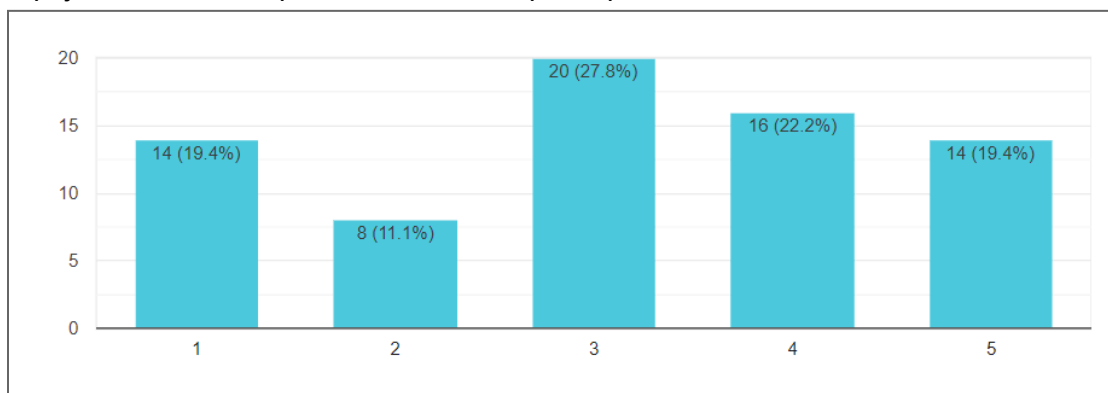
Контролното прашање кое гласи колку често НЕ се согласувате со нив без да ги прочитате. Од валидните одговори, може да се забележи спротивна слика отколку кај прашањето со колку се

согласувате, но заклучокот е ист.

Претставен е столбест график и ги претставува следните податоци:

- 1 (многу ретко) (45.8%) - 33 испитаници: Најголем дел од испитаниците многу често не се согласуваат со Т&С без да ги прочитаат.
- 2 (ретко) (19.4%) - 14 испитаници: Некој помал дел од испитаниците понекогаш не се согласуваат со Т&С без да ги прочитаат.
- 3 (понекогаш) (25%) - 18 испитаници: Значителен дел од испитаниците понекогаш не се согласуваат со Т&С без да ги прочитаат.
- 4 (често) (5.6%) - 4 испитаници: Многу мал дел од испитаниците ретко не се согласуваат со Т&С без да ги прочитаат.
- 5 (многу често) (4.2%) - 3 испитаници: Најмал дел од испитаниците никогаш не се согласуваат со Т&С без да ги прочитаат.

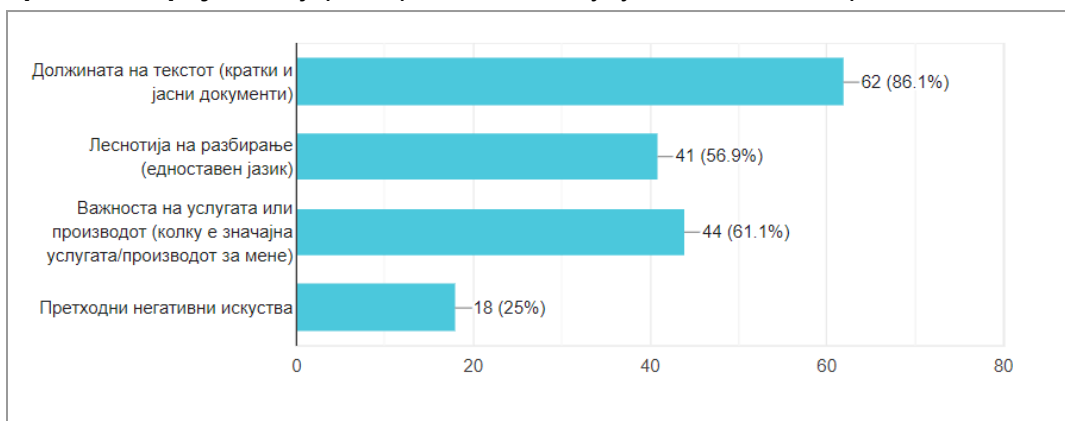
Прашање број 9: Ако правилата и условите се напишани на мојот мајчин јазик, поголема е веројатноста да ги прочитам, односно разберам.



Графикон 9: Анализа на разбирливост на Т&С на свој мајчин јазик

Со користење на Ликертовата скала, каде 1 е воопшто не се согласувам, а 5 е потполно се согласувам, испитаниците оценија колку подобро би разбрале доколку Т&С се напишани на својот мајчин јазик. Овој графикон покажува дека најголем дел од испитаниците (27.8%) имаат неутрален став кон ова прашање, но голем процент од испитаниците (22.2% и 19.4%) се согласни или целосно согласни дека ако правилата и условите се на нивниот мајчин јазик, тогаш веројатноста да ги прочитаат и разберат е поголема. Сепак, има и значителен дел (19.4%) кои целосно не се согласуваат со оваа изјава.

Прашање број 10: Кој фактор за вас е одлучувачки за да ги прочитате?

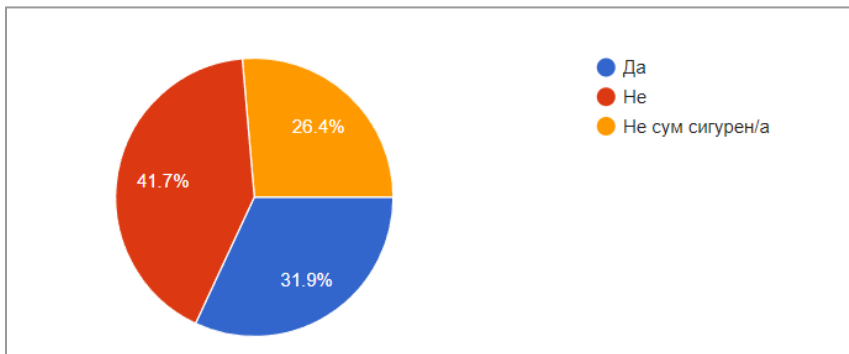


Графикон 10: Анализа на одлучувачки фактори за читање Т&С

- Должината на текстот (кратки и јасни документи): Овој фактор е најважен за 62 испитаници, што претставува 86.1% од вкупниот број.
- Леснотија на разбирање (едноставен јазик): Овој фактор е важен за 41 испитаник, што претставува 56.9% од вкупниот број.
- Важноста на услугата или производот (колку е значајна услугата/производот за мене): Овој фактор е важен за 44 испитаници, што претставува 61.1% од вкупниот број.
- Претходни негативни искуства: Овој фактор е важен за 18 испитаници, што претставува 25% од вкупниот број.

Според графиконот, најголем дел од испитаниците ги читаат условите и правилата на користење доколку текстот е краток и јасен. Леснотијата на разбирање и важноста на услугата или производот исто така играат значајна улога, додека претходните негативни искуства се најмалку важен фактор за испитаниците.

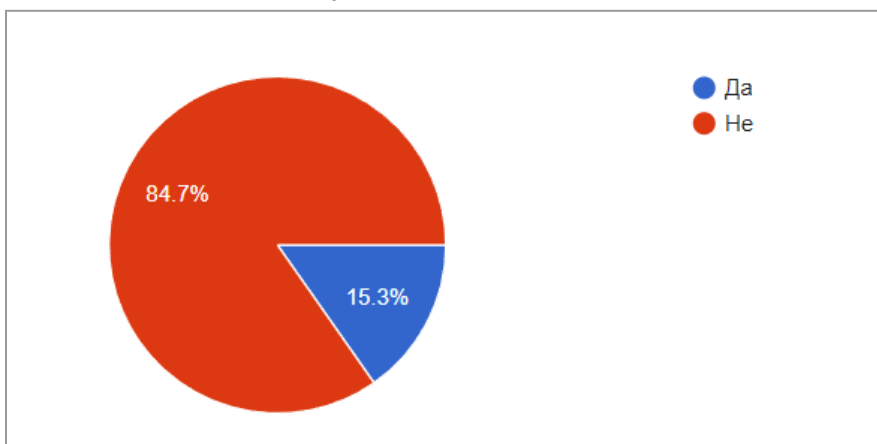
Прашање број 11: Дали некогаш сте ги одбиле бидејќи недоволно сте ги сфатиле?



Графикон 11: Анализа на одбивање Т&С поради нејасноти

Според графиконот, најголем дел од испитаниците не ги одбиле условите и правилата на користење поради нејасноти, но сепак има и значителен процент кои не се сигурни и кои ги одбиле.

Прашање број 12: Дали некогаш сте имале негативно искуство поради тоа што не сте ги прочитале Правилата и условите?



Графикон 12: Анализа на негативни искуства

Според графиконот, големо мнозинство од испитаниците (84.7%) никогаш немале негативно искуство поради непрочитани правила и услови, додека само мал дел од нив (15.3%) имале такво искуство.

7. Анализа на резултатите

	Дали се имате сретнато со поимот „Правила и услови на користење“ ?	
	Да	Не
Под 18 години	0	0
18 - 24 години	48	3
25 - 34 години	11	1
Над 35 години	9	0
Вкупно	68	4

Најголем број од испитаниците во групата од 18-24 години имаат сретнато со поимот "Правила и услови на користење", со 48 одговори "Да".

Само 3 испитаници во оваа група одговориле со "Не", што покажува дека младите во оваа возраст се најчесто информирани за овие поими.

Испитаниците од другите возрасни групи покажуваат значително помал интерес или свесност за поимот "Правила и услови на користење".

Вкупно, 68 испитаници имаат сретнато со овој поим, додека само 4 испитаници не го имаат сретнато.

Резултатите укажуваат дека помладата популација (18-24 години) е најсвесна за "Правила и услови на користење". Ова може да биде резултат на нивната честа употреба на дигитални услуги и апликации, каде овие поими се почести.

Возрасните групи над 25 години покажуваат помала свесност, што може да укажува на помала употреба на дигитални услуги или помала важност која ја придаваат на овие поими.

ANOVA: Single Factor						
SUMMARY						
Groups	Count	Sum	Average	Variance		
Column 1	2	0	0	0		
Column 2	2	51	25.5	1012.5		
Column 3	2	12	6	50		
Column 4	2	9	4.5	40.5		
ANOVA						
Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	765	3	255	0.924751	0.505802	6.591382
Within Groups	1103	4	275.75			
Total	1868	7				

ANOVA Анализата покажува дека $P\text{-value} > 0.5$ што значи дека нултата хипотезата се прифаќа и тие две се независни

	Ги одбиле бидејќи недоволно ги сфатиле		
	Да	Не	Не сум сигурен/а
Женски	17	13	4
Машки	6	17	15
Вкупно	23	30	19

Повеќе жени (17) одговориле дека ги одбиле условите бидејќи не ги сфатиле, додека само 13 мажи го сториле истото.

Повеќето мажи (17) одговориле со "Не", односно дека не ги одбиле условите поради неразбирање. Голем број од машките испитаници (15) не биле сигурни дали ги одбиле условите или не.

Поголемиот број на женски испитаници кои ги одбиле условите може да укажува на поголема внимателност при читање на "Правила и услови на користење", но и на поголемата комплексност на овие поими која може да доведе до неразбирање.

Машките испитаници имаат помалку случаи на одбивање поради неразбирање, што може да укажува на различен пристап кон овие поими или различно ниво на разбирање.

Anova: Single Factor						
SUMMARY						
Groups	Count	Sum	Average	Variance		
Column 1	2	23	11.5	60.5		
Column 2	2	30	15	8		
ANOVA						
Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	12.25	1	12.25	0.357664	0.61051	18.51282
Within Groups	68.5	2	34.25			
Total	80.75	3				

ANOVA Анализата покажува дека $P\text{-value} > 0.5$ што значи дека нултата хипотезата се прифаќа и тие две се независни

	Имале негативно искуство со „Правила и услови за користење“	
	Да	Не
Женски	3	31
Машки	8	30
Вкупно	11	61

Само 3 женски испитаници одговориле дека имале негативно искуство со "Правила и услови за користење", додека 31 одговориле дека не имале.

Кај машките испитаници, 8 одговориле со "Да", додека 30 одговориле со "Не".

Вкупно, само 10 испитаници имале негативно искуство, додека 63 не имале такво искуство.

Многу мал процент од испитаниците имале негативно искуство со "Правила и услови за користење", што може да укажува дека овие поими не предизвикуваат значителни проблеми за корисниците.

Женските испитаници имаат значително помалку негативни искуства од машките, што може да укажува на различни очекувања или различен начин на користење на услугите.

Anova: Single Factor						
SUMMARY						
Groups	Count	Sum	Average	Variance		
Column 1	2	38	19	242		
Column 2	2	34	17	392		
ANOVA						
Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	4	1	4	0.012618	0.920819	18.51282
Within Groups	634	2	317			
Total	638	3				

ANOVA Анализата покажува дека $P\text{-value} > 0.5$ што значи дека нултата хипотезата се прифаќа и тие две се независни

8. План на активности

Резултатите од анкетата ни покажаа дека мнозинството луѓе не ги читаат правилата и условите за користење. Ова беше клучен податок кој ја потврди потребата од промена и ја оправда нашата петиција и промотивни активности. Сите наши активности беа насочени кон подигнување на свеста и поттикнување на промена, што беше директен одговор на проблемите идентификувани преку анкетата. Информација за проектот до заедницата ќе ја пренесеме преку социјалните мрежи, авторитетни блогови, лепење информативни флаери и слично. Ваквите активности ќе допрат до заедницата со тоа што ќе има континуирана објава на активности кои се лесно пристапливи за сите, дискусии и коментари во реално време со цел секој да се чувствува вклучен. Влијанието на проектот ќе го оцениме спрочед гласачите на анкетата, колку луѓе се вклучиле во петицијата и истата ја споделиле и потпишале, според прегледи на објавени статии и ангажман на социјалните мрежи. Во продолжение се дадени активностите, потребата од тие активности и нивната приказна:

- **Анкета**

Потреба: За да ги разбереме навиките и ставовите на луѓето кога се соочуваат со правилата и условите за користење.

Приказна: Анкетата беше првиот чекор во нашиот проект. Таа ни овозможи да добиеме увид во тоа колку луѓе навистина ги читаат и разбираат овие документи. Резултатите ни покажаа дека мнозинството ги игнорира правилата и условите, што беше сигнал за потребата од промена.

- **Петиција**

Потреба: Да се поттикнат компаниите да креираат пократки и појасни правила и услови за користење.

Приказна: Создадовме петиција која ја споделивме на социјалните мрежи и преку QR кодови во Скопје. Петицијата собра значителен број на потписи, што покажа дека многу луѓе ја поддржуваат нашата иницијатива.

- **Лепење QR кодови**

Потреба: Да се обезбеди лесен пристап до петицијата и да се поттикнат луѓето да се приклучат на нашата иницијатива.

Приказна: Во центарот на Скопје, на најпрометните места, поставивме постери со QR кодови. Оваа акција ни помогна да допреме до поширока публика и да ги поттикнеме луѓето да ја поддржат нашата кауза.

- **Промоција на социјалните мрежи**

Потреба: Да се прошири свесноста за проектот и да се привлече поголема публика.

Приказна: Преку објави на социјалните мрежи и учество во онлајн дискусии, успеавме да ја подигнеме свеста за нашиот проект и да привлечеме поддршка од заедницата.

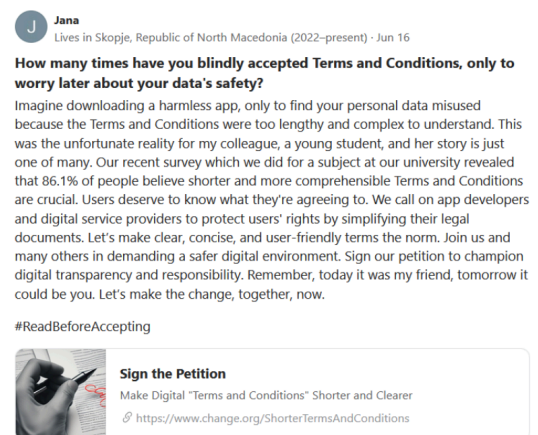
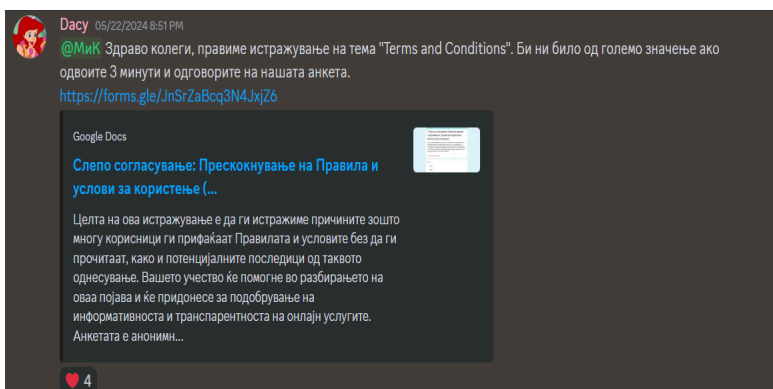
- **Објава во медиуми**

Потреба: Да се допре до поширока публика и да се подигне свеста за проектот преку авторитетни медиуми.

Приказна: Се обравивме до популарниот портал факултети.мк и побаравме да го објават нашиот проект. Со оваа објава, успеавме да ја подигнеме свеста за нашата иницијатива меѓу студентите и академската заедница.

9. Активности

Според планот, најпрво започнавме со ширење на идејата преку прашалник, каде добивме доста реакции и одговори. Анкетата ја споделивме на повеќе социјални мрежи, вклучувајќи на Discord каналот на студенти од ФИНКИ, вибер групи за студенти на ФИНКИ и слично. По бројните реакции и одговори, решивме да го направиме следниот чекор, а тоа за нас значеше осмислување и потпишување на петиција која гласи: Make Digital “Terms and Conditions” Shorter and Clearer. На следните слики се прикажани нашите напори да допреме до што повеќе луѓе и да ги натераме да размислуваат критички:

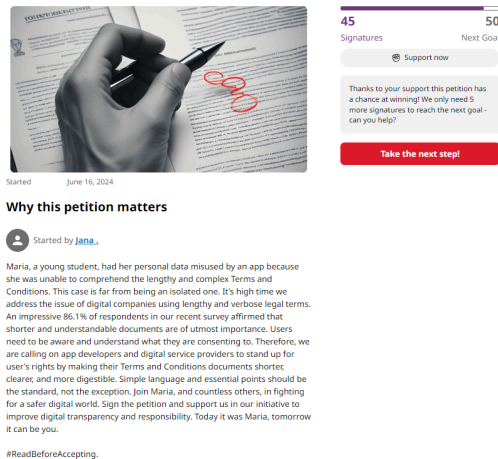


Слика 1: Остварено влијание на социјални мрежи

Со цел да го привлечеме вниманието на јавноста и да создадеме конкретна промена, одлучивме да пуштиме петиција на една од популарните платформи за собирање потписи. Ја напишавме

петицијата со јасна и силна порака, опишувајќи ја важноста на проблемот и зошто е неопходна промена. Петицијата започна со конкретен пример – приказната на Марија – која беше жртва на злоупотреба на нејзините лични податоци поради долги и комплицирани услови за користење. Кога петицијата беше пуштена, ние почнавме активно да ја промовираме. Секој од нас ја сподели петицијата на своите социјални мрежи и ги замоли своите пријатели и познаници да го направат истото. Споделената петиција, како и приказната на Марија е дадена во продолжение:

Make Digital "Terms and Conditions" Shorter and Clearer



Started June 16, 2024

Why this petition matters

Started by [Jana](#).

Maria, a young student, had her personal data misused by an app because she was unable to comprehend the lengthy and complex Terms and Conditions. This case is far from being an isolated one. It's high time we address the issue of digital companies using lengthy and verbose legal terms. An impressive 86.1% of respondents in our recent survey affirmed that shorter and understandable documents are of utmost importance. Users need to be aware and understand what they are consenting to. Therefore, we are calling on app developers and digital service providers to stand up for user's rights by making their Terms and Conditions documents shorter, clearer, and more digestible. Simple language and essential points should be the standard, not the exception. Join Maria, and countless others, in fighting for a safer digital world. Sign the petition and support us in our initiative to improve digital transparency and responsibility. Today it was Maria, tomorrow it can be you.

#ReadBeforeAccepting.

Слика 2: Петиција на Change.org

Кога станува збор за промоција на проектот и активностите поврзани со истиот, ние тоа го сторивме и на малку потрадиционален начин. Решивме потписите на дигиталната анкета да ги добиеме преку оставање флаери со QR код до петицијата во главниот и најпрометен град на Македонија - Скопје. Првата станица беа универзитетите. Студентите со љубопитност ги прифаќаа флаерите, некои веднаш ги скенираа QR кодовите, додека други беа малку скептични, но ветива дека тоа ќе го сторат подоцна. Понатаму, продолживме да оставаме флаери на секоја огласна табла која ќе ја сретнеме. Оваа акција, и покрај физичкиот напор, покажа дека упорноста и директната интеракција со заедницата можат да донесат значајни резултати. Оставањето флаери низ Скопје беше не само успешна кампања, туку и доказ дека со заеднички напори и посветеност можеме да постигнеме големи промени. Во продолжение, прикажани се слики од флаерите и нивните позиции во градот Скопје:



Слика 3: Активност - флаери низ Скопје

10. Остварено влијание



Студентски проект од ФИНКИ: Слепо согласување: Прескокнување на правила и услови за користење

25.06.2024 Категорија: Образование

Јана Ангелоска, Драгана Усовиќ, Ана Чачарска и Андреј Бубевски, студенти на ФИНКИ, го реализираа проектот „Слепо согласување: Прескокнување на правила и услови за користење (Terms and Conditions)“, по предметот Медиуми и комуникации.

Целта на проектот е да го истражи феноменот на прифаќање на овие правила без да се читаат и да ги разбере последиците што можат да произлезат од таквото дејствие. Во дигиталната ера, каде што нашите лични информации, приватност и права се од витално значење, оваа пракса може да има сериозни последици.

Истражувањето покажа дека оваа практика е многу честа, особено кај младите луѓе на возраст од 18 до 24 години. Повеќето испитаници се согласуваат со правилата без да ги разберат целосно, што доведува до потенцијални ризици и проблеми.

Во продолжение може да го видите целото истражување:

[Слепо согласување: Прескокнување на Правила и услови за користење](#)

Слика 4: Остварено влијание на fakulteti.mk

На сликата е прикажана објава на порталот Факултети.мк, во која се презентира нашиот проект. Факултети.мк ја објавија нашата работа на 25 јуни 2024 година, нагласувајќи ја важноста на истражувањето и неговото влијание врз јавната свест за дигиталната писменост и заштитата на личните податоци. Со објавувањето на овој проект, Факултети.мк ја потенцираа значајноста на свесното и информирано прифаќање на дигиталните договори, особено во ера кога приватноста и безбедноста на личните информации се од клучно значење. Им благодариме за укажаната можност и се надеваме на понатамошна соработка за слични проекти.

Линк до објавата:

<https://www.fakulteti.mk/news/25062024/studentski-proekt-od-finki-slepo-soglasuvanje-preskoknuvanje-na-pravila-i-uslovi-za-koristenje>

11. Заклучок

Проектот „Слепо согласување: Прескокнување на Правила и услови за користење“ успешно го истражи феноменот на слепо прифаќање на „Правила и услови за користење“ без нивно читање. Истражувањето покажа дека оваа практика е многу честа, особено кај младите луѓе на возраст од 18 до 24 години. Повеќето испитаници се согласуваат со правилата без да ги разберат целосно, што доведува до потенцијални ризици и проблеми. Проектот ја потврди потребата од поедноставување и појаснување на овие документи за да се зголеми свеста и разбирањето кај корисниците. Со подигнување на свеста и едукација за важноста на внимателното читање на „Правила и услови“, проектот придонесе кон поголема информираност и заштита на дигиталните права на корисниците.