

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA UPRAVO**

**Magistrsko delo**

**ZASEBNO NA SPLETNIH SOCIALNIH  
OMREŽJIH**

**Nežka Udovč**

**Ljubljana, februar 2013**



**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA UPRAVO**

MAGISTRSKO DELO

**ZASEBNO NA SPLETNIH SOCIALNIH OMREŽJIH**

Kandidatka:	Nežka Udovč
Vpisna številka:	04037998
Študijski program:	magistrski študijski program Uprava druga stopnja
Mentor:	izr. prof. dr. Ljupčo Todorovski

Ljubljana, februar 2013



## **IZJAVA O AVTORSTVU MAGISTRSKEGA DELA**

Podpisana Nežka Udovč, študentka magistrskega študijskega programa Uprava II. stopnja, z vpisno številko 04037998, sem avtorica magistrskega dela z naslovom: Zasebno na socialnem omrežju.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela,
- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili,
- sem poskrbela, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili,
- sem pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo, in sem to tudi jasno zapisala v predloženem delu,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerimi so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Ur. list RS, št. 21/95), kršitev pa se sankcionira tudi z ukrepi po pravilih Univerze v Ljubljani in Fakultete za upravo,
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za upravo,
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko magistrskega dela in soglašam z objavo dela v zbirki »Dela FU«.

Magistrsko delo je lektorirala: Ksenija Pečnik, prof. slov. jezika.

Ljubljana, december 2012

Podpis avtorice:



## POVZETEK

Spletna socialna omrežja so danes nepogrešljivo sredstvo pri tvorjenju socialnih stikov v virtualnem prostoru. Družabna omrežja uporabnikom omogočajo vzpostavitev socialne mreže prijateljev, komunikacijo, objavo fotografij in posnetkov, dodajanje povezav, objavo komentarjev itd., s čimer posameznikom omogočajo vpogled v zasebnost ostalih članov socialnega omrežja.

S članstvom v socialnem omrežju se uporabnik (zavestno ali nezavedno) odpove delu svoje zasebnosti z razkrivanjem osebnih podatkov.

Socialna omrežja uporabnikom nudijo orodja, s pomočjo katerih lahko ščitijo svojo zasebnost pred ostalimi uporabniki, vendar je njihova uporaba v domeni posameznega člana. Grožnja varstvu zasebnosti predstavljajo upravitelj socialnega omrežja (prodaja podatkov v marketinške namene), prijatelj na Facebooku, vdori v profil posameznika itd.

V nalogi so predstavljeni pojmi zasebnost, osebni podatek in platforma Facebook. Predstavljena so orodja za zaščito zasebnosti z analizo ankete o uporabi nastavitve zasebnosti in zavedanju posameznika o razkrivanju osebnih podatkov.

Statistična obdelava anketnih vprašalnikov razkriva, da so se uporabniki socialnemu omrežju Facebook v večini pridružili zaradi spremljanja in ohranjanja prijateljstva. Vprašani na svojem profilu najpogosteje javno objavijo resničen podatek o osebnem imenu in sliki, na osnovi katere je posameznika mogoče identificirati in s čimer močno ogrožajo svojo zasebnost. Uporabniki Facebooka bolj verjamejo, da je platforma oblikovana za lažjo komunikacijo kot za zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov v marketinške namene. Raziskava je pokazala, da tisti, ki internet uporabljajo v glavnem zaradi prisotnosti na Facebooku, v manjši meri razkrivajo osebne podatke kot tisti, ki internet uporabljajo v drug namen.

**Ključne besede:** spletna socialna omrežja, Facebook, zasebnost, osebni podatki, nastavitve zasebnosti.

# SUMMARY

## PRIVATE ON SOCIAL NETWORK SITES

Nowadays, social networks are an indispensable tool when it comes to creating virtual social interactions. Social networks allow users to establish a social network of friends, communicate, post photos and videos, add links and post comments, which allows individuals to access the privacy of other social network members.

By joining the social network and revealing personal information, users are consciously or unconsciously giving up a part of their privacy.

Social networks provide tools to protect the user's privacy from other users, but their use is in the domain of each individual member. A threat to privacy is represented by a social network manager (sales data for marketing purposes), a friend on Facebook, hacking into an individual's profile etc.

Throughout this thesis the concepts of privacy, personal data and Facebook platform are presented. Based on the analysis of the data obtained by a survey on the use of privacy settings and individual awareness of disclosing personal data, the tools for privacy protection are also presented.

The statistical analysis of the questionnaires reveals that the majority of Facebook users joined this social network to monitor and maintain friendships. Respondents usually reveal their real personal name and post an image from which they can be identified, causing their privacy to be threatened. Facebook users believe that the platform is designed to facilitate communication and not to collect, process and transmit the data for marketing purposes. People, who use the internet mostly just to be present on Facebook, do not reveal as much personal data as those, who mostly use the internet for other purposes.

**Keywords:** social network sites, Facebook, privacy, personal data, privacy settings.



# KAZALO

IZJAVA O AVTORSTVU MAGISTRSKEGA DELA.....	iii
POVZETEK.....	v
SUMMARY.....	vi
KAZALO.....	vii
KAZALO PONAZORITEV.....	ix
KAZALO GRAFIKONOV.....	IX
KAZALO SLIK.....	X
KAZALO TABEL.....	X
KAZALO PRILOG.....	X
SEZNAM UPORABLJENIH KRATIC.....	xi
1 UVOD.....	1
2 TEMELJNI POJMI.....	4
2.1 ZASEBNOST.....	4
2.1.1 PRAVICA DO ZASEBNOSTI.....	6
2.1.2 OSEBNI PODATEK.....	7
2.2 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA.....	9
2.2.1 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA.....	9
2.2.1.1 Prednosti spletnih socialnih omrežij.....	12
2.2.1.2 Slabosti spletnih socialnih omrežij.....	12
2.2.2 SPLETNO SOCIALNO OMREŽJE FACEBOOK.....	14
2.2.2.1 Osebni profil na Facebooku.....	16
2.2.2.2 Prijatelj v kontekstu Facebooka.....	16
2.2.2.3 Facebook platforma.....	16
2.2.2.4 Status.....	16
2.2.2.5 Zid.....	17
3 ZASEBNO NA FACEBOOKU.....	18
3.1 KAJ NAJPOGOSTEJE RAZKRIVAMO UPORABNIKI FACEBOOKA.....	18
3.2 KAJ OZ. KDO OGROŽA ZASEBNOST NA FACEBOOKU.....	19
3.2.1 FACEBOOK PRIJATELJI.....	20
3.2.2 UPRAVLJAVEC SPLETNEGA SOCIALNEGA OMREŽJA FACEBOOK.....	21
3.3 NASTAVITEV ZASEBNOSTI NA FACEBOOKU.....	23
3.3.1 NASTAVITEV ZASEBNOSTI ZA ZASEBNEJŠO RABO FACEBOOKA.....	24
4 EMPIRIČNA RAZISKAVA ODNOSA UPORABNIKOV FACEBOOKA DO ZASEBNOSTI.....	29
4.1 IZVEDBA EMPIRIČNE RAZISKAVE IN ODZIV.....	30
4.1.1 PREGLED OSNOVNIH PODATKOV.....	31
4.2 PREDSTAVITEV REZULTATOV.....	34
4.3 ANALIZA REZULTATOV IN PREVERJANJE HIPOTEZ.....	56
4.3.1 VPLIV SPOLA IN IZOBRAZBE NA POZNAVANJE MOŽNOSTI ZAŠČITE OSEBNIH PODATKOV.....	56

4.3.2	VPLIV POGOSTOSTI UPORABE RAČUNALNIKA IN INTERNETA NA POZNAVANJE MOŽNOSTI ZAŠČITE OSEBNIH PODATKOV .....	59
4.3.3	VPLIV NAMENA UPORABE INTERNETA NA UPORABNIKOVO POZNAVANJE MOŽNOSTI ZA ZAŠČITO OSEBNIH PODATKOV .....	64
4.4	RAZPRAVA.....	66
4.4.1	KOMENTAR LASTNE RAZISKAVE .....	66
4.4.2	PRIMERJAVA Z REZULTATI DRUGIH RAZISKAV .....	68
5	ZAKLJUČEK.....	71
	LITERATURA IN VIRI .....	74
	PRILOGE.....	79

# KAZALO PONAZORITEV

## KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Starostna struktura uporabnikov Facebooka v Sloveniji .....	15
Grafikon 2: Struktura anketirancev glede na starost .....	31
Grafikon 3: Struktura anketirancev glede na spol .....	32
Grafikon 4: Struktura anketirancev glede na zaključeno stopnjo izobrazbe.....	33
Grafikon 5: Struktura moških in žensk glede na zaključeno izobrazbo.....	33
Grafikon 6: Struktura anketirancev glede na spol in čas, ki ga porabijo v službi oz. šoli za delo z računalnikom.....	34
Grafikon 7: Primerjava uporabe računalnika v službi oz. šoli glede na dokončano stopnjo izobrazbe .....	35
Grafikon 8: Čas uporabe računalnika v službi oz. šoli glede na starost .....	35
Grafikon 9: Uporaba računalnika doma glede na čas (1 do 3 ure) in starost.....	36
Grafikon 10: Povprečna dnevna uporaba Facebooka glede na spol.....	36
Grafikon 11: Dnevna povprečna uporaba Facebooka glede na starost .....	37
Grafikon 12: Glavni razlog, zakaj se je anketirani odločil za uporabo Facebooka, v odstotkih glede na spol .....	38
Grafikon 13: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) vsem, glede na spol.....	39
Grafikon 14: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) vsem, glede na starost (18 do 23 let in 24 do 29 let).....	40
Grafikon 15: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) vsem, glede na starost (30 do 35 let in 36 do 41 let).....	41
Grafikon 16: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) samo prijateljem, glede na spol .....	41
Grafikon 17: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) samo prijateljem, glede na izobrazbo .....	42
Grafikon 18: Uporaba dveh ali več različnih Facebook profilov glede na spol.....	43
Grafikon 19: Uporaba dveh ali več različnih Facebook profilov glede na starost.....	43
Grafikon 20: Označba skupin »prijateljev« na Facebooku glede na izobrazbo.....	44
Grafikon 21: Označba skupin »prijateljev« na Facebooku glede na starost.....	45
Grafikon 22: Prevladujoča skupina »prijateljev« .....	45
Grafikon 23: Ali ste pred vzpostavitvijo/uporabo Facebooka prebrali splošne pogoje (glede na spol)? .....	46
Grafikon 24: Ali ste pred vzpostavitvijo/uporabo Facebooka prebrali splošne pogoje (glede na starost)? .....	46
Grafikon 25: Povprečna ocena strinjanja s trditvijo glede na spol.....	47
Grafikon 26: Povprečna ocena strinjanja s trditvijo glede na spol.....	48
Grafikon 27: Povprečna ocena strinjanja s trditvijo glede na starost.....	49
Grafikon 28: Povprečna ocena strinjanja s trditvijo glede na starost.....	50

Grafikon 29: Varstvo zasebnosti na FB – moški .....	51
Grafikon 30: Varstvo zasebnosti na FB – ženske .....	52
Grafikon 31: Glavni namen uporabe interneta (glede na spol).....	53
Grafikon 32: Glavni namen uporabe interneta (glede na starost).....	54
Grafikon 33: Sestavek elektronskega naslova iz imena in priimka glede na izobrazbo.....	55
Grafikon 34: Sestavek elektronskega naslova iz imena in priimka glede na starost.....	55
Grafikon 35: Skrb pri uporabi interneta glede na starost.....	56
Grafikon 36: Varstvo zasebnosti glede na spol.....	57
Grafikon 37: Varstvo zasebnosti glede na zaključeno izobraževanje.....	58
Grafikon 38: Povprečna ocena trditev glede na čas, ki ga uporabnik za računalnikom preživi v službi oz. šoli.....	59
Grafikon 39: Povprečna ocena trditev glede na čas, ki ga uporabnik prebije za računalnikom doma .....	62
Grafikon 40: Anketiranci, ki internet najpogosteje uporabljajo za prisotnost na Facebooku, v povezavi z razkrivanjem osebnih podatkov .....	65
Grafikon 41: Statistično značilne razlike med anketiranci, ki internet najpogosteje uprabljajo za prisotnost na FB, v povezavi z razkrivanjem osebnih podatkov .....	66

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Časovna premica razvoja spletnih socialnih omrežij.....	11
Slika 2: Nastavitve zasebnosti za oglase, aplikacije in spletne strani .....	25
Slika 3: Omejitev dostopa do informacij za aplikacije .....	26
Slika 4: Možnosti za blokiranje .....	27
Slika 5: Odzivnost anketirancev v odstotkih v obdobju od 10. 7. 2011 .....	31

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Ocena trditev v povezavi z varovanjem zasebnosti na Facebooku .....	60
Tabela 2: Ocena trditev v povezavi z varovanjem zasebnosti na Facebooku .....	63
Tabela 3: Primerjava rezultatov drugih raziskav.....	68

## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Anketni vprašalnik.....	79
Priloga 2: Pregled dosedanjih raziskav.....	88

## **SEZNAM UPORABLJENIH KRATIC**

EU	Evropska unija
FB	Facebook
ZVOP-1	Zakon o varstvu osebnih podatkov



# 1 UVOD

Internet je interaktivni medij, ki omogoča globalno komuniciranje, in je eden glavnih dejavnikov, ki so sprožili globalizacijo, saj z informacijsko in komunikacijsko tehnologijo omogoča nastajanje svetovne družbe. Internet je decentraliziran medij in ni v lasti nobene organizacije.

V sklopu prvih storitev, ki jih je omogočal internet, je bila elektronska pošta – pošiljanje elektronskih sporočil, kar predstavlja poglaviten korak v pretoku informacij (posredovanje, zbiranje, obdelava informacij in nastajanje podatkovnih baz). Internet nam preko spleta omogoča dostop do podatkov, objave informacij, slik, komentarjev, tvorjenje blogov in dostop do spletnih socialnih omrežij, ki so novejši »trend« oblike povezovanja in komuniciranja ljudi v določenem omrežju glede na tip informacij, ki mu določeno socialno omrežje daje prednost (poslovno povezovanje je v domeni LinkedIn, romantična razmerja lahko »iščete« na socialnem omrežju Friendster, kratke zapise (bloge) lahko ustvarjate preko Twitterja itd.).

Spletna socialna oziroma družabna omrežja so platforme, aplikacije, spletne storitve, ki posamezniku omogočajo kreiranje osebnega profila, preko katerega znotraj spletnega socialnega omrežja dostopa do profilov svojih prijateljev. Preko socialnega omrežja je mogoče spoznavati nove ljudi, se promovirati, igrati igre z neznanci iz vsega sveta, biti del posebne skupine s skupnimi interesi. Ljudje na ta način čutijo družbeno pripadnost, socializiranost, vključenost – navidezna brezkrbnost pa lahko ima tudi hujše posledice, ki se jih posamezniki včasih ne zavedamo ali si jih nismo pripravljene priznati. Z razkrivanje osebnih podatkov na spletnih socialnih omrežjih izpostavljammo svojo zasebnost.

Dejstvo je, da objava podatka na internetu pomeni posredovanje informacije v prostor, kjer je širjenje podatka ali informacije nekontrolirano; dostop do objave ima najpogosteje veliko število ljudi, podatek pa si lahko pridobi tudi tretja oseba in ga zlorabi. Pri tem je zlasti težko zaščititi podatek. Zlorabo podatka ali informacije pa prepoznamo šele, ko je škoda že storjena.

Današnja družba je osredotočena na medijsko izpostavljenost, samopromocijo in zadovoljitev občutka, da smo del nečesa večjega. Vse to spodbuja posameznike (zlasti najstnike), da nekontrolirano objavljajo svoje osebne podatke na internetu, pogosto celo popolnim neznancem. Posamezniki se premalo zavedamo, da so informacije, ki jih objavimo na internetu, lahko dostopne tretjim osebam oz. ponudniku spletnega socialnega omrežja. Čeprav ponudniki socialnih omrežji zagotavljajo varstvo zasebnosti uporabnika, še ni nujno, da niso sami tisti, ki zbirajo podatke o posamezniku v marketinške namene tretjih udeležencev.

Najboljša zaščita za preprečevanje zlorab zasebnosti so lastna preudarnost, kritičnost in razsodnost o tem, kateri podatki iz zasebnega življenja so lahko vidni vsem in kateri sodijo v zasebno sfero.

Besedilo naloge je osredotočeno na uporabnike Facebooka kot primer socialnega omrežja, ki ima največ članov v svetovnem merilu. Študije Gross in Acquisti v Matheson (2009); Fogel in Nehmad (2008, str. 156) ter Nosko in dr. (2010, str. 409) kažejo na to, da uporabniki razkrivajo svoje osebne podatke ali podatke, s pomočjo katerih jih je mogoče identificirati, kar predstavlja grožnjo zasebnosti. Fogel in Nehmed navajata, da uporabniki na spletnem socialnem omrežju objavljajo profilno sliko in navajajo resnično ime v več kot 80% deležu. Nosko in dr., Gross in Acquisti prav tako beležita več kot 80% delež vprašanih, ki na spletnem socialnem omrežju navajajo rojstne podatke. Objava rojstnega podatka in osebnega imena razkriva natančno identiteto uporabnika spletnega socialnega omrežja in s tem večjo izpostavljenost zasebnosti.

Glavni namen mojega dela je ugotoviti ali uporabniki poznajo orodja za nastavitve zasebnosti v okviru spletnega socialnega omrežja in kakšen je profil uporabnikov, ki te nastavitve in orodja poznajo.

Predmet raziskovanja je zasebnost v smislu, katere osebne podatke ljudje objavljamo na socialnem omrežju, zavedanje uporabnikov o zasebnosti in katere možnosti uporabljamo za zaščito svoje zasebnosti, ki je na internetu zelo vprašljiva. V ta namen sem postavila tri glavne hipoteze:

1. Spol in stopnja izobrazbe uporabnika oziroma uporabnice socialnega omrežja Facebook pomembno vplivata na njegovo oz. njeno poznavanje možnosti zaščite osebnih podatkov.
2. Uporabniki, ki bolj pogosto uporabljajo računalnik in internet, bolje poznajo možnosti zaščite osebnih podatkov.
3. Namen uporabe interneta pomembno vpliva na uporabnikovo poznavanje možnosti za zaščito osebnih podatkov.

Glavna metoda za preverjanje hipotez je statistična analiza podatkov, ki sem jih pridobila na osnovi spletno objavljene ankete. Anketa je bila razvita na osnovi rezultatov pridobljenih po analizi anket, ki so jih izvedli Gross in Acquisti v Matheson (2009), Fogel in Nehmad (2008, str. 156), Nosko in dr. (2010, str. 409). Vprašanja o poznavanju nastavitve zasebnosti v okviru Facebooka sem oblikovala tako, da sem prevzela orodja, ki jih Facebook nudi za zaščito zasebnosti in jih pretvorila v vprašanje. Anketa je bila oblikovana s pomočjo Gmail orodja, ki omogoča pripravo aktivnega vprašalnika in v nadaljevanju zbiranje in obdelavo podatkov. Anketo so lahko izpolnili vsi uporabniki Facebooka, ne glede na starost, spol in druge kriterije. Vzorčni okvir je bil izdelan naknadno, glede na starost uporabnikov, ki sem jih razdelila v čim bolj primerljive razrede. Rezultate ankete sem analizirala s pomočjo deskriptivne statistike in programskega orodja SPSS. Anketni vprašalnik obsega pet vsebinskih sklopov



(demografski podatki, uporaba računalnika, uporaba socialnega omrežja Facebook, odnos do Facebooka v smislu objav in uporaba svetovnega spleta).

Cilj ankete je prepoznati navade uporabnikov (kaj objavljajo, katera orodja za varstvo zasebnosti uporabljajo in kakšen imajo odnos do Facebooka) in ugotovitev povezanosti med uporabo računalnika, interneta na varovanja zasebnosti. S pomočjo ankete je mogoče prepoznati skupine, ki so najslabše ozaveščene o nastavitvah zasebnosti v okviru Facebooka. Na osnovi rezultatov ankete se prepozna najšibkejša skupina uporabnikov Facebooka z vidika varovanja zasebnosti in objave podatkov, katero bi bilo smiselno ozavestiti o nujnosti zaščite zasebnosti in način za varstvo le-te.

V prvem poglavju magistrskega dela sem s pomočjo deskripcije opredelila osnovne pojme, ki so pomembni za razumevanje tematike besedila. Veliko pozornosti sem namenila pojmu zasebnosti, tako vsebinsko kot pravno (pravno varstvo zasebnosti), in razlagi tega, kaj razumemo kot osebni podatek. Pri tem sem si pomagala z metodo pregleda literature s področja zasebnosti na internetu in socialnih omrežij. Internet je ključen dejavnik pri vzpostavitvi socialnih omrežij, prav tako kot opredelitev storitev, ki jih Facebook nudi svojim uporabnikom.

Osrednji del naloge predstavlja poglavje o zasebnosti na Facebooku. V tem delu so povzeta nekatera mnenja avtorjev, ki se ukvarjajo s problematiko socialnih omrežij. Predstavljene so nevarnosti socialnih omrežij, kdo upravlja z njimi, kakšen je zajem osebnih podatkov in kako se posamezniki, ki uporabljamo spletno socialno omrežje, lahko pravno zavarujemo pred zlorabo naših podatkov. Drugo poglavje naloge je strukturirano tudi s pregledom obstoječih raziskav, ki se navezujejo na predstavitev rezultatov in empirične raziskave, česar sem se lotila z metodo pregleda literature in primerjalne analize.

Poglavje, v katerem predstavljam rezultate ankete, je strukturirano po vsebinskih sklopih. S pomočjo treh glavnih kriterijev – spol, starost in izobrazba predstavljam rezultate posameznih vprašanj, ki so bistvena za obravnavano tematiko. Poglavje se zaključuje z razpravo, v kateri so izpostavljeni rezultati lastne raziskave in nekateri razpoložljivi rezultati obstoječih študij. V zaključku so strnjena glavna dejstva.

## 2 TEMELJNI POJMI

Zaradi kompleksnosti nekaterih pojmov in za njihovo jasno razumevanje je smiselno razložiti in definirati nekatere ključne pojme, saj so osnovi element besedila. V nadaljevanju besedila bom zato obravnavala pojme zasebnost, pravica do zasebnosti, osebni podatek, internet in spletna socialna omrežja (osebni profil, prijatelj v kontekstu Facebooka, Facebook platforma, status, zid).

### 2.1 ZASEBNOST

»Zasebnost je nekaj, kar je naše, je naša lastnina in o svoji lastnini imamo pravico odločati le mi sami« (Odlazek, 2003).

Glavnina člankov, ki se navezujejo na zasebnost ali poskušajo to definirati, navaja definicijo zasebnosti iz leta 1890, ko sta odvetnika S. Warren in L. Brandies zasebnost definirala kot »the right of an individual to be alone« (Acquisti et al., 2007, str. ix) – »pravica posameznika biti sam«. Vendar pa »pravica do zasebnosti ni samo pravica posameznika, »da se ga pusti pri miru«, gre za temeljno osebnostno pravico, ki je neločljivo povezana s svobodo, avtonomijo, notranjo rastjo in svobodno voljo posameznika« (Klemenčič, 2001, str. 151).

»Ustavno sodišče je v eni od svojih odločitev človekovo zasebnost opredelilo kot 'v območju človekovega bivanja bolj ali manj sklenjeno celoto njegovih ravnanj in ukvarjanj, občutij in razmerij, za katero je značilno in konstitutivno, da si jo človek vzdržuje sam ali z najbližjimi, s katerimi je v intimni skupnosti, in da v njej biva z občutkom varnosti pred vdorom javnosti ali kogar koli nezaželenega'« (Odločba Ustavnega sodišča Republike Slovenije, U-I-25/95 z dne 27. 11. 1997 v Klemenčič, 2001, str. 151).

Za navedeni definiciji zasebnosti bi lahko rekli, da sta si precej podobni – obe opisujeta zasebnost predvsem v smislu realnega, fizičnega prostora.

»Novejše« definicije poudarjajo pomen zasebnosti z vidika posredovanja in razkrivanja podatkov tretjim osebam preko interneta in nadzor lastnika podatka nad podatki, ki jih objavlja. Alan Westin pravico do zasebnosti definira kot »pravico posameznika, skupine ali institucije, da same/-i nadzoruje/-jo, kdaj, kako in v kolikšni meri bodo podatki o njih posredovani drugim«<sup>1</sup> (Hough, 2009, str. 407). Precej podobno zasebnost definira tudi Simson Garfinkel: »Pravica ljudi, da nadzorujejo, katere podrobnosti o njih želijo zadržati zase in katere želijo deliti z ostalimi«<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> The claim of individuals, groups, or institutions to determine for themselves, when, how and to what extent information about them is communicated to others.

<sup>2</sup> The right of people to control what details about their lives stay inside their own houses and what leaks to the outside.

Med »nove« definicije zasebnosti vključujem tudi dikcijo, ki jo navaja Wikipedija: »Stanje, ko je posameznik sam in ni moten od ostalih, oz. lastnost, ki zagotavlja nadzor nad uporabo, zbiranjem in razširjanjem osebnih podatkov in informacij« (Wikipedija, 2011).

Slednje tri definicije pojma zasebnosti so pomembne in primerne z vidika obravnavane teme – zasebnosti na Facebooku kot platforme, ki je zasnovana za komunikacijo med »prijatelji«, zbiranje in posredovanje informacij, saj vse tri vključujejo tudi nadzor posameznika nad zbiranjem in posredovanjem osebnih podatkov drugim. Če je posameznik seznanjen, za kakšen namen se zbirajo njegovi osebni podatki, kdo jih zbira in za kakšen namen ter komu bodo posredovani, posameznik zagotovo bolj pazi, kaj bo objavjal na intranetu in ni lahkomišeln pri objavi osebnih podatkov, saj se zaveda možnosti zlorabe.

Zasebnost lahko delimo na več področij: zasebnost v prostoru, telesna zasebnost, komunikacijska in informacijska zasebnost – za potrebe magistrskega dela je smiselna obravnava komunikacijske in informacijske zasebnosti.

»Komunikacijsko zasebnost zagotavlja zasebnost pošte, telefonskih pogovorov in drugih oblik sporazumevanja. Informacijska zasebnost obravnava zbiranje in upravljanje z osebnimi podatki in jo poznamo tudi kot varovanje osebnih podatkov« (Wikipedija, 2011).

»Zasebnost je še vedno pogosto razumljena na enosmeren vzročno-posledičen način, kot da povečan nadzor nujno ogroža zasebnost. Navedeno drži, a prepogosto se spregleda, da so ravno povečane zahteve po zasebnosti in tega, da nas »pustijo pri miru«, tiste, ki generirajo več nadzora. Zahteva po več zasebnosti je hkrati zahteva po več nadzora« (Kovačič et al., 2010, str. 13).

S prihodom informacijske tehnologije se vse pogosteje poudarja pomembnost zasebnosti. Houghl v svoji raziskavi navaja, da mnogo Američanov meni, da je njihova zasebnost okrnjena in počasi izginja. Nesson (2001 v Hough, 2009, str. 406) opaža, da v preteklosti zaradi ne tako razvite tehnologije in pomanjkanja znanja o nadzoru zasebnost ta ni bila tako ogrožena.

Pred razvojem tehnologij je bilo zbiranje informacij utrujajoče, dolgotrajno in oteženo. Berman in Bruening (2001 v Hough, 2009, str. 406) opažata, da je sposobnost manipulacije podatkov preoblikovala ameriško gospodarstvo.

»Zasebnost je neizbežno težak koncept, ki ga ni lahko definirati, saj se nanaša na nekaj, kar je v bistvu subjektivno« (International Commission of Jurists v Lampe, 2004, str. 38). Z omenjenim si ne bomo mogli pomagati pri definiciji pojma zasebnosti, je pa pomembno, da se zavedamo kompleksnosti definicije zasebnosti.

Definicijo zasebnosti bom zaokrožila s citatom Gregorja Odlazka: »Zakoni, ki varujejo tradicionalne vrednote, so vezani na določeno ozemlje, hkrati pa se je izkazalo, da zakonodaja ne more omejiti pretoka informacij (podatkov in idej). Zasebnost je poleg logaritmičnega računalja, pisalnega stroja in črnih koz postala ena od žrtev 20. stoletja« (Odlazek, 2003).

### **2.1.1 PRAVICA DO ZASEBNOSTI**

Pravica do zasebnosti je človeku prirojena in jo instinktivno čuti; je neodtujljiva in absolutna pravica, kar pomeni, da jo posameznik lahko uveljavlja nasproti državi ter fizičnim in pravnim osebam.

Pravica do zasebnosti je varovana s 17. členom Mednarodnega pakta o državljanskih in političnih pravicah, ki zapoveduje:

1. Nikomur se ne sme nihče samovoljno ali nezakonito vmešavati v zasebno življenje, v družino, v stanovanje ali dopisovanje ali nezakonito napadati njegovo čast in ugled.
2. Vsakdo ima pravico do zakonskega varstva pred takim vmešavanjem ali pred takimi napadi.

Pravico do zasebnosti kot temeljno človekovo pravico, ki zagotavlja varstvo zasebnega in družinskega življenja posameznika ter varovanje njegove zasebnosti doma in v dopisovanju, štiti Evropska konvencija o človekovih pravicah v 8. členu:

1. Vsakdo ima pravico do spoštovanja njegovega zasebnega in družinskega življenja, doma in dopisovanja.
2. Javna oblast se ne sme vmešavati v izvrševanje te pravice, razen če je to določeno z zakonom in nujno v demokratični družbi zaradi državne varnosti, javne varnosti ali ekonomske blaginje države, da se prepreči nered ali kaznivo dejanje, da se zavaruje zdravje ali morala ali da se zavarujejo pravice in svoboščine drugih ljudi.

Znotraj Evropske unije zagotavljanje spoštovanja zasebnega in družinskega življenja ureja 7. člen Listine Evropske unije o temeljnih pravicah, ki določa: »Vsakdo ima pravico do spoštovanja svojega zasebnega in družinskega življenja, stanovanja ter komunikacij«.

Pravica do zasebnosti je pravica, ki je varovana z Ustavo Republike Slovenije; s področja obravnavane teme zasebnosti sta ključna člena 35 in 37 Ustave RS: »Zagotovljena je nedotakljivost človekove telesne in duševne celovitosti, njegove zasebnosti ter osebnostnih pravic« (35. člen Ustave RS) in »Zagotovljena je tajnost pisem in drugih občil. Samo zakon lahko predpiše, da se na osnovi odločbe sodišča za določen čas ne upošteva varstvo tajnosti pisem in drugih občil in nedotakljivost človekove zasebnosti, če je to nujno za uvedbo ali potek kazenskega postopka ali za varnost države« (37. člen Ustave RS).

Pojem zasebnosti in pravica do zasebnosti v času razvoja informacijske tehnologije pridobivata na svoji pomembnosti, pomenu, zavedanju in zaščiti. »Ne glede na vse, kar tehnologija omogoča, se moramo zavedati, da nam skoraj nobena naprava ali storitev ne more škoditi tako, kot škodimo sami sebi s svojo nepremišljenostjo in podcenjevanjem učinka razširjanja podatkov o sebi« (Pirc Musar in Burnik, 2011).

Z vidika obravnavane teme je pri pravici do zasebnosti treba izpostaviti še dva elementa: pričakovanje zasebnosti in upravičenost pričakovanja. Za poseg v zasebnost gre po konceptu pričakovanja zasebnosti, »ko je človek v »prostoru« oz. »odnosu« (lahko gre za virtualni prostor ali odnos), kjer upravičeno pričakuje, da ne bo neutemeljeno nadzorovan. Kar oseba zavestno izpostavi javnosti, pa čeprav doma, v računalniku ali pisarni, torej po konceptu pričakovanja zasebnosti ni predmet varstva. Kar skuša ohraniti kot zasebno, čeprav na javno dostopnem mestu (ali v odprtem globalnem računalniškem omrežju), pa je lahko predmet ustavnega varstva« (Klemenčič, 2001, str. 154). »Ko uporabnik objavi novico na spletnem profilu, lahko upravičeno in razumno pričakuje, da bo novica ostala zasebna. Posameznik sicer lahko omeji dostop do objavljenih podatkov, vendar socialna omrežja omogočajo (vašim) prijateljem in znancem, da o posamezniku (vas) objavljajo podatke, fotografije, posnetke in drugo, za kar vi ne želite, da bi jih sklop vseh vaših prijateljev videl« (Letnar Černič, 2011).

Spletna socialna omrežja delujejo na osnovi svojih članov, katerih osebni podatki so glavni kapital upravljavca. Člani se z vstopom v katero koli socialno omrežje odpovejo delčku svoje zasebnosti v zameno za povezovanje z ostalimi člani, »kukanje« v njihovo zasebnost, izmenjavo informacij, objavo slik itd. Večje zaupanje, kot ga socialno omrežje uživa, večje je zaupanje uporabnikov in posledično je več informacij, ki jih uporabniki izmenjujejo; zato je dober varnostni sistem socialnega omrežja ključen element njegovega uspeha. Treba se je zavedati, da je navkljub nekaterim zlorabam varovanje zasebnosti na spletnih socialnih omrežjih relativno visoko.

### **2.1.2 OSEBNI PODATEK**

»Osebni podatek – je kateri koli podatek, ki se nanaša na posameznika, ne glede na obliko, v kateri je izražen« (6. člen ZVOP-1).

Z vidika obravnavane teme je pomemben tudi 7. člen Zakona o varstvu osebnih podatkov (v nadaljevanju ZVOP-1), ki določa izjeme pri uporabi zakona in v prvi točki navaja, da se »ta zakon ne uporablja za obdelavo osebnih podatkov, ki jo izvajajo posamezniki izključno za osebno uporabo, družinsko življenje ali za druge domače potrebe« (7. člen ZVOP-1); omenjena določba je povzeta po Direktivi 95/46/ES, 12. točka. Pri tem je pomembna razsodba Sodišča Evropske unije, ki je v primeru Švedinje Bodil Linqvist razsodilo, da objava osebnih podatkov na internetu ne spada med izjeme pri uporabi tega zakona, tudi če naj bi šlo za obdelavo podatkov za osebno uporabo (Sodišče Evropske unije, Bodil Linqvist, 2003).

Listina Evropske unije o temeljnih pravicah v 8. členu zagotavlja varstvo osebnih podatkov:

1. Vsakdo ima pravico do varstva osebnih podatkov, ki se nanj nanašajo.
2. Osebni podatki se morajo obdelovati pošteno, za določene namene in na osnovi privolitve prizadete osebe ali na drugi legitimni osnovi, določeni z zakonom. Vsakdo ima pravico dostopa do podatkov, zbranih o njem, in pravico zahtevati, da se ti podatki popravijo.
3. Spoštovanje teh pravil nadzira neodvisen organ.

Varstvo osebnih podatkov opredeljuje 17. člen Direktive 95/46/ES, ki v prvem odstavku določa, »da mora upravljavec izvajati ustrezne tehnične in organizacijske ukrepe za zavarovanje osebnih podatkov pred slučajnim ali nezakonitim uničenjem ali slučajno izgubo, predelavo, nepooblaščenim posredovanjem ali dostopom, predvsem kadar obdelava vključuje prenos podatkov po omrežju, ter proti vsem drugim nezakonitim oblikam obdelave«.

Varstvo osebnih podatkov je opredeljeno v 38. členu Ustave Republike Slovenije, ki določa: »Zagotovljeno je varstvo osebnih podatkov. Prepovedana je uporaba osebnih podatkov v nasprotju z namenom njihovega zbiranja. Zbiranje, obdelovanje, namen uporabe, nadzor in varstvo tajnosti osebnih podatkov določa zakon. Vsakdo ima pravico seznaniti se z zbranimi osebnimi podatki, ki se nanašajo nanj, in pravico do sodnega varstva ob njihovi zlorabi«.

Po določbah zakonodaje Republike Slovenije »se osebni podatki lahko shranjujejo le toliko časa, dokler je to potrebno za doseg namena, zaradi katerega so se zbrali in nadalje obdelovali. Po izpolnitvi namena obdelave se osebni podatki zbršejo, uničijo, blokirajo ali anonimizirajo« (Smernice za razvoj informacijskih rešitev, 2010, str. 13).

Posebno poročilo Evrobarometra, ki se je osredotočilo na varstvo osebnih podatkov, razkriva, da »trije od štirih evropskih državljanov sprejemajo razkrivanje osebnih podatkov kot nekaj vsakdanjega, vendar pa jih skrbi, kako podjetja, vključno s spletnimi iskalniki in socialnimi omrežji, te podatke uporabljajo. Raziskava je med drugim pokazala, da 62 % ljudi v EU razkriva le najnujnejše zahtevane podatke, da bi zavarovali svojo identiteto, medtem ko jih 75 % želi imeti možnost, da lahko osebne podatke na spletu kadar koli izbrišejo« (Evrobarometer, 2011).

Priljubljenost spletnih socialnih omrežij zahteva še večjo previdnost nad razširjanjem osebnih podatkov in s tem oženjem zasebnosti. »Bolj ko lahko sami vplivamo na razširjanje naših osebnih podatkov, bolj je življenje v naši družbi bližje skupnosti enakopravnih posameznikov. To je tudi razlog, da spletna socialna omrežja ne ogrožajo avtomatično zasebnosti njihovih uporabnikov« (Kovačič et al., 2010, str. 7).

## 2.2 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA

Spletna socialna omrežja (angl. *social network sites* – SNS) so se razvila na osnovi obstoja interneta oz. medmrežja, ki »je v splošnem smislu računalniško omrežje, ki povezuje več omrežij« (Wikipedija, 2012a).

Medmrežje je fizično neoprijemljiv prostor, ki nima teritorialne razmejitve. Internet je družbi omogočil globalno komuniciranje – velik pretok informacij, »manjšanje« sveta in kulturnih razlik. Internet zaradi decentralizirane strukture nima osrednjega nadzornega mehanizma, skozi katerega bi potekal informacijski promet po omrežju.

Po definiciji pojma je internet:

- svetovno omrežje računalniških mrež, priključenih z uporabo protokola TCP/IP, ki se je razvilo v poznih šestdesetih letih iz ameriškega vojaškega sistema Arpanet. Imenujemo ga tudi omrežje omrežij, ki je sestavljeno iz več kot 55.000 omrežij, v katerih je več kot 5 milijonov računalnikov v skoraj 150 državah sveta. V omrežju so dostopne različne zvrsti informacij, od komercialnih, akademskih do državnih in osebnih (Šalamon, 1998, str. 46);
- globalna mreža medsebojno povezanih računalnikov, ki se sporazumevajo po telekomunikacijskih omrežjih, npr. telefonskem, satelitskem, kabelskem; ta določajo hitrost prenosa podatkov. Omogoča različne načine komuniciranja, npr. elektronsko pošto, deskanje po spletu (Leksikon Sova, 2006, str. 421).

Internet je zaradi svojih lastnosti, kot so dostopnost, nizki stroški uporabe, širok nabor aktivnosti, priljubljen medij, ki omogoča dostop do različnih spletnih mest, ki ponujajo veliko količino podatkov, objav, povezav, aplikacij, med drugim tudi dostop do spletnih socialnih oziroma družabnih omrežij.

»Narava in namen socialnih spletnih omrežij temeljita na odpovedi delčku zasebnosti. Tudi posameznik, ki zaklene svoj osebni profil, lahko razumno pričakuje, da se njegovi osebni podatki lahko pojavijo v javnosti, vendar se s tem še ne odpove pravici do zasebnosti, ki jo mora zagotoviti socialno omrežje« (Letnar Černič, 2011).

### 2.2.1 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA

Uporaba spletnih socialnih omreži je postala zelo priljubljena zlasti zaradi možnosti povezovanja, deljenja objavljenih vsebin in izražanja posameznika. Spletna socialna omrežja so relativno nov način povezovanja in komunikacije med posamezniki na spletu. Wikipedija spletno socialno omrežje (2012) definira kot »aplikacije, spletne storitve, platforme ali strani, ki gradijo in odražajo socialne mreže ali socialne odnose med ljudmi, ki imajo npr. skupne interese in/ali aktivnosti« (Wikipedija, 2012a).

»Storitve socialnih mrež je mogoče splošno opredeliti kot spletne komunikacijske platforme, ki posameznikom omogočajo, da se pridružijo ali ustvarijo mreže podobno

mislečih uporabnikov« (Delovna skupina za varstvo podatkov iz 29. člena: Mnenje 5/2009 o spletnem socialnem mreženju, 2009, str. 5).

Boydova in Ellisonova v svojem članku *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* spletna socialna omrežja definirata kot aplikacije, ki posameznikom omogočajo: (1) izgradnjo javnih ali delno javnih osebnih profilov znotraj omejenega sistema, (2) oblikovati seznam uporabnikov, s katerimi so povezani, in (3) vpogled in brskanje po seznamu članov njihovih omrežij oziroma omrežij drugih uporabnikov (Boyd in Ellison, 2008).

Skupne značilnosti storitev socialnih mrež so (Delovna skupina za varstvo podatkov iz 29. člena: Mnenje 5/2009 o spletnem socialnem mreženju, 2009, str. 5):

- uporabniki so pozvani, naj zagotovijo osebne podatke in tako ustvarijo lasten opis ali profil;
- storitev socialne mreže zagotavlja tudi orodja, ki uporabnikom omogočajo objavo lastnega gradiva (uporabniško ustvarjeno vsebino, kot so fotografija ali dnevniški zapis, glasbeni- ali videoposnetek ali povezave do drugih strani);
- »socialno mreženje« omogoča uporaba orodij, ki vsakemu uporabniku zagotovijo seznam stikov, s katerimi se lahko poveže.

Posamezniki se v spletna socialna oziroma družabna omrežja vključujejo preko spletnega dostopa. Oseba lahko v določeno socialno omrežje dostopa s svojim profilom – za vstop v spletno socialno omrežje uporabnik potrebuje veljaven elektronski naslov in geslo.

Na spletnih socialnih omrežjih si uporabniki ustvarijo svoj osebni profil, preko katerega lahko s »prijatelji« in širšo javnostjo delijo podatke, posnetke iz zasebnega življenja, fotografije, programe in povezave do spletnih strani. Člani znotraj posameznega socialnega omrežja lahko pregledujejo osebne profile ostalih članov in ustvarjajo seznam prijateljev. Komunikacija lahko poteka tudi preko zidu, na katerega lahko prilepiš sporočilo (ki je na vpogled prijateljem pošiljatelja in prejemnika – odvisno od nastavitve), povezavo, videodatoteke, fotografije. Facebook omogoča tudi vzpostavitev interesnih skupin, ki se jim lahko pridruži vsakdo ali pa zgolj s povabilom.

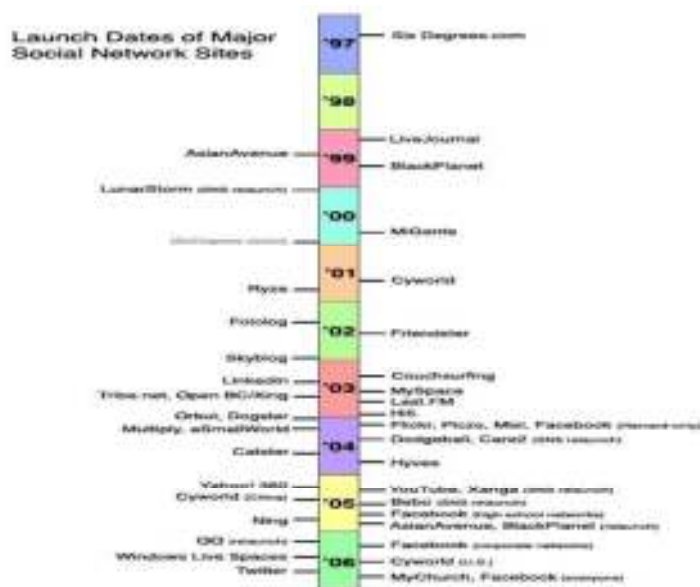
Danes je na internetu možno postati član različnih socialnih mrež. Te se razlikujejo glede na tematiko oziroma interese članov. Večina družabnih socialnih omrežij uporabnikom omogoča, da pustijo sporočilo prijatelju na njegovi profilni strani ali komentirajo objavljeno sliko svojega prijatelja – obe vrsti sporočil sta lahko javni ali zasebni. Ustvarjanje lastnih profilov, povezovanje ljudi, komunikacija (komentarji, sporočila) so po večini skupne lastnosti vseh spletnih omrežij. Spletne socialne mreže se med seboj razlikujejo po storitvah, ki jih nudijo uporabniku.

Leta 2002 je spletno socialno omrežje Friendster začelo povezovati uporabnike, ki so si želeli novih poznanstev. Friendster omogoča tudi objavljanje fotografij in videoposnetkov ter izmenjavo mnenj. Popularnost omenjenega socialnega omrežja je dosegla največji



razmah v letih 2002–2004. V času »kraljevanja« Friendsterja je nastalo spletno socialno omrežje LinkedIn. Omenjeno socialno omrežje je namenjeno za poslovne interakcije, saj stran temelji na povezovanju, izmenjavi informacij, iskanju kadrov in poslovnih priložnosti. Skoraj istočasno je na internetu začel doživljati svoj uspeh tudi MySpace. MySpace svojim članom omogoča povezovanje s prijatelji, ki imajo podobne ali enake interese, e-pošto, bloge, glasbo itd. Socialno omrežje je aprila 2004 prevzelo vodilno mesto spletne skupnosti v svetovnem spletu. V slovenskem prostoru je bilo omrežje MySpace med najbolj obiskanimi spletnimi stranmi še v letu 2008; leto kasneje je vodilno vlogo prevzelo socialno omrežje Facebook, ki je namenjeno povezovanju »prijateljev«, objavi fotografij, povezav, komentarjev itd. Med popularna socialna omrežja prištevamo tudi Hi5; socialno omrežje svojim uporabnikom omogoča objavo fotografij, tvorjenje osebnih albumov, kjer lahko drugi objavljajo komentarje, igranje iger, vzpostavitev predvajalnika glasbe znotraj profila.

**Slika 1: Časovna premica razvoja spletnih socialnih omrežij**



Vir: Boyd in Ellison (2007).

Med specializirane socialne skupnosti uvrščamo YouTube, ki svojim uporabnikom omogoča enostavno objavo in iskanje videovsebin in prikazovanje objavljenih posnetkov na drugih spletnih straneh. Med nekoliko bolj specializirana socialna omrežja bi prištela tudi Twitter – omenjeno družabno omrežje uporabnikom omogoča, da med seboj izmenjujejo kratka sporočila, ki lahko vsebujejo do 140 znakov; na ta način uporabniki tvorijo krajše bloge. Flickr služi objavljanju in izmenjavi fotografij, ki jim upravljavec dodeli oznake v obliki ključnih besed, kar ostalim uporabnikom omogoča iskanje zelenih fotografij, ki jih lahko tudi komentirajo. Technocrati je priljubljeno spletno mesto za iskanje blogerske vsebine.

V kakšni meri bodo člani socialnega omrežja razkrivali podatke o sebi, je odvisno od nastavitve zasebnosti, ki jih socialno omrežje nudi svojim članom, ti pa so sami odgovorni za nastavitve v okviru svojega profila.

»Spletna omrežja temeljijo na odmiku od tradicionalnega koncepta zasebnosti. Tako uspešna so prav zato, ker uporabnikom odpirajo vpogled v zasebno življenje znancev in prijateljev« (Letnar Černič, 2011).

### **2.2.1.1 Prednosti spletnih socialnih omrežij**

Agencija za varnost omrežij in informacij, ki deluje v okviru Evropske unije (ENISA), navaja, da uporabniki spletnih socialnih omrežij vidijo nekatere njihove prednosti v (po ENISA, 2007, str. 6):

- občutku povezanosti in intimnosti v resničnih ali zgolj spletnih skupnostih,
- možnosti kontrole dostopa ostalih uporabnikov do našega profila,
- možnosti sodelovanja, povezovanja, izobraževanja in deljenja izkušenj (najpogosteje s tistimi, ki imajo enake ideje, stališča).

K popularnosti in prednosti spletnih socialnih omrežij zagotovo prispeva brezplačna uporaba. Uporabniki spletnih socialnih omrežij s pomočjo platforme ohranjajo prijateljstva, ki so nastala v realnem svetu – premostitev časovne in krajevne oddaljenosti. Preko bolj specializiranih družabnih omrežij člani objavljajo svoje posnetke, se promovirajo, objavljajo fotografije, pišejo bloge in na različne načine izražajo svoja mnenja, stališča, prepričanja.

### **2.2.1.2 Slabosti spletnih socialnih omrežij**

Spletna socialna omrežja so nov trend komunikacije in interakcij med uporabniki (običajno) znotraj določenega omrežja. Družabna omrežja nam omogočajo navezovanje novih stikov, iskanje oseb iz preteklosti in ohranjanje stikov z osebami, ki jih poznamo iz okolja, v katerem živimo. Slednje je pogosto razlog za objavljanje resničnih podatkov o osebnem imenu, naslovu, verskih, političnih in drugih prepričanjih, objavo fotografij – torej objavo osebnih podatkov.

Slabosti socialnih omrežij in s tem povezana tveganja je Mednarodna delovna skupina za varstvo osebnih podatkov v telekomunikacijah sprejela in predstavila v poročilu z naslovom *Report and Guidance on Privacy in Social Network Services – Rome Memorandum* v marcu 2008. Omenjeno poročilo kot tveganje pri uporabi spletnih socialnih omrežij navaja (International Working Group on Data Protection in Telecommunications, 2008, str. 2–4):

1. trajnost podatkov, objavljenih na internetu (ko podatek enkrat objavimo na internetu, lahko tam ostane za vedno. Čeprav podatke s strani, na kateri smo objavili informacijo, izbrišemo, obstaja možnost, da jih je kdo pred tem kopiral, shranil in posredoval naprej);

2. zavajajoče razumevanje pojma »skupnosti« (mnogo ponudnikov storitev trdi, da njihove storitve prenašajo komunikacijske strukture iz realnega sveta v kibernetičen prostor. Komunikacija preko spletnih storitev naj bi nadomestila komunikacijo med prijatelji »iz oči v oči«. Vendar to ne drži, saj se je treba zavedati, da se pojem prijateljstva v realnem svetu in pojem prijateljstva v sklopu socialnega omrežja oziroma skupnosti razlikuje, zato ni pametno zaupati svojih osebnih podatkov »prijateljem« na socialnem omrežju, kot jih zaupamo resničnim prijateljem. Pomembno je, da uporabniki socialnega omrežja vedo, katere podatke delijo s kom. Skupnost je lahko bolj obširna, kot si mislimo, zlasti, če naš profil poleg »prijateljev« vidijo tudi »prijatelji prijateljev«. Poimensko so omrežja že poimenovana tako, da uporabnikom dajejo lažen občutek intimnosti na spletu);
3. brezplačna uporaba ni nujno brezplačna (uporabniki socialnih omrežij »brezplačne« storitve teh »plačujemo« s sekundarno uporabo svojih osebnih podatkov npr. za namen neposrednega marketinga);
4. zbiranje prometnih podatkov s strani ponudnikov spletnih omrežij (ponudniki družabnih omrežij razpolagajo s tehnično podporo in možnostjo spremljanja vseh dejavnosti uporabnikov v okviru lastnega socialnega omrežja; na ta način lahko beležijo IP-naslove in jih delijo s ponudniki aplikacij, ki jih znova lahko uporabijo za oglaševanje ali neposredno trženje);
5. naraščajoča potreba po reinvestiranju v storitve in povečanje dobička lahko spodbudi zbiranje, obdelovanje in uporabo podatkov o uporabnikih (nastanek socialnih omrežij pripisujemo študentom; prvotna zamisel socialnih omrežij ni bila pridobitna dejavnost, kar pa se je spremenilo s prenosom lastništva in prodajo delnic raznim podjetjem, katerim je glavni interes rast dobička. Uporabniki in osebni podatki uporabnikov predstavljajo glavni vir (surovino) za zaslužek, zato pristojni z zbiranjem in obdelavo podatkov želijo zaslužiti čim več);
6. deljenje večje količine osebnih podatkov, kot mislimo (orodja za zaznavanje obrazov (biometričnih značilnosti) se izboljšujejo in pričakovati je, da bodo v prihodnje še bolj izpopolnjena. S tem, ko objavljamo svoje slike, sistemom omogočimo, da ko enkrat označimo svoje ime na eni izmed slik, ta sistem predlaga naše ime na kateri koli sliki, ki nas prikazuje, čeprav se na njej nismo označili);
7. zloraba podatkov na profilih s strani tretjih oseb (najverjetneje je to najnevarnejša možnost zlorabe osebnih podatkov uporabnikov. Na možnost zlorabe vplivata tudi nastavitve zasebnosti in tehnična varnost družabnega omrežja. Potencialni delodajalci si lahko na osnovi našega profila na socialnem omrežju ustvarijo mnenje o nas in nas na osnovi tega npr. ne zaposlijo ali celo odpustijo);
8. kraja identitete (velika količina razkritih osebnih podatkov, ki jih uporabnik razkriva na lastnem profilu, omogoča preprosto krajo identitete posameznika s strani tretjih oseb);
9. uporaba informacijskih sistemov in omrežij kljub trudu ponudnikov socialnih omrežij nikoli ne bo popolnoma varna (navkljub težnji in prizadevnosti ponudnikov socialnih omrežij po čim višji stopnji varnosti, te ne bo mogoče nikoli 100 % zagotoviti);

10. obstoječi nerešeni varnostni problemi na internetu (internetno okolje predstavlja nevarnosti zaradi virusov, črvov, ribarjenja podatkov, zalezovanja, izsiljevanja, kraje identitete, ustrahovanja itd.);
11. uvedba standardov interoperabilnosti in uporabe programskih vmesnikov (omogočanje analize razmerij med uporabniki, identifikacija posameznika na osnovi več (različnih) profilov, kjer uporabnik deluje v različnih vlogah (različna socialna omrežja).

Nadvse pomembno je, da se uporabniki socialnih omrežij zavedajo tveganj, ki ogrožajo zasebnost posameznika, in v skladu s tem objavljajo podatke na internetu. Treba se je zavedati, da ko podatek enkrat objavimo, nad njim izgubimo nadzor in na internetu lahko ostane nedefinirano dolgo.

Podatki, ki jih objavljamo v okviru spletnih socialnih omrežij, vse pogosteje služijo marketinškemu namenom in so zeleno blago podjetij. Laično bi lahko rekli, da so nam spletna družabna omrežja dala orodje za preprostejše mreženje, mi pa jim zavestno ali ne v zameno ponujamo svoje osebne podatke. »Naše osebne podatke upravljavci omrežij (lahko) preprodajajo naprej oglaševalcem in s tem denarjem vzdržujejo strani. To je delno razumljivo, saj so omenjene storitve vse po vrsti za uporabnike brezplačne« (Kodelja, 2010).

Christian Fuchs v svojem članku z naslovom *StudiVZ: social networking in the surveillance society* navaja, da imajo spletna socialna omrežja v osnovi standardne nastavitve zasebnosti urejene tako, da omogočajo avtomatično »targetiranje« v ekonomske namene. Osebni podatki in obnašanje uporabnikov se shranjuje, analizira in prenaša tretjim strankam tako, da jih lahko uporabljajo oglaševalska podjetja za osebno oglaševanje (na osnovi zbranih podatkov posameznika mu oglaševalska agencija pošilja oglase) (Fuchs, 2010).

### **2.2.2 SPLETNO SOCIALNO OMREŽJE FACEBOOK**

Ustanovitelj priljubljene socialne mreže Facebook (v nadaljevanju FB) je Mark Zuckerberg. Leta 2004 je kot študent harvardske univerze ustanovil spletno socialno omrežje »The Facebook«, ki je bilo sprva namenjeno le študentom harvardske univerze. Po uspešnem zagonu znotraj univerze so leta 2006 v okvir omrežja Facebook začeli sprejemati vse uporabnike, ki so starejši od 13 let in imajo dostop do interneta. FB je socialno omrežje, ki uporabnikom omogoča navezovanje stikov in komunikacijo.

Naloga FB je dati moč ljudem, da delijo in ustvarjajo bolj odprt in povezan svet (Facebook, 2012).

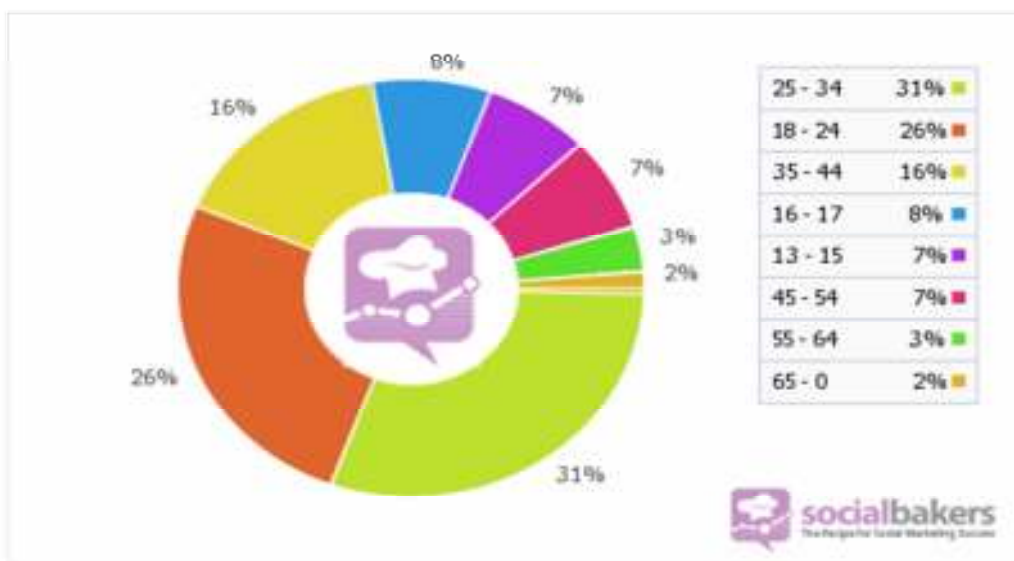
FB infrastruktura je zgrajena iz različnih mrež podjetij, šol ali pa geografskih območij po vsem svetu. Osebne nastavitve omogočajo nadzor nad dostopom do osebnih profilov, kar pomeni, da lahko le določenim prijateljem in uporabnikom omogočimo vpogled v naš

profil. Profil uporabnikov, ki nimajo v osebnih nastavitvah »urejenih« omejitev, je na vpogled kateremu koli uporabniku socialnega omrežja FB. Kakor hitro si registriran kot uporabnik, lahko iščeš ljudi, ki so lahko tvoji dejanski prijatelji, znanci ali pa celo neznanci, in jih dodaš na listo FB prijateljev. Uporabniki lahko tudi dodajo fotografije, opišejo interese, delo, izobrazbo, razmerje, osebne zgodbe, urnike itd. Navezovanje novih stikov je omogočeno tako, da v iskalno polje vpišeš zeleno ime in priimek, e-naslov ali pa na seznamu prijateljev in njihovih prijateljev (in tako dalje) najdeš določeno osebo in jo »prosiš za FB prijateljstvo«. FB portal ponuja tudi e-nabiralnik, preko katerega lahko vzpostaviš osebno komunikacijo, ki pa ni na vpogled drugim.

Danes je FB druga najbolj iskana spletna stran na svetu (Alexa, 2012). Je najbolj obiskana spletna stran na svetu in ima več kot 845 milijonov aktivnih mesečnih uporabnikov (Facebook, 2011).

Tudi v Sloveniji ima socialno omrežje FB vodilno mesto po številu članov – 695.080 članov; število novih uporabnikov se je v zadnjih šestih mesecih povečalo za 30.160. Glede na starostno strukturo je največ uporabnikov v starostni skupini od 25 do 34 let – 31 %, s 26 % sledi starosta skupina od 18 do 24 let (Socialbakers, 2012).

**Grafikon 1: Starostna struktura uporabnikov Facebooka v Sloveniji**



Vir: Socialbakers (2012).

Slovenska tiskovna agencija je septembra 2010 v članku z naslovom *Uporablja ga 90 odstotkov slovenskih najstnikov* objavila informacijo, »da na Hrvaškem uporabljajo FB vsi uporabniki interneta v starosti do 19 let, v Sloveniji je ta delež 90-odstoten, v Avstriji pa 85-odstoten« (Telekom Austria Grup, 2010).

Socialno omrežje FB ima nekaj osnovnih elementov, ki jih je treba izpostaviti za razumevanje.

### **2.2.2.1 Osebni profil na Facebooku**

Vsak posameznik, ki je starejši od 13 let in ima veljaven e-poštni naslov ter dostop do interneta, si lahko izdelava svoj profil na spletnem socialnem omrežju Facebook. »Spletna stran je za uporabnike brezplačna in se proizvaja z oglaševanjem. Uporabniki ustvarijo profile, ki pogosto vsebujejo tudi fotografije in seznam interesov, si izmenjavajo osebna ali javna sporočila in se vključujejo v skupine prijateljev. Pregledovanje podrobnega profila je mogoče le uporabnikom znotraj istega omrežja ali pa potrjenim prijateljem« (Wikipedija, 2012b).

### **2.2.2.2 Prijatelj v kontekstu Facebooka**

Vsakdo, ki ima ustvarjen aktiven profil na FB lahko dodaja tako imenovane prijatelje. Prijatelj lahko postane vsak, ki ima znotraj FB ustvarjen svoj profil. Posameznik lahko pošlje prošnjo za prijateljstvo dotični osebi, ko jo ta potrdi, postane prijatelj – s tem imata osebi vpogled v profil drug drugega. Prijatelje je mogoče razvrščati v več skupin, v okviru katerih se določi pravice – vpogled v podatke, objave itd.

Prošnjo za prijateljstvo ni nujno potrditi, saj se sami odločamo, ali bomo nekoga sprejeli za prijatelja ali ne. Pri tem se je treba zavedati, da imajo prijatelji (ki so lahko tudi samo bežni znanci ali celo popolni tujci) dostop, vpogled v naš profil (v skladu s pravicami, ki mu jih dodelimo).

### **2.2.2.3 Facebook platforma**

»24. maja 2007 je Facebook oblikoval Facebook platformo, ki določa okvir za razvijalce programske opreme, ki ustvarjajo aplikacije na Facebooku. Ustvarjene aplikacije vsebujejo tudi šah in igro Scrabble, ki ju uporabniki lahko igrajo s svojimi prijatelji. Igre so asinhrono (neistočasne), to pomeni, da se poteza, ki jo uporabnik v igri naredi, shrani na strežnik, drugi uporabnik pa lahko nato kasneje nadaljuje igro od zadnje narejene poteze njegovega nasprotnika. V nekaj mesecih od oblikovanja Facebook platforme so se pojavila vprašanja glede »aplikacijskega spama«, kjer se Facebook aplikacije uporabljajo za spamanje uporabnikov, da bi si določeno aplikacijo namestili k svojemu profilu. Tako spamanje se je smatralo tudi kot eno od možnih razlogov za upad obiskovalcev Facebooka od začetka leta 2008 (od decembra 2007 do januarja 2008 se je zgodil prvi upad obiskovalcev spletne strani od začetka njenega obstoja)« (Wikipedija, 2012b).

### **2.2.2.4 Status**

S pomočjo aplikacije »status« uporabnik FB lahko objavlja, kaj počne, razmišlja, kje se nahaja itd.

### **2.2.2.5 Zid**

Platforma FB je zasnovana tako, da posamezniku, ki ima v tem socialnem omrežju ustvarjen svoj profil, določa prostor, imenovan »zid«. Na zid lahko prijatelji uporabnika pošiljajo sporočila in povezave, priponke. Objave na zidu so, če jih uporabnik ne zaščiti drugače, vidne vsem prijateljem, ki jih ima posameznik.

FB je v največji meri sporen z vidika zasebnosti. Omenjene problematike se bomo lotili v naslednjih poglavjih.

### **3 ZASEBNO NA FACEBOOKU**

Spletno socialno omrežje Facebook v splošnih pogojih uporabe navaja, da so se uporabniki FB v omrežje dolžni prijaviti z resničnimi podatki – to posledično pomeni, da razkrijejo svoje pravo identiteto, ali drugače: uporabniki se ne smejo izdajati za drugo osebo in navajati neresničnih podatkov o sebi.

Na FB so podatki o imenu, profilni sliki, spolu, omrežje, uporabniško ime in ID (številka uporabniškega računa) vselej javno dostopni.

FB uporabnikom omogoča, da v svoj profil vpišejo tudi, katero izobrazbo imajo, kraj, v katerem živijo, versko, spolno, politično usmerjenost, s čimer posameznika usmerijo oz. spodbudijo k še večjemu razkrivanju osebnih podatkov. Razkritje osebnih podatkov lahko (ob zlorabi) povzroči osramotitev posameznika pred ostalimi člani, krajo identitete, izsleditev ali sledenje posameznika.

S tem, ko FB v splošnih pogojih uporabnikom ne dovoljuje uporabe psevdonima, posledično pripomore k razkrivanju osebnih podatkov svojih uporabnikov, s čimer ogroža njihovo zasebnost.

Čeprav naj bi uporabniki FB navajali svojo pravo identiteto in podatke o njej, sama to socialno omrežje uporabljam pod drugim osebnim imenom. Za varstvo svoje zasebnosti sem ustvarila Gmail elektronski naslov, s katerim sem ustvarila profil, ki me neposredno ne povezuje z njim; moj profil ne vsebuje nobenih osebnih podatkov (političnega prepričanja, navedbe osebe, s katero sem v zvezi itd.), prav tako imam zaščitene sezname prijateljev in določene pravice vpogleda. Ker ne želim, da se moja fotografija z imenom pojavlja na drugih internetnih straneh, sem z nastavitvami preprečila tudi to – prav tako profila ni mogoče najti s Facebookovim in Googlovim iskalnikom. Na osnovi profilne slike me ni mogoče identificirati. Ali to pomeni, da je moja zasebnost na Facebooku popolnoma varna?

Seveda ne. Res je, da me ni mogoče najti, kar pa še ne pomeni, da je moja zasebnost s tem varna. Čeprav si zelo strogo izbiram prijatelje, ti vseeno navedejo, v kakšnem razmerju so z menoj – to pomeni, da če me brat označi za sestro, je precej hitro jasno, kdo sem. Prav tako označujejo slike in včasih izdajo drugim, pod kakšnim imenom sem vključena v socialno omrežje. Poleg tega upravljavec še vedno lahko uporablja moje podatke za tržne namene – z mojim zavedanjem ali ne.

#### **3.1 KAJ NAJPOGOSTEJE RAZKRIVAMO UPORABNIKI FACEBOOKA**

S prisotnostjo in objavljanjem podatkov na socialnem omrežju razkrivamo svojo zasebnost; včasih »všečkanje« razkrije več, kot bi želeli – npr. če označimo pod sliko



politika, ki slavi zmago, »všeč mi je«, hitro razkrijemo politično prepričanje, na da bi se zavedali razkrivanja svoje politične usmerjenosti. Socialno omrežje Facebook temelji na delčku odpovedi svoje zasebnosti.

Za potrebe odgovora na vprašanje »Kaj objavljamo oziroma razkrivamo na svojem profilu FB?« sem izbrala in pregledala nekaj raziskav, ki jih lahko podrobno pregledate v prilogi 2.

Raziskava, ki sta jo izvedla Fogel in Nehmad, navaja, da svojo *profilno sliko* objavi 90,4 % moških uporabnikov in 81,6 % žensk. Gross in Acquisti poročata o 90,8 % profilov, ki vsebujejo sliko, v 61 % je mogoče posameznika na osnovi objavljene slike identificirati. *Resnično ime* v profilu navaja 81,8 % vprašanih v Fogel in Nahmedovi raziskavi, medtem ko je delež pri Gross in Acquisti nekoliko višji, in sicer 89 %. Glavnina vprašanih razkriva podatke o *interesnih dejavnostih* (83 %) (Fogel in Nahmad), druga raziskava navaja, da uporabniki navajajo, kateri spol jih zanima, status, politično opredelitev in osebne interese. Nekaj profilov ima objavljen stalni naslov, telefonsko številko. 87,8 % uporabnikov v študiji Grossa in Acquista razkriva rojstni datum, nekoliko nižji delež (83,80 %) navaja Noskovova študija. Študija Grossa in Acquista poroča, da se količina razkritih podatkov med moškimi in ženskami ne razlikuje, razen pri objavi telefonske številke, pri čemer je odstotek objave telefonske številke pri samskih moških še višji (Gross in Acquisti, str. 197–215 v Matheson, 2009; Fogel in Nehmad, 2008, str. 156; Nosko in dr., 2010, str. 409).

Nosko, Wood in Molema poročajo, da je 63 % ali več opazovanih Facebook uporabnikov, ki imajo javno dostopni profil, razkrilo: rojstne podatke, spol, profilno sliko, fotoalbum, označene fotografije, splošne fotografije, skupine, prijatelje, izobrazbo, status, sporočila, darila; podatke, na osnovi katerih je posameznika mogoče identificirati. Zanimivo je, da je le 9 % istih uporabnikov razkrilo svoj podatek o poštni številki, telefonsko številko, domači naslov, kraj, spletni naslov, polno ime. Ista študija poroča, da starejši anketirani razkrijejo manj osebnih podatkov kot mlajši uporabniki spletnega socialnega omrežja Facebook (Nosko in dr., 2010, str. 409).

### **3.2 KAJ OZ. KDO OGROŽA ZASEBNOST NA FACEBOOKU**

Slabosti oziroma tveganja pri uporabi spletnih socialnih omrežij, kot jih navaja International Working Group on Data Protection in Telecommunication, sem navedla v podpoglavju Slabosti spletnih socialnih omrežij, vendar v nadaljevanju izpostavljam nekaj tveganj.

Z vstopom v spletno socialno omrežje »kukamo« v zasebnost posameznikov. Več kot naš prijatelj objavlja na FB, bolj nam je zanimiv, saj se podatki na njegovem profilu dnevno spreminjajo. Razkrivanje osebnih podatkov na spletnem socialnem omrežju je toliko večje, ker imajo uporabniki pogosto občutek, da je internet oddaljen prostor, v katerem ni treba spoštovati pravnih aktov in drugih, sicer v družbi uveljavljenih norm komunikacije. Zasebnost je nekaj, kar je naše, in je neposredno povezana z osebnimi podatki – s

podatki, ki se nanašajo na posameznika, ne glede na obliko, v kateri je podatek izražen. Objava imena in priimka, kraj bivanja, navedba telefonskih števil, objava slik in posnetkov, iz katerih vas je mogoče identificirati, objava podatka, s kom ste v zvezi, objava komentarjev, navedba osebnih verskih, političnih, spolnih usmeritev, vse to so osebni podatki, ki jih puščamo na vpogled. Objava tovrstnih osebnih podatkov krči našo zasebnost.

Kraja identitete in osebna varnost v povezavi z na spletu razkritimi informacijami sta vedno prisotni težavi. Kljub opozorilom različnih organizacij in civilnih iniciativ (npr. Child Online Protection) je eden od pomembnih ciljev socialnega mreženja spodbujanje razkrivanja osebnih informacij drugim uporabnikom omrežij. Tudi najmanjše podrobnosti iz osebnega življenja, kot so rojstni in kontaktni podatki, fotografije itd., tatovom identitete omogočajo pridobitev drugih podatkov, kot so št. zavarovalne police, št. kreditne kartice itd., ali pa celo osebnih dokumentov, kot je npr. potni list (Sullivan, 2008 v Nosko in dr., 2010, str. 407). Podatki o domačem stacionarnem telefonu, naslovu in starosti lahko posameznika razkrijejo na način, da postane ranljiv v smislu zlorab.

Zaradi razširjenosti uporabe socialnih omrežij in potencialnih groženj bi poglobljeno razumevanje značilnosti socialnih omrežij in načina uporabe omogočilo razvoj informiranja in izobraževanja uporabnikov o zaščiti informacij in uporabnikov samih.

Družabno omrežje FB v splošnih pogojih navaja, da smo dolžni navajati resnične podatke pri uporabi tega priljubljenega socialnega omrežja, s čimer uporabnike usmerja k razkrivanju zasebnosti in osebnih podatkov. Zasebnost posameznika na FB je ogrožena ob vstopu v spletno socialno omrežje – z razkritjem pravega osebnega imena in v nadaljevanju s podatki, ki jih objavljamo.

Uporabnikova zasebnost je lahko ogrožena tudi zaradi možnosti vdora v sistem; pri čemer bi lahko prišlo do razkritja podatkov, ki jih posamezniki sicer ščitijo z nastavitvami zasebnosti. Do ogrožanja zasebnosti z vdorom v sistem in s krajo identitete lahko pride zaradi narave interneta, ki povezuje in omogoča dostopnost do posameznih spletišč, portalov. Posameznik se lahko pred tovrstnimi zlorabami zaščiti s pomočjo programske opreme, ki ščiti dostop do računalnika.

Z vidika obravnavane teme se bom osredotočila na dve vrsti grožnje zasebnosti, ki sta neposredno povezani s socialnim omrežjem – FB prijatelji in upravljavec socialnega omrežja FB.

### **3.2.1 FACEBOOK PRIJATELJI**

Našo zasebnost na družabnem omrežju ogrožajo t. i. prijatelji, ki si jih izberemo sami, z objavo naših fotografij, označevanjem teh, pisanjem na zid in drugimi sledmi, ki jih puščamo ob komunikaciji. Treba je poudariti, da definicija prijatelja na FB ni identična

odnosu, ki ga imamo v življenju z ljudmi, ki jih imamo za prijatelje (tesna povezava med dvema osebama).

FB omogoča uporabo nastavitve zasebnosti, s katerimi uporabnik sam določi krog drugih uporabnikov, s katerimi deli podatke, in tako ustvarja določen krog komunikacijske zasebnosti. Ob uporabi vseh nastavitve zasebnosti je zasebnost objav lahko precejšnja, vendar so ključni dejavnik pri ohranjanju zasebnosti FB prijatelji, ki jim uporabnik dovoli dostop do informacij na profilu. Če oni »zasebnosti« informacij, ki jih uporabnik posreduje, ne spoštujejo, je odgovornost še vedno predvsem na strani uporabnika, saj si je sam izbral prijatelje in sam objavil informacije.

»Pravica do zasebnosti varuje vse dejavnosti uporabnikov, ki niso javne, torej, ki jih uporabnik deli samo z ožjim krogom prijateljev. Če uporabnik svojega osebnega profila ne zaklene pred javnostjo, je vprašanje, če ga varuje pravica od zasebnosti /.../ Spletna omrežja tako posredno zagovarjajo stališče, da se uporabnik že s tem, ko sprejme določeno osebo kot prijatelja, odpove delu svoje zasebnosti« (Letnar Černič, 2011). Navedeno potrjuje tudi mnenje informacijskega pooblaščenca z dne 29. 10. 2009, ki navaja, da: »vsebine, ki jih posameznik na svojo željo objavi na spletnih omrežjih, postanejo vsaj znotraj določenega kroga uporabnikov javne in tako je odgovornost za objavljene vsebine predvsem na strani uporabnika.« Pooblaščenec tako zaključuje, »da se mora vsak uporabnik spletnih omrežij zavedati, da postanejo vsebine, ki jih objavi, do določene mere javne in kot take jih lahko reproducira ali znova objavlja praktično vsak, ki ima do njih dostop. Če posameznik dostopa do svojega profila ne zaščiti, je odgovornost za ponovno objavo podatkov izključno na njegovi strani« (Informacijski pooblaščenec, 2009).

Prijatelje v okviru družabnih omrežij si izbiramo sami – zato imamo nadzor nad varstvom zasebnosti v okviru svojih prijateljev. Zasebnost nam omogočajo in zagotavljajo tudi nastavitve zasebnosti. Nastavitve zasebnosti lahko prilagodimo tako, da so podatki vidni samo določenim skupinam – več o nastavitvah zasebnosti v poglavju, ki sledi (Nastavitve zasebnosti). V tem delu bi želela izpostaviti, da na izbor prijateljev in nastavitve zasebnosti lahko vplivamo, žal pa ne moremo vplivati na ponudnika spletnega socialnega omrežja kot upravljavca spletnega socialnega omrežja, ki navkljub nastavitvam in ščitenju zasebnosti lahko uporablja naše podatke za marketinške namene. Proti tovrstnim zlorabam se borimo neuspešno, poleg tega ne vemo, kdo in v kakšni meri ima dostop in vpogled v naše objavljene podatke.

### **3.2.2 UPRAVLJAVEC SPLETNEGA SOCIALNEGA OMREŽJA FACEBOOK**

Grožnja naši zasebnosti na Facebooku (in drugih socialnih omrežjih) predstavlja tudi **upravljavec socialnega omrežja**, ki lahko pregleduje in obdeluje in posreduje naše podatke za namen marketinških storitev.

Velik zagovornik zasebnosti na FB je Fuchs, ki meni, da problem zasebnosti ni v količini objavljenih podatkov, ki so vidni javnosti, pač pa v tem, »katere uporabniške podatke uporablja Facebook v oglaševalske namene« (Fuchs, 2012, str. 141). »Socialna omrežja sicer zagotavljajo, da oglaševalcem ne dovoljujejo dostopa do osebnih podatkov, vendar so oglasi na socialnih omrežjih sumljivo podobni vašim interesom in navadam« (Letnar Černič, 2011). Komercialni direktor FB za Veliko Britanijo in Evropo, Blake Chandleej, v intervjuju z naslovom *Obsedeni smo z varovanjem naših uporabnikov* na vprašanje »Nova različica naj bi oglaševalcem omogočila ciljanje na uporabnike na osnovi informacij, ki so jih vključili v svoj osebni profil. Ali ne gre pri tem za poseg v zasebnost, saj so FB svoje podatke zaupali zato, da jih deli s prijatelji in znanci, ne pa, da bi podjetja lažje ciljala nanje z oglasi in promocijskimi ponudbami?« odgovarja: »FB z oglaševalci nikoli ne deli podatkov o uporabnikih. Omogočili bomo oglaševanje na osnovi podatkov z zasebnega strežnika, ki ga vzdržujemo, vendar oglaševalcem nikoli ne bomo dovolili, da bi te podatke videli. Pravzaprav močno verjamemo, in naša oglaševalska uspešnost to potrjuje, da relevantno oglaševanje prinaša večjo vrednost za potrošnike. Oglaševanje je dobro sprejeta oblika podpore delovanju svetovnega spleta in potrošniki razumejo to izmenjavo vrednosti. Bistveno je imeti jasno politiko zasebnosti in biti transparenten, kako so informacije uporabljene, predvsem pa nikoli zlorabiti zaupanja ljudi. Obsedeni smo z zaščito naših uporabnikov« (Jančič, 2008, str. 58).

Navkljub zagovorom s strani Facebooka o varstvu zasebnosti uporabnikov je dejstvo, da Facebook prodaja podatke svojih uporabnikov podjetjem, ki se ukvarjajo z oglaševanjem. Presežek vrednosti, vsebovane v tej »surovini«, je delno ustvarjen s strani uporabnikov in delno s strani FB zaposlenih – razlika je le v tem, da so uporabniki neplačani in izkoriščeni (Fuchs, 2012, str. 143).

Prav tako je do socialnega omrežja Facebook kritičen Helmbreck, ki opozarja, da je nekoliko naivna miselnost posameznikov, da je FB platforma oblikovana za komunikacijo med posamezniki. Helmbreck je prepričan, da se večina uporabnikov socialnega omrežja ne zaveda, kako so njihove aktivnosti uporabljene za namen marketinga (Helmbreck, 2010).

V spletno socialno omrežje posameznik dostopa preko interneta na dva načina: s pomočjo osebnega računalnika in mobilnega telefona. Agencija Evropske komisije za varnost omrežij in informacij na osnovi statističnih podatkov iz leta 2010 navaja, da je 65 milijonov aktivnih uporabnikov, ki dostopajo do Facebooka preko mobilnega telefona. Ti so za 50 % bolj aktivni uporabniki socialnega omrežja FB kot uporabniki, ki do profila dostopajo preko računalnikov. Dostop do Facebooka preko mobilnega telefona se z leti povečuje. Podatki, ki jih socialna omrežja zberejo na omenjeni način, predstavljajo pomemben del prodaje in marketinške strategije za mobilno oglaševanje (ENISA, 2010).

### 3.3 NASTAVITEV ZASEBNOSTI NA FACEBOOKU

Pojem zasebnosti izhaja že iz časov starega židovskega prava, zato ne moremo reči, da se je ta pojavil skupaj s prihodom socialnih omrežij. Torej lahko rečemo, da se ve, kaj se sme v kontekstu zasebnosti. »Če bi hoteli, bi ponudniki zelo preprosto rešili problem zasebnosti tako, da bi uporabniku omogočili, da za vsako funkcijo, za vsak podatek, ki ga kjer koli pusti, določi njegovo vidnost (74 % Evropejcev si po podatkih Evrobarometra želi, da bi se za vsako zbiranje in obdelavo njihovih osebnih podatkov na spletu zahtevalo njihovo predhodno soglasje). S tem bi dobili popoln nadzor nad lastnimi podatki, kar bi bilo zanje dobro, za ponudnika storitve pa ne, kajti čim manj podatkov ima na voljo, tem manj je zanimiv za oglaševalce, saj jim ne more postreči s podrobnimi statističnimi podatki o uporabnikih. FB je, tako kot Google, najprej velik ponudnik oglasnega prostora in šele nato informacijsko podjetje« (Kodelja, 2010).

V začetku obstoja Facebooka (2005), ko so bili člani omrežja lahko le študenti harvardske univerze, so imeli vpogled v osebne podatke le prijatelji, vsem ostalim – torej tistim uporabnikom Facebooka, ki niso bili prijatelji določene osebe, so bili vidni podatki o omrežju, ime, spol in profilna slika. Vsem, ki niso bili člani Facebooka, ni bil viden nobeden podatek – torej iskanje oseb preko interneta niti ni bilo mogoče. Danes so ob vzpostavitvi profila na socialnem omrežju Facebook privzete nastavitve zasebnosti kreirane tako, da lahko vsi uporabniki interneta vidijo: moj status, profilno sliko in komentarje, razkriti so jim moji interesi, zanimanja in citati ter družinska razmerja in spletne strani. Prijatelji mojih prijateljev v profilu s privzetimi nastavitvami vidijo vse prej našteto in še: moja verska in politična prepričanja, datum rojstva, moje objave na »zidu« mojih prijateljev ter slike in videoposnetke, na katerih sem označena. Moji prijatelji pa lahko vidijo vse prej našteto in lahko komentirajo moje objave, vidijo kraje, v katerih se pojavim, in kontaktne podatke (naslov, elektronski naslov). Privzete nastavitve zasebnosti omogočajo še vsem uporabnikom interneta, da me lahko poiščejo na FB, mi pošljejo prošnjo za prijateljstvo in sporočilo, vidijo seznam vseh mojih prijateljev in pridobijo podatek o moji izobrazbi in delu ter vidijo moj kraj bivanja, domači kraj in kaj mi je všeč. Če želim vedeti in videti, kaj iz mojega profila vidijo drugi, lahko to storim s predogledom s pomočjo klika na gumb Predogled mojega profila.

Privzete nastavitve zasebnosti so zelo slabe in ne ščitijo uporabnikove zasebnosti, zato je smiselno (in treba), da vsak uporabnik Facebooka svojo zasebnost zaščiti s spremembo privzetih nastavitvev zasebnosti.

Ko so Marka Zuckerberga vprašali o skrbih glede zasebnosti uporabnikov FB, je odgovoril, da uporabniki svoje informacije že delijo in da se jim to deljenje tudi povrne. Po teh pritožbah so FB nadgradili z možnostjo osebnih nastavitvev. Uporabniki si lahko sami nastavijo raven zasebnosti – kdo prejema novice o njihovi aktivnosti. Prišlo je tudi do spoznanja, ki kaže, da se predstave o zasebnosti avtorjev FB in uporabnikov razlikujejo.

### **3.3.1 NASTAVITEV ZASEBNOSTI ZA ZASEBNEJŠO RABO FACEBOOKA**

Pomembno se je zavedati, da če osebne podatke objavljamo iz popolnoma javno dostopnega profila, zanje ne moremo zahtevati pravnega varstva; kar pa ne velja v primeru povzročitve kaznivega dejanja po veljavni zakonodaji Republike Slovenije. Bistven element pri presoji zasebnosti in varovanju te so torej nastavitve zasebnosti.

Privzete nastavitve zasebnosti so uporabniku FB neprijazne, saj zasebnost tega ščitijo v taki meri, ki je skoraj ničelna. Da bi uporabniki svojo zasebnost zaščitili v največji meri oz. po svoji meri, socialno omrežje Facebook omogoča nastavitve za zaščito zasebnosti.

FB je na željo svojih uporabnikov maja 2010 ponudil možnosti spreminjanja privzetih nastavitvev tako, da uporabniki lahko sami določimo, kdo ima v pogled v naš profil in kaj lahko vidi. Privzete nastavitve uredimo s klikom na puščico poleg svoje profilne slike, nato izberemo Nastavitve zasebnosti. V sklopu nastavitvev zasebnosti je več vsebinskih področji:

- kako se povezati;
- časovnica in označevanje;
- oglasi, aplikacije in spletne strani;
- omejitev občinstva za pretekle objave;
- blokirani ljudje in aplikacije.

V nadaljevanju se bom za opis posameznih področji držala formuliranih skupin.

#### **Kako se povezati**

Sklop nastavitvev zasebnosti v okviru skupine »Kako se povezati« nam nudi možnosti za nastavitve informacij, preko katerih nas bodo drugi lahko našli na FB. Na osnovi tega sklopa lahko določamo vpogled: vsem, prijateljem prijateljev ali prijateljem:

- Kdo lahko vidi tvojo časovnico na osnovi imena?;
- Kdo te lahko poišče preko e-poštnega naslova in telefonske številke, ki si ju navedel?;
- Kdo ti lahko pošlje prošnjo za prijateljstvo?;
- Kdo ti lahko pošilja sporočila na Facebooku?.

Ocenjujem, da je optimalna zaščita pri tem sklopu določitev vpogleda »prijateljem«. Če določimo možnost vpogleda »vsem«, s tem razkrijemo našo profilno sliko, uporabniško ime in nekatere druge podatke, ki so vidni vsem uporabnikom interneta. Svojo izbiro potrdimo s klikom na gumb Končano.

#### **Časovnica in označevanje**

S pomočjo nastavitvev časovnice in označevanja uporabnik nadzoruje, kaj se zgodi, če prijatelji označijo tebe ali tvojo vsebino ali če objavijo kaj na tvojo časovnico. Nastavitvev zasebnosti uredimo s klikom na »Uredi nastavitve«, nato uredimo kategorije naslednjim postavkam:

- Kdo lahko objavlja na tvojo časovnico?;



Pomembna je tudi nastavitev privzetih nastavitev, po katerih imajo aplikacije dostop do seznamov mojih prijateljev in vseh podatkov, ki so označeni kot javni.

**Slika 3: Omejitev dostopa do informacij za aplikacije**

The screenshot shows a Facebook settings page titled "How people bring your info to apps they use". It explains that people can bring their info to apps and provides a list of categories of information that can be shared. Each category has a checkbox to control its visibility. The categories listed are: Bio, Datum rojstva, Družina in razmerja, Privlačijo me, Verska in politična prepričanja, moja spletna stran, Če sem nedosegljiv/a, Spremembe statusa, Moje slike, Moji video posnetki, Moje povezave, My notes, Domači kraj, Kraj bivanja, Izobrazba in delo, Kaj delam, mi je všeč ali me zanima, and Moja dejavnost v aplikacijah. At the bottom, there are two buttons: "Shrani spremembe" and "Prekliči".

How people bring your info to apps they use

People on Facebook who can see your info can bring it with them when they use apps. This makes their experience better and more social. Use the settings below to control the categories of information that people can bring with them when they use apps, games and websites.

<input type="checkbox"/> Bio	<input type="checkbox"/> Moji video posnetki
<input type="checkbox"/> Datum rojstva	<input type="checkbox"/> Moje povezave
<input type="checkbox"/> Družina in razmerja	<input type="checkbox"/> My notes
<input type="checkbox"/> Privlačijo me	<input type="checkbox"/> Domači kraj
<input type="checkbox"/> Verska in politična prepričanja	<input type="checkbox"/> Kraj bivanja
<input type="checkbox"/> moja spletna stran	<input type="checkbox"/> Izobrazba in delo
<input type="checkbox"/> Če sem nedosegljiv/a	<input type="checkbox"/> Kaj delam, mi je všeč ali me zanima
<input type="checkbox"/> Spremembe statusa	<input type="checkbox"/> Moja dejavnost v aplikacijah
<input type="checkbox"/> Moje slike	

If you don't want apps and websites to access other categories of information (like your friend list, gender or info you've made public), you can turn off all Platform apps. But remember, you will not be able to use any games or apps yourself.

Shrani spremembe Prekliči

Vir: Lasten Facebook profil.

### Omejitev občinstva za pretekle objave

Z nastavitvijo zasebnosti v okviru FB profila lahko omejimo vpogled za pretekle objave, ki smo jih delili s prijatelji svojih prijateljev ali z javnostjo. Nastavitev omogoča, da se vidnost objav na časovnici omeji samo na prijatelje, vendar pa označeni ljudje in njihovi prijatelji prav tako lahko vidijo dotične objave. Svojim preteklim objavam lahko spremenimo publiko tako, da vsako posamezno objavo označimo in spremenimo občinstvo.

### Blokirani ljudje in aplikacije

Zadnja skupina nastavitev zasebnosti nam omogoča blokiranje ljudi in aplikacij:

- nastavitev *dodaj prijatelje na seznam »Omejeni dostop«* omogoča, da lahko prijateljem omejimo dostop do določenih podatkov, objav. Prijatelji, ki jih damo na seznam, bodo imeli vpogled v podatke, ki smo jih označili kot javne oz. vidne vsem. Facebook o spremembi določitve pravice o vpogledu ne obvesti osebe, ki smo ji omejili vpogled;
- če določene osebe ne želimo več imeti za prijatelja, jo lahko enostavno blokiramo z nastavitvijo *blokiraj uporabnike*. Na ta način blokirana oseba ni več naš prijatelj na FB in se z nami ne more povezati. Izjema je uporaba aplikacij in iger, ki jih uporabljata oba uporabnika;
- FB v svojih nastavitvah zasebnosti omogoča tudi *blokiranje povabila aplikacij*; ko enkrat blokiramo povabilo za določeno aplikacijo od nekoga, bomo na ta način avtomatsko ignorirali vse prošnje za aplikacije te osebe. Na enak način lahko blokiramo tudi *povabila dogodkov*; na ta način ignoriramo vsako povabilo tega prijatelja;



- *blokiraj aplikacije*: če blokiramo aplikacijo, to pomeni, da se ta na bo več mogla povezovati z uporabnikom ali pridobivati nejavnih podatkov o uporabniku preko Facebooka.

**Slika 4: Možnosti za blokiranje**

The image shows a screenshot of the Facebook 'Edit Blocking' settings page. At the top, it says 'Izberi svoje nastavitve zasebnosti > Uredi blokiranje'. Below this is a breadcrumb trail: 'Nazaj na nastavitve zasebnosti'. The page is divided into several sections, each with a title and a brief explanation, followed by input fields and a 'Blokiraj' button.

- Dodaj prijatelje na seznam "omejen dostop"**: Ko dodaš prijatelje na seznam "omejen dostop" lahko vidijo samo informacije in objave namenjene javnosti oz. vsem. Facebook ne bo obvestil tvojih prijateljev, če jih dodaš na zgoraj omenjen seznam. Uredi seznam.
- Blokiraj uporabnike**: Ko blokirati nekoga, ta oseba ne more biti več med tvojimi prijatelji na Facebooku, niti ne more komunicirati s teboj (razen preko aplikacij in iger, ki jih oboje uporabljata, ter skupin, katerih člana sta).  
 Ime:  **Blokiraj**  
 E-pošta:  **Blokiraj**  
 Na svoj črni seznam niste dodali nikogar.
- Blokiraj povabila aplikacij**: Ko enkrat blokirati povabilo za aplikacijo od nekoga, boš avtomatsko ignoriral/i-a prošnje za aplikacije od tega prijatelja. Če blokirati povabila od določenega prijatelja, klikni "Ignoriraj vsa povabila od tega prijatelja" povezano pod tvojo najnovejšo zahtevo.  
 Blokiraj povabila od:
- Blokiraj povabila dogodkov**: Kadar enkrat blokirati povabilo nekoga, avtomatsko ignorirai vsako nadaljnjo prošnjo te osebe.  
 Blokiraj povabila od:
- Blokiraj aplikacije**: Če blokirati aplikacijo, se le-ta ne bo mogla več povezovati s teboj ali pridobivati nejavne podatke o tebi prek Facebooka. Več o tem.  
 Blokiraj aplikacije:

Vir: Lasten Facebook profil.

S spremembo privzetih nastavitvev lahko optimalno zaščitimo lastno zasebnost. Zasebnost lahko ščitimo pred očmi javnosti – FB prijateljev, kar pa ne pomeni, da smo varni pred nameni uporabe podatkov s strani upravljavca socialnega omrežja. »Spletna socialna omrežja so v okviru zakonodaje svobodna pri postavljanju pogojev za uporabo« (Pirc Musar, 2009). »Vsa spletna omrežja so tako razvila politiko zasebnosti, ki omogoča, da si pridobijo avtorske pravice nad vsem, kar objavljate na vašem spletnem profilu« (Letnar Černič, 2011). Zato je treba biti previden in preudaren pri objavi podatkov in všečkanju, pri sprejemanju prošenj in nastavitvah vidnosti podatkov. Geslo za vstop v profil je vaše geslo, zato je smiselno, da zanj veste samo vi.

Pred objavo informacij na osebnem profilu Facebook se je treba zavedati možnosti, da bo objavljena informacija razkrita in da ta tudi po ukinitvi profila ostane v lasti Facebooka. »Starih profilov ni mogoče popolnoma izbrisati, saj podatki ostanejo shranjeni na strežnikih. Spletna omrežja in spletne storitve pa se med seboj povezujejo ali ovirajo po načelu poslovnih partnerstev. Facebook tako podpira Microsoftove storitve, saj je Microsoft eden izmed njegovih vlagateljev« (Kučić, 2010). Facebook ne omogoča izvoza stikov in vsebin v druga socialna omrežja.

Spletno socialno omrežje Facebook je najbolj razširjeno in priljubljeno omrežje na svetu – vendar pa je zanimiv podatek, da je v januarju leta 2011 imelo le dva milijona uporabnikov (ostala tri največja domača omrežja pa desetkrat več) v eni izmed najbolj omreženih držav na svetu – Japonski.

»Japonske strani Mixi, Gree in Mobage-towm imajo po več kot dvajset milijonov uporabnikov in vsaka ima svoj pristop do povezovanja ljudi. Imajo pa eno skupno lastnost: vsa spoštujejo že tradicionalno obsedenost z zasebnostjo« (Ivanc, 2011). Raziskava japonske družbe MMD Laboratory je pokazala, da med 2.130 uporabniki mobilnega spleta 89 % vprašanih noče razkriti svoje identitete na spletu. Japonski uporabniki spletnih socialnih omrežji za svojo prisotnost na spletišču uporabljajo psevdonime ali avatarje. Na ta način uporabniki najboljše zaščitijo svojo zasebnost.

»Vaša zasebnost je enaka ničli, prebolite že enkrat« (Scott McNealy).

Menim, da največjo grožnjo zasebnosti predstavljamo sami sebi z nepremišljeno objavo osebnih podatkov in z ignoranco nastavitve zasebnosti.

## **4 EMPIRIČNA RAZISKAVA ODNOSA UPORABNIKOV FACEBOOKA DO ZASEBNOSTI**

Osnovni namen empirične raziskave je ugotoviti odnos uporabnikov spletnega socialnega omrežja Facebook do zasebnosti. V ta namen sem oblikovala vprašalnik, ki je sestavljen iz več vsebinskih sklopov, s pomočjo katerih poskušam ugotoviti vpliv spola, izobrazbe in starosti na zavedanje pomembnosti varstva zasebnosti in uporabo orodij za zaščito te v sklopu nastavitvev, ki jih socialno omrežje Facebook nudi svojim uporabnikom. Kot sem že zapisala v uvodu je zaradi primerljivosti nekaterih podatkov anketni vprašalnik strukturiran po vzoru vprašalnikov in/ali rezultatov pridobljenih po analizi anket, ki so jo izvedli Gross in Acquisti v Matheson (2009), Fogel in Nehmad (2008, str. 156), Nosko in dr. (2010, str. 409). Ker me je pri obdelavi teme zanimala ozaveščenost in razkrivanje osebnih podatkov, ter poznavanje nastavitvev zasebnosti sem vprašanja strukturirala tako, da so zajemala neposredno orodja Facebook platforme, ki služijo zaščiti zasebnosti.

Pri uporabi spletnih socialnih omrežij pogosto razkrivamo svoje osebne podatke. Z lastno raziskavo želim ugotoviti, katere podatke razkrivajo uporabniki, pri čemer je poudarek raziskave na zavedanju uporabnika o zaščiti zasebnosti.

Socialna omrežja so danes popularen trend komunikacije med ljudmi; uporaba socialnih omrežij dnevno pridobiva nove člane tako med mladimi kot starejšimi. Glede na množično uporabo socialnega omrežja Facebook, ki je že davno preraslo omrežje, ki so ga uporabljali študenti Harvarda, po mojem mnenju raziskave o uporabi Facebooka v starostni skupini študentov niso več zadostne. Na tej osnovi sem se odločila, da svoj vzorčni okvir (statistične enote) zajamem s populacijo v starosti od 18 let do 41 let.

Anketni vprašalnik (priloga 1) je zaradi preglednosti in jasnosti razdeljen na pet vsebinskih sklopov:

- sklop 1: v prvi sklop vprašanj sem uvrstila demografske podatke. Anketiranec je bil povprašan po spolu, starosti (v letih) in končani stopnji izobrazbe; omenjena polja so bila označena kot obvezna za izpolnitev. V ta del vprašalnika sem umestila tudi vprašanje o imenu in priimku, vendar kot neobvezno polje. Zbrani podatki služijo kot osnova za opis vzorca;
- sklop 2: drugi del vprašalnika je vključeval vprašanja s področja uporabe osebnega računalnika – koliko ur dnevno posameznik uporablja računalnik doma in v službi ter kdo skrbi za zaščito računalnika in nameščanje programske opreme. Vsa vprašanja so bila obvezna za izpolnitev;
- sklop 3: v tretji sklop sem vključila vprašanja s področja uporabe FB. Anketirance sem povprašala po času, ki ga prebijejo na FB, razlogu za uporabo, po podatkih, ki jih objavljajo v profilu, in dostopu do podatkov (določanje skupin prijateljev). Zanimalo me je tudi, ali so anketirani pred uporabo FB prebrali splošne pogoje.

Vsa vprašanja so bila označena kot obvezna polja za izpolnitev. Glavni namen vprašanj iz sklopa tri je prepoznavanje osnovnih nastavitve zasebnosti posameznika – komu uporabnik FB razkriva podatke in razlog za uporabo FB;

- sklop 4: najpomembnejši del vprašanj s področja obravnavane teme sem združila v sklop 4. Četrty sklop vprašalnika je sestavljen iz treh tematskih delov; prvi del je sestavljen iz 15 trditev, ki temeljijo na oceni varstva zasebnosti na FB, resničnosti podanih informacij, namenu platforme FB in ozaveščenosti o zbiranju podatkov. Anketirani so trditev ocenjevali s pomočjo petstopenjske lestvice. Drugi del je sestavljen iz štirih vprašanj s področja objav podatkov. Anketirani podajajo svoje odgovore s pomočjo petstopenjske opisne lestvice. Zadnji, tretji del je sestavljen iz osmih možnosti nastavitve zasebnosti v okviru FB. Anketirani s pomočjo štiristopenjske opisne lestvice ocenijo svoje nastavitve zasebnosti obstoječega profila. S pomočjo četrtega sklopa vprašanj sem dobila podatke o varstvu zasebnosti na FB, kaj posameznik objavlja in kako pogosto, ter oceno zasebnosti;
- sklop 5: zadnji del vprašalnika se navezuje na uporabo interneta; namen uporabe interneta, elektronski naslov in skrb pri uporabi interneta.

Anketirancem je bilo skupaj postavljenih 49 vprašanj ali trditev.

#### **4.1 IZVEDBA EMPIRIČNE RAZISKAVE IN ODZIV**

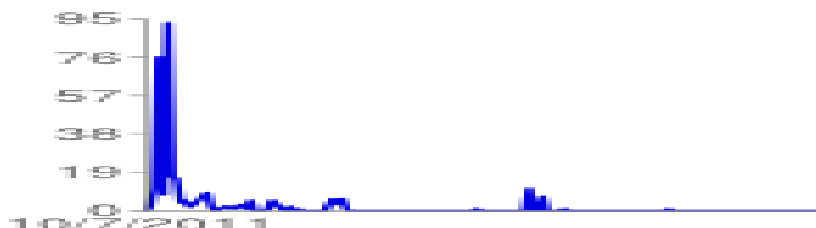
Anketni vprašalnik sem pred izvedbo anketiranja testirala na manjši skupini anketirancev. V testni vzorec sem zajela prijatelje/-ice, ki pri svojem delu uporabljajo anketiranje, in tiste, ki so se s to metodo srečali/-e pri pisanju diplomskega ali magistrskega dela, ter osebe, ki FB uporabljajo dnevno. »Testno skupino« sem prosila, da preveri razumljivost vprašalnika, smiselnost vprašanj in slovnično pravilnost. Po uskladitvi pripomb sem vprašalnik objavila na spletni povezavi: <https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?formkey=dE1fdGdQb3JmNG16WExrSERUWV9YZ1E6MQ>.

Čeprav sem anketo testirala s pomočjo testne skupine, se je pri analizi vprašalnikov pokazalo še nekaj pomanjkljivosti in brezpredmetnost vprašanj glede na obravnavano temo.

Anketo sem izvedla elektronsko s pomočjo Googlovega orodja, ki omogoča oblikovanje elektronskega vprašalnika, posredovanje preko elektronske pošte in avtomatsko beleženje rezultatov v obliki tabele. Čeprav Googlovo orodje za oblikovanje vprašalnika omogoča tudi beleženje rezultatov, sem se odločila za obdelavo ankete v programu SPSS. Podatke sem iz Googlovega sistema za oblikovanje ankete Google Docs izvozila v Excelovo tabelo. Na osnovi Excelovega zapisa sem podatke prenesla v obliko, ki je berljiva programu SPSS (programski paket SPSS, verzija 18,0), s pomočjo katerega sem obdelala podatke za nadaljnjo analizo (ovrednotenje lestvic in podatkov iz opisne v numerično obliko, preoblikovanje podatkov).

Anketni vprašalnik je bil ustvarjen 10. 7. 2012 in testiran na testni skupini nekaj dni kasneje. Anketa je bila na internetu objavljena od 10. 8. 2011 do 6. 1. 2012. V tem času je anketo izpolnilo 329 oseb. Anketo so lahko izpolnjevali vsi, ki so uporabniki spletnega socialnega omrežja FB, starostne omejitve ni bilo. Odzivnost anketiranih je mogoče razbrati iz grafikona na sliki 5, ki ga je izdelalo Googlovo orodje za pripravo vprašalnika.

**Slika 5: Odzivnost anketirancev v odstotkih v obdobju od 10. 7. 2011**



Vir: Lasten (Googlovo orodje za analizo rezultatov).

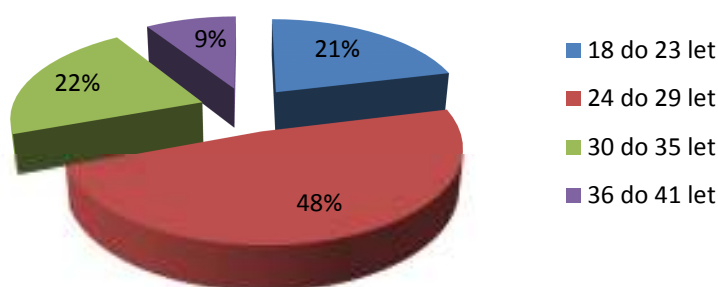
Največji odziv anketiranih je mogoče zaslediti v prvih dneh objave povezave do anketnega vprašalnika. Glavnino izpolnjenih anket sem prejela v času od 9. 10. do 12. 10. 2011 (razlog za tako visok odziv pripisujem objavi povezave do ankete na socialnem omrežju Facebook s strani znanega radijskega voditelja).

Glede na število izpolnjenih anket in kategorijo starosti sem nato določila starostne razrede, pri čimer sem izločila 32 anket oseb, ki so mlajše od 18 let in starejše od 41 let, tako da vzorčni model zajema 297 oseb. Vsebinsko nepravilno izpolnjenih anket ni bilo, ker so bila vprašanja oblikovana na način, ki omogoča samo označitev odgovora oz. odgovorov ali lestvice. Struktura analize anketnih vprašanj je v nadaljnjem besedilu podana zaporedno glede na sklop vprašalnika.

#### 4.1.1 PREGLED OSNOVNIH PODATKOV

Glede na starostno strukturo sem vzorec razdelila v štiri razrede, kar je prikazano na grafikonu številka 2.

**Grafikon 2: Struktura anketirancev glede na starost**



N = 297

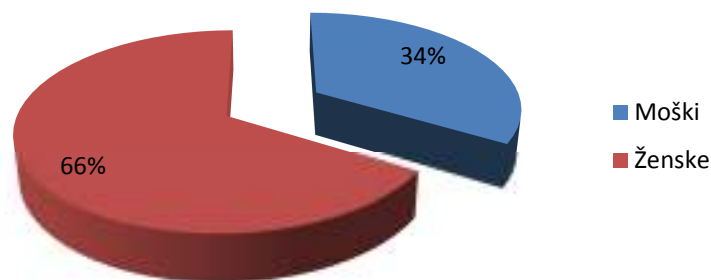
Vir: Lasten izračun, tabela 2.

Iz grafičnega prikaza je razvidno, da je največji delež anketiranih umeščen v starostno skupino od 24 do 29 let, in sicer kar 48 % oziroma 143 anketiranih, z 22 % deležem (64 anketiranih) sledi starostna skupina od 30 do 35 let in z odstotkom manj starostna skupina od 18 do 23 let. Pričakovano je na zadnjem mestu starostna skupina od 36 do 41 let (21 %).

Starostna skupina od 24 do 29 let zajema skoraj polovico vzorčnega okvirja. Razlog za takšno prevlado je mogoče iskati v popularnosti družabnega omrežja med mladimi, poleg tega je ta starostna skupina računalniško (uporaba računalnika in interneta) najbolj pismena. Morda imajo vpliv na takšno starostno strukturo lahko tudi »prijatelji«, ki jih imam na FB, in so izpolnili anketo ter povezavo posredovali še svojim prijateljem v okviru FB. Po podatkih, ki jih navaja RIS (raba interneta v Sloveniji), je prevladujoča skupina uporabnikov Facebooka glede na starost od 25 do 34 let (RIS, 2011).

Glede na spolno strukturo je anketo izpolnilo 197 žensk, kar predstavlja 66,3 %, in 100 moških ali 33,7 %. Rezultat je prikazan z grafikonom 3.

**Grafikon 3: Struktura anketirancev glede na spol**



N = 297

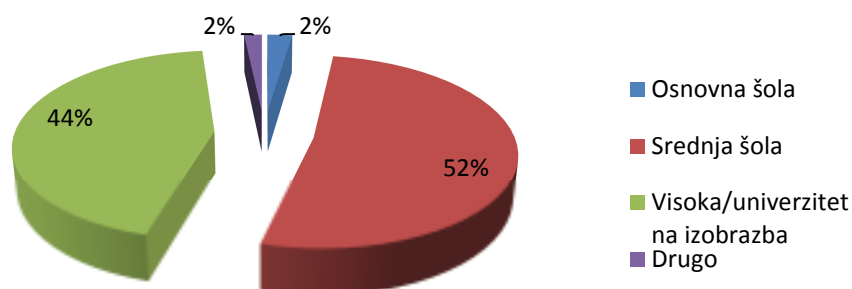
Vir: Lasten izračun, tabela 1.

Struktura udeleženk in udeležencev v anketi ni enakomerno porazdeljena. Tudi pri iskanju utemeljitve takega vzorca je mogoče zaslediti, da ne obstaja bistvenih razlik v spolni strukturi pri uporabnikih in uporabnicah FB. Enakomerno porazdelitev glede na spol navaja tudi RIS. Po raziskavi iz leta 2011 navajajo, da je 52 % moških in 48 % ženskih uporabnic družabnega omrežja FB (RIS, 2011). Študijo, ki bi utemeljila moj vzorčni okvir, je izvedel Zeynep Tufekcija, ki navaja, da je večja možnost, da bo oseba uporabljala katero od spletnih socialnih mrež, če je ženskega spola (Tufekci, 2008, str. 556). Menim, da je glavni razlog za tako spolno strukturo mogoče iskati predvsem v »ženski naravi«, ker smo nekoliko bolj kot moški nagnjene k izpolnjevanju anketnih vprašalnikov in večji intenzivnosti uporabe FB. Morda lahko svojo strukturo vzorca oprem tudi na hipotezo, »da ženske bolj intenzivno uporabljamo FB kot moški«. Omenjeno hipotezo je v svojem diplomskem delu postavila Rančigajeva, ki navaja, da ženske bolj pogosto in intenzivno uporabljajo FB, dlje časa preživijo na FB in na profil naložijo več fotografij, so bolj družabne v sklopu FB kot moški (po Rančigajevi, 2009, str. 92). S potrjeno hipotezo lahko utemeljim svoj vzorčni okvir, saj so ženske bolj odzivne in dejavne v spletnih socialnih

omrežjih kot moški – torej obstaja veliko večja verjetnost, da anketo izpolni ženska kot moški.

Glede na zaključeno stopnjo izobrazbe so anketirani razvrščeni v štiri skupine: osnovna šola, srednja šola, visoka ali univerzitetna šola in drugo. Anketirani v starostni skupini od 24 do 29 let imajo v večini zaključeno srednjo šolo – 52 % oziroma 154 anketiranih. 131 anketiranih (44,1 %) ima zaključeno visokošolsko/univerzitetno izobraževanje, nizek odstotek (2,4 %) predstavljajo anketiranci z osnovno šolo – 7 anketiranih.

**Grafikon 4: Struktura anketirancev glede na zaključeno stopnjo izobrazbe**

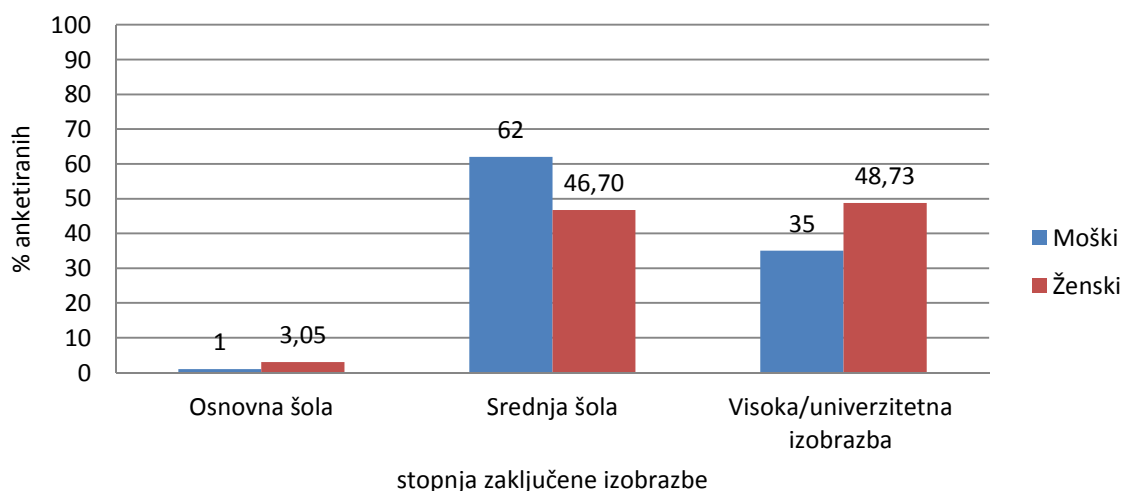


N = 297

Vir: Lasten izračun, tabela 3.

Zaradi nizkega deleža anketirancev, ki so navedli drugo (1,7 % oz. 5 oseb), bom v nadaljnji analizi omenjeno skupino »zanemarila«. Dve osebi več (torej 2,4 % oz. 7 anketiranih) imata zaključeno osnovno šolo, vendar bom to skupino namenoma vključila v analizo, saj je točno definirano, katero stopnjo izobrazbe imajo anketirani. Tako vzorec, ki analizira vprašanje glede na izobrazbo, zajema 292 anket; vsi ostali pa 297 anket.

**Grafikon 5: Struktura moških in žensk glede na zaključeno izobrazbo**



Vir: Lasten izračun, tabela 4.

Iz grafikona 5 je razvidno, da ima 62 % moških (62 moških) zaključeno srednjo šolo, 35 % je visoko ali univerzitetno izobraženih in le 1 % vprašanih ima zaključeno osnovno šolo. Delež žensk z zaključeno visoko oziroma univerzitetno izobrazbo je 48,7 % (96 žensk), s 46,7 % (92 žensk) sledijo ženske z zaključeno srednjo šolo, zaključeno osnovno šolo ima 3,1 % žensk (6 žensk).

## 4.2 PREDSTAVITEV REZULTATOV

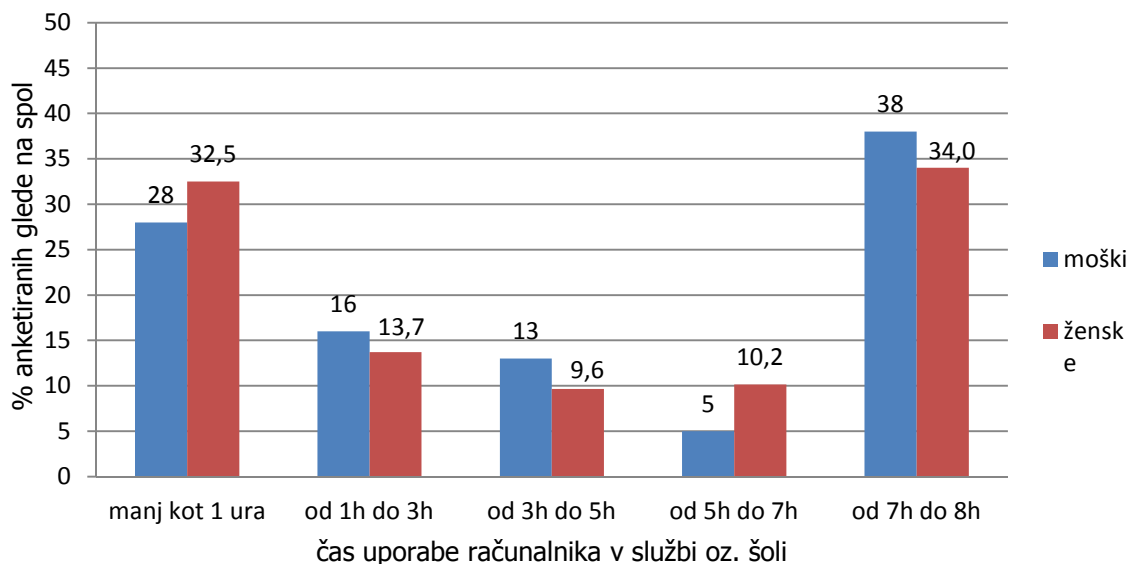
Osnovna deskriptivna in inferenčna statistika posameznih sklopov anketnega vprašalnika.

Prvi sklop vprašalnika se je nanašal na demografske podatke, zato je umeščen v predhodnem poglavju.

Drugi sklop vprašanj se nanaša na področje uporabe računalnika.

Na anketno vprašanje »Koliko ur dnevno uporabljate računalnik v službi (če ste zaposleni) oz. v šoli (če se izobražujete)?« je 34,0 % žensk (67) odgovorilo, da uporabljajo računalnik v službi/šoli od 7 do 8 ur dnevno, medtem ko 64 žensk (32,5 %) uporablja računalnik v službi manj kot eno uro. 38 moških (38,0 %) uporablja računalnik v službi od 7 do 8 ur dnevno. Največ anketiranih uporablja računalnik v službi/šoli v času od 7 do 8 ur (35,4 %) najmanj pa od 5 do 7 ur (8,4 %).

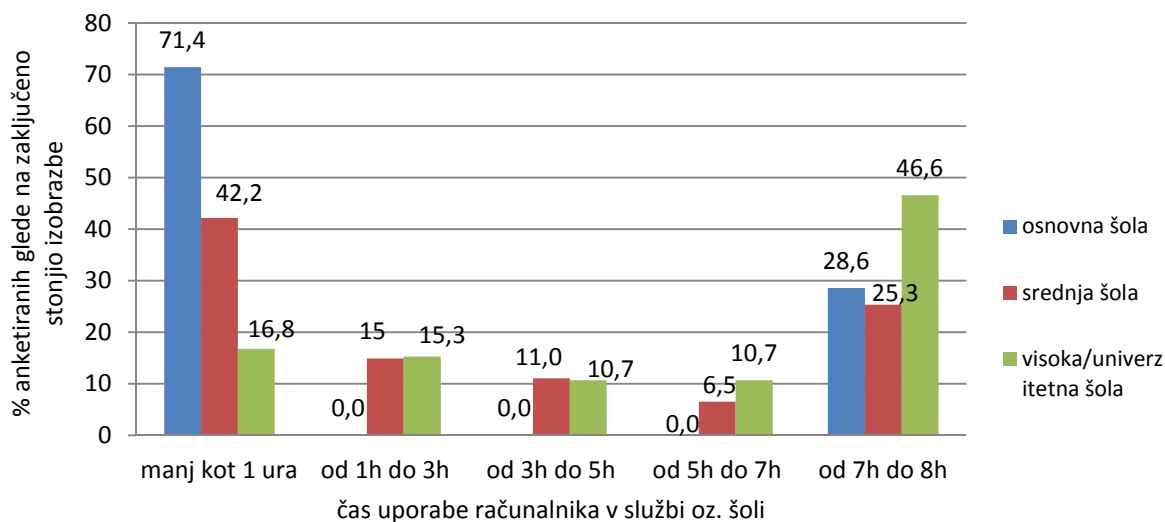
**Grafikon 6: Struktura anketirancev glede na spol in čas, ki ga porabijo v službi oz. šoli za delo z računalnikom**



Vir: Lastni podatki, tabela 5.



**Grafikon 7: Primerjava uporabe računalnika v službi oz. šoli glede na dokončano stopnjo izobrazbe**

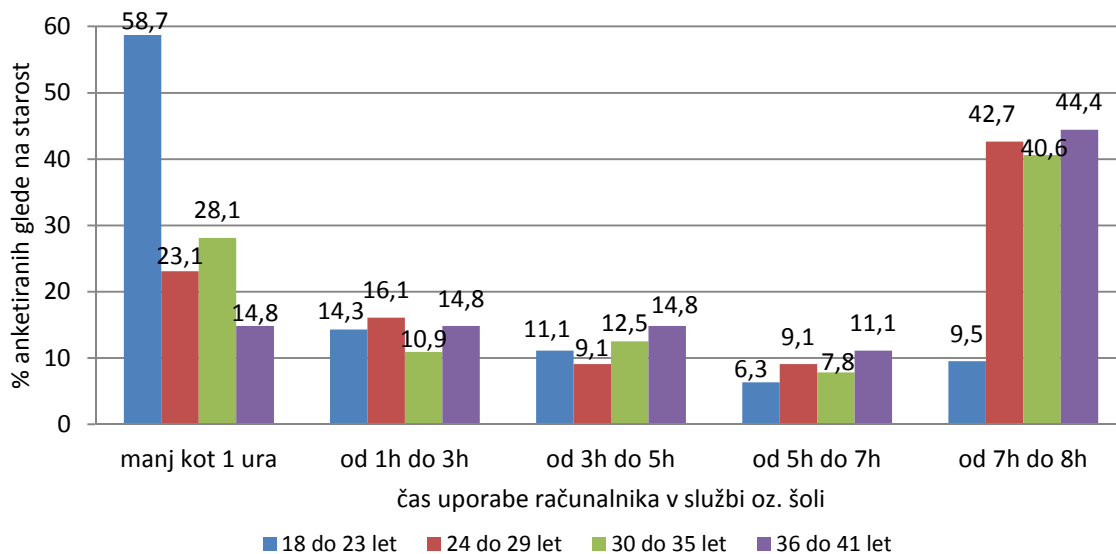


N = 292

Vir: Lastni podatki, tabela 6.

42,2 % vprašanih z zaključeno srednjo šolo (65) uporablja računalnik v službi/šoli manj kot eno uro dnevno. S 46,7 % deležem (102 anketirana) sledijo anketirani z zaključeno visoko/univerzitetno šolo. Opazovan vzorec se je razporedil polarno, saj na eni strani računalnik v službi/šoli uporablja 34,9 % vprašanih od 7 do 8 ur dnevno, 31,5 % vprašanih pa manj kot 1 uro dnevno. 71,4 % (5) vprašanih z zaključeno osnovno šolo uporablja računalnik v službi ali šoli manj kot eno uro, medtem ko 2 od 7 uporabljata računalnik do 7 do 8 ur.

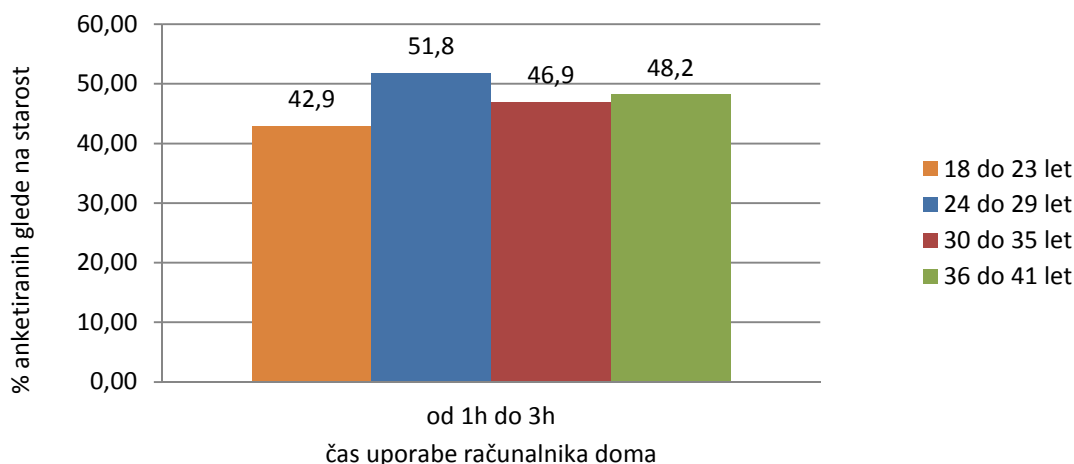
**Grafikon 8: Čas uporabe računalnika v službi oz. šoli glede na starost**



Vir: Lastni podatki, tabela 7.

Iz grafikona 8 je mogoče razbrati, da 58,7 % (37 vprašanih) starih med 18 do 23 let dnevno v službi oziroma šoli računalnik uporablja manj kot eno uro. Vse ostale starostne skupine navajajo, da v glavnini uporabljajo računalnik v službi ali šoli od 7 do 8 ur dnevno – v starostni skupini 24 do 29 let je delež omenjenih 42,7 % (61 vprašanih), 30 do 35 let, 40,6 % (26 vprašanih) in 44,44 % delež v starostnem razredu od 36 do 41 let (12 vprašanih).

**Grafikon 9: Uporaba računalnika doma glede na čas (1 do 3 ure) in starost**



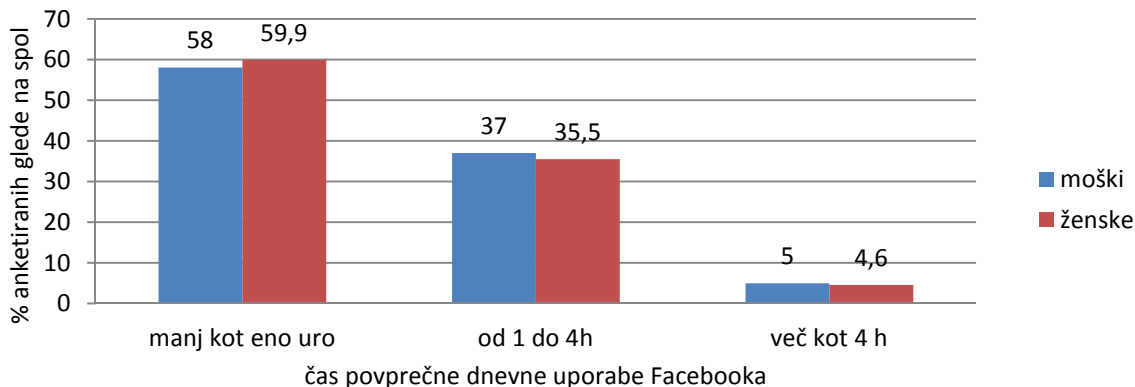
N = 297

Vir: Lastni podatki, tabela 10.

48,48 % delež (144 anketiranih) opazovane populacije dnevno doma uporablja računalnik od 1 do 3 ur; kar je 42,9 % (27 vprašanih) populacije v starosti od 18 do 23 let, 51,8 % (74 vprašanih) populacije v starosti od 24 do 29 let, 46,9 % (30 vprašanih) populacije v starosti od 30 do 35 let in 48,2 % populacije v starosti od 36 do 41 let.

Tretji sklop vprašanj se nanaša na uporabo socialnega omrežja Facebook.

**Grafikon 10: Povprečna dnevna uporaba Facebooka glede na spol**



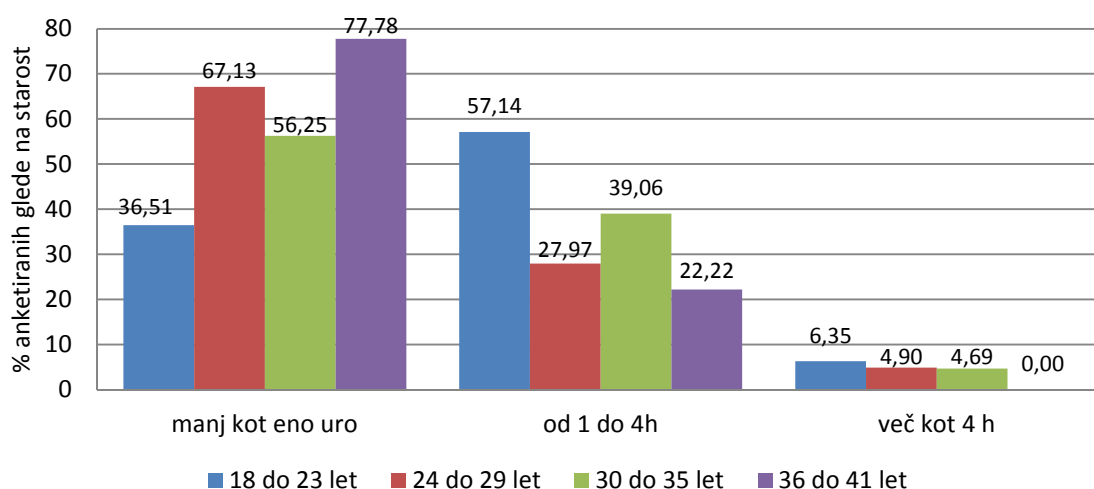
N=297 ( $X^2=0,106$ ;  $df=2$ ;  $p=0,948$ )

Vir: Lastni podatki, tabela 13.

Iz grafikona 10 je razvidno, da 59,9 % delež (118) vprašanih žensk in 58,0 % delež (58) moških v povprečju dnevno uporablja FB manj kot eno uro, 70 žensk oziroma 35,53 % navaja, da dnevno v povprečju uporabljajo FB od 1 do 4 ur, prav tako kot 37 moških (37,0 %). Najnižji delež uporabnikov Facebooka se nahaja v razredu uporabe več kot 4 ure – 5 moških (5 %) in 9 žensk (4,6 %).

Rezultat hi-kvadrat testa ( $p = 0,948$ ) nam pokaže, da ni statistično značilne povezave med spolom in povprečno dnevno uporabo Facebooka.

**Grafikon 11: Dnevna povprečna uporaba Facebooka glede na starost**

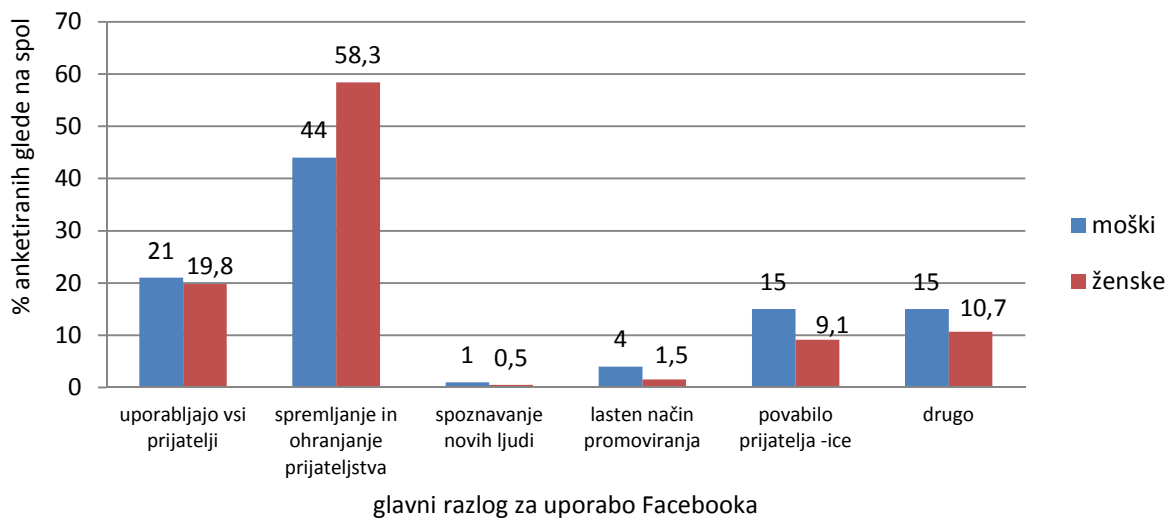


N=297

Vir: Lastni podatki, tabela 14.

Graf 11 prikazuje povpračno dnevno uporabo Facebooka na dan, glede na starost. Uporabniki Facebooka v starostni skupini od 36 do 41 let v 77,8% (21 vprašanih) uporabljajo Facebook v povprečju manj kot eno uro na dan. Nihče iz te starostne skupine dnevno v povprečju Facebook ne uporablja več kot 4h. Več kot polovica 57,1% (36 vprašanih) uporabnikov iz starostne skupine od 18 do 23 let uporablja Facebook dnevno v povprečju od 1 do 4h dnevno. Glavnina vprašanih v starostni skupini 24 do 29 let (67,1% oz. 96 vprašanih) in 30 do 35 let (56,3% oz. 36 vprašanih) povprečno dnevno uporablja Facebook manj kot eno uro.

**Grafikon 12: Glavni razlog, zakaj se je anketirani odločil za uporabo Facebooka, v odstotkih glede na spol**

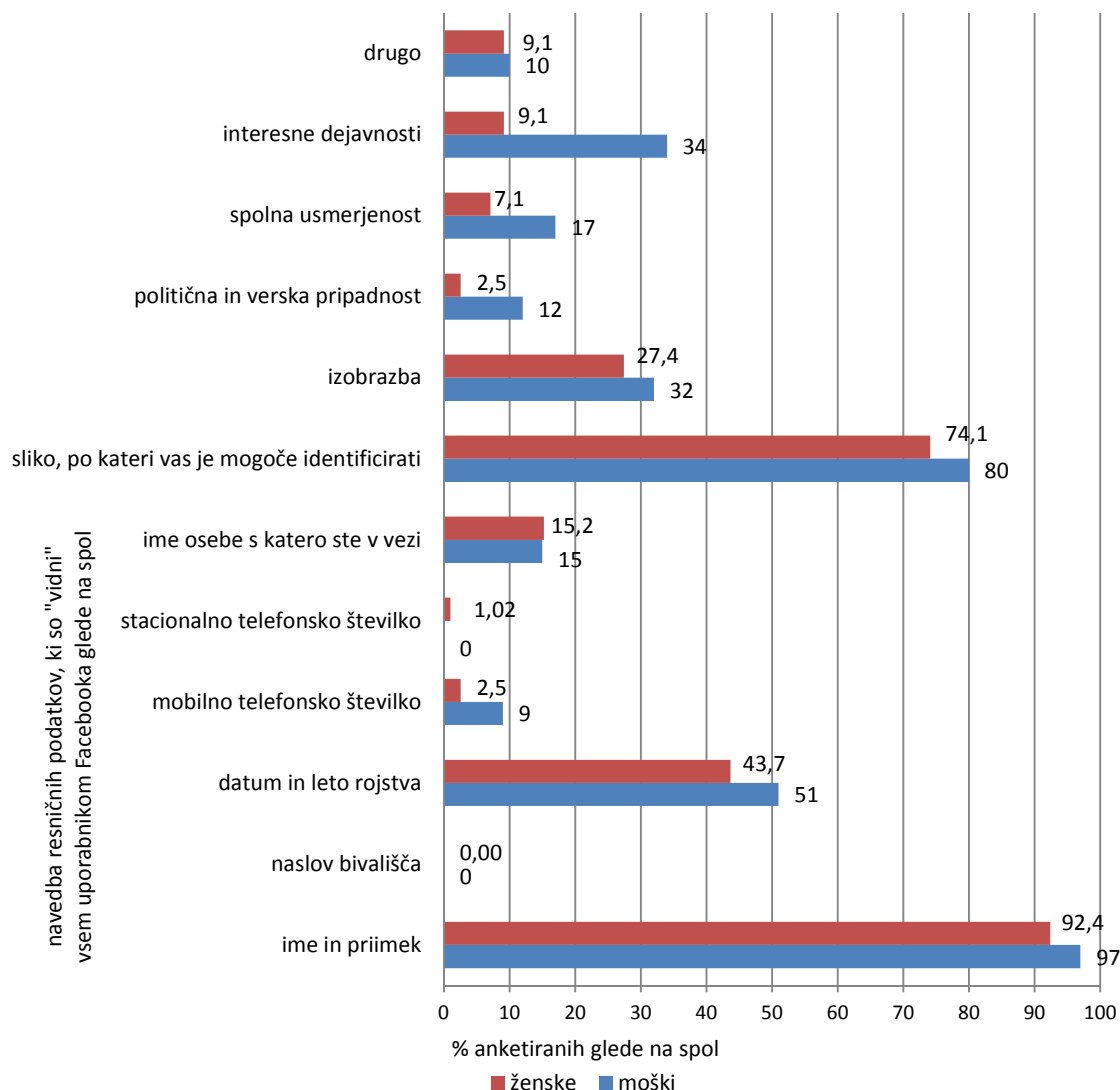


N = 297

Vir: Lastni podatki, tabela 15.

159 oseb, več kot polovica anketiranih (53,5 %), kot glavni razlog za uporabo socialnega omrežja FB navaja, da ga uporabljajo, »ker omogoča spremljanje in ohranjanje prijateljstva – 58,38 % žensk (115) in 44 % moških. 19,80 % vprašanih žensk Facebook uporablja, »ker ga uporabljajo vsi prijatelji«; moških, ki so se socialnemu omrežju pridružili iz istega razloga, je 21 oziroma 21 %. Tako moški kot ženske navajajo, da Facebook ne uporabljajo v namen spoznavanja novih ljudi (1 moški in 1 ženska).

**Grafikon 13: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) vsem, glede na spol**

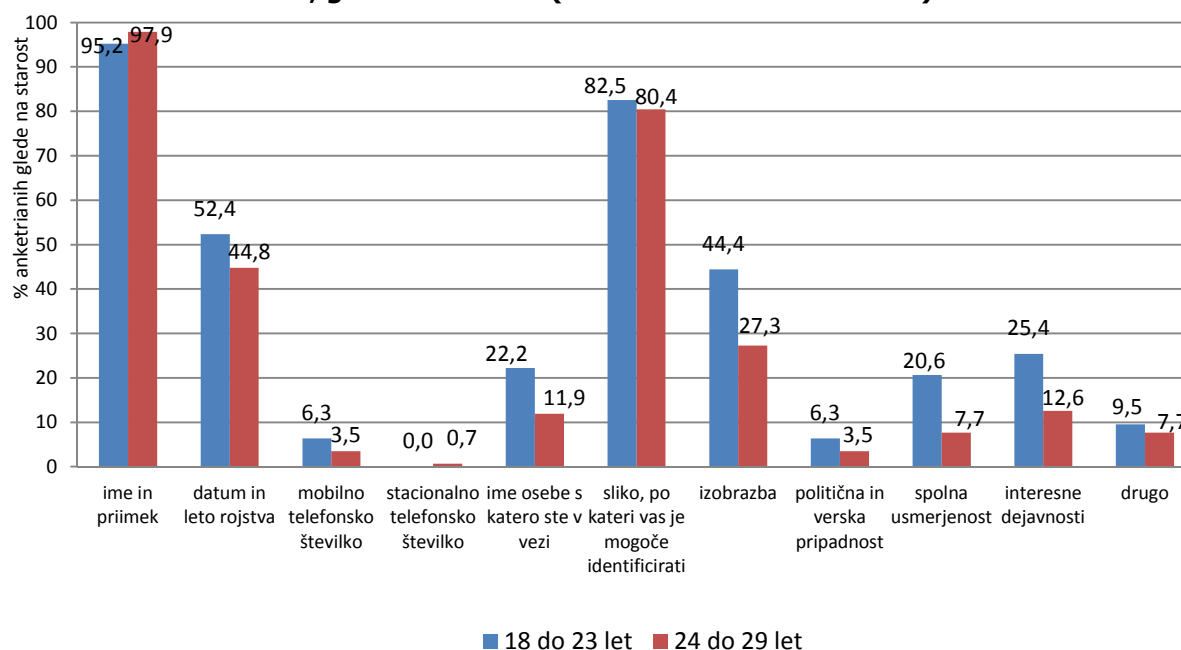


N = 297

Vir: Lasten, tabela 16.

279 (93,9 %) od 297 posameznikov, ki so sodelovali v anketi, navaja, da imajo na socialnem omrežju FB profil, ki vsebuje podatek o osebnem imenu (ime in priimek), nekoliko manjši delež je tistih, ki objavljajo sliko, iz katere jih je mogoče identificirati – 146 žensk oz. 74,1 % in 80 moških oz. 80,0 %. Tretji najpogostejši podatek, ki ga objavljajo tako moški kot ženske, sta datum in leto rojstva – ta podatek navaja 137 oseb oziroma 46,1 % vprašanih. Ženske so pri razkrivanju podatkov bolj previdne pri navedbi mobilne telefonske številke, to objavi 5 žensk (9 moških). Prav tako ženske redkeje kot moški razkrivajo podatek o politični in verski pripadnosti, spolni usmerjenosti in navedbi interesnih dejavnosti. Tako moški kot ženske kot »viden podatek vsem« ne navajajo stalnega oziroma začasnega bivališča. Noben moški ne navaja stacionarne telefonske številke, medtem ko jo 2 ženski – 1,0 % navajata.

**Grafikon 14: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) vsem, glede na starost (18 do 23 let in 24 do 29 let)**



navedba resničnih podatkov, ko so "vidni" vsem uporabnikom Facebooka

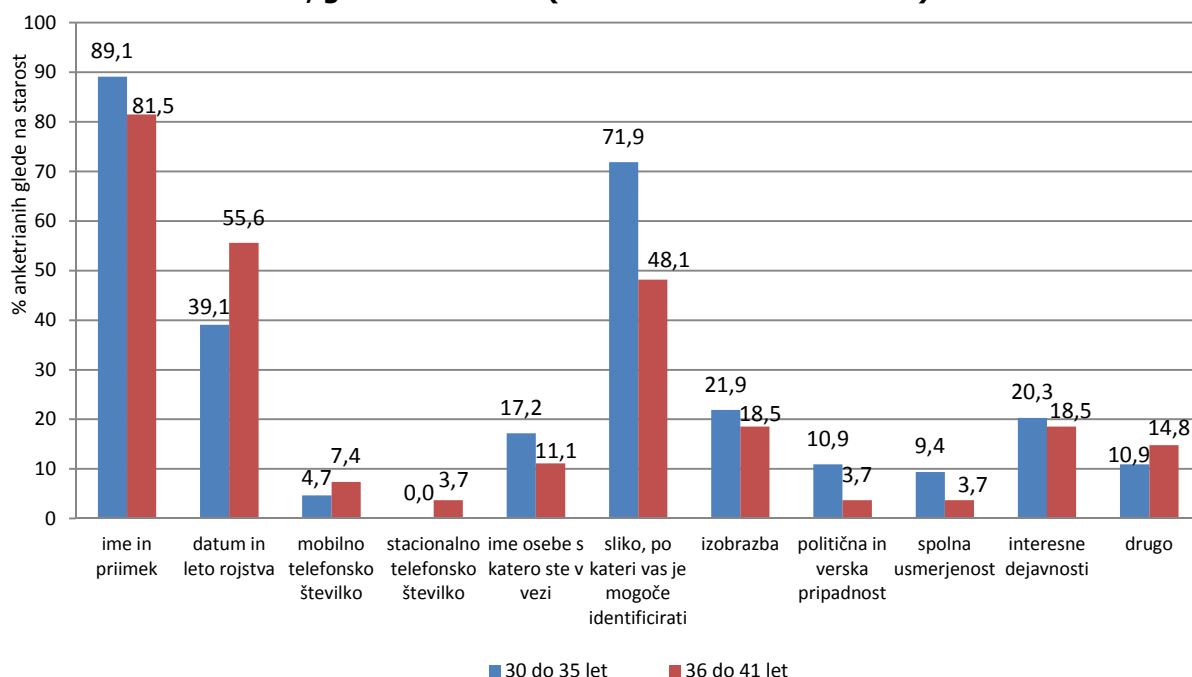
N = 297

Vir: Lasten, tabela 17.

Starostna skupina od 24 do 29 let v 97,9 % navaja ime in priimek, sledi objava slike, iz katere je osebo mogoče identificirati (80,4 %). 64 anketiranih na svojem profilu, ki je viden vsem, objavlja podatek o datumu in letu rojstva. V starostni skupini od 18 do 23 let anketirani v 95,2 % (60 vprašanih) razkrivajo ime in priimek, za 2,1 % več kot starostna skupina od 24 do 29 let objavljajo sliko, iz katere jih je mogoče identificirati. Anketirani v starostni skupini od 18 do 23 let pogosteje kot starostna skupina od 24 do 29 let »javno« objavljajo tudi mobilno telefonsko številko, ime osebe, s katero so v zvezi, izobrazbo, politično in versko pripadnost, spolno usmerjenost, interesne dejavnosti in ostale informacije.

Pri objavi podatkov, ki so vidni vsem, je najbolj previdna starostna skupina v letih od 36 do 41 let (grafikon 16). Člani FB v teh letih razkrivajo svoj podatek o imenu in priimku v 81,5 % oziroma 22 vprašanih, 13 jih objavi sliko, iz katere jih je mogoče identificirati, 15 (55,6 %) vprašanih razkriva datum in leto rojstva. Omenjena starostna skupina najmanjkrat od vseh starostnih skupin objavlja sliko, iz katere je uporabnika mogoče identificirati – 13 vprašanih (48,1 %). Starostna skupina od 30 do 35 let najpogosteje na svojem profilu razkriva podatek o imenu in priimku (89,1 %) ter sliko, ki omogoča identifikacijo anketiranega (71,9 %) oz. 46 vprašanih v omenjeni starostni skupini. Stacionarne telefonske številke iz starostne skupine od 30 do 35 let ne navaja nihče.

**Grafikon 15: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) vsem, glede na starost (30 do 35 let in 36 do 41 let)**

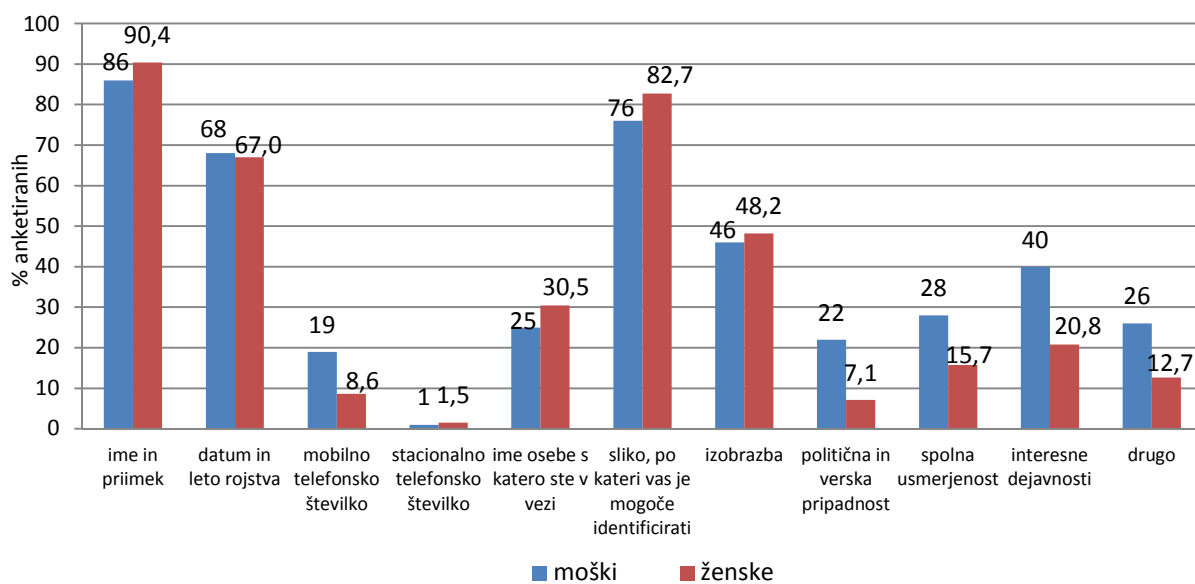


navedba resničnih podatkov, ki so "vidni" vsem uporabnikom Facebooka

N = 297

Vir: Lasten, tabela 17.

**Grafikon 16: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) samo prijateljem, glede na spol**



navedba resničnih podatkov, ki so "vidni" samo prijateljem

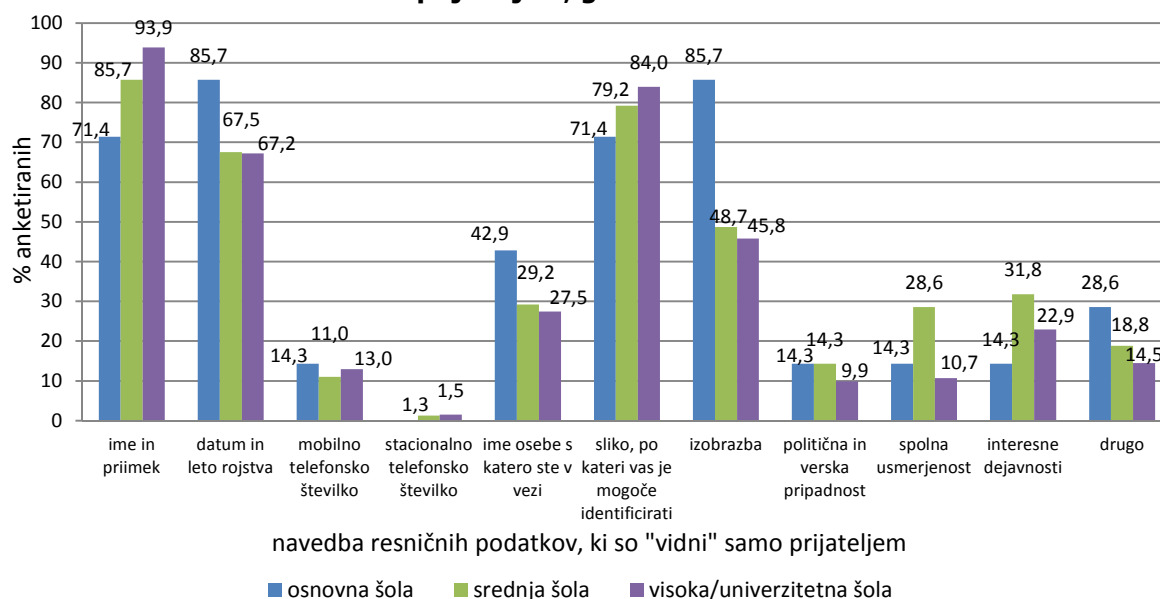
N = 297

Vir: Lasten, tabela 18.

Ženske osebno ime na profilu, ki je viden prijateljem, razkrijejo v 90,4 % (178), medtem ko moški v 86 % (86). Naslov bivališča na FB ne objavlja nobeden od vprašanih glede na

spol. Ženske in moški datum in leto rojstva v profilu, ki je viden prijateljem, objavljajo enako pogosto (moški 68 %, ženske 67 %). Ženske so na profilu, ki ima omejeno razkrivanje podatkov na skupino prijatelji, svojo mobilno številko delile s prijatelji v 17 primerih (8,6 %), moški v 19 (19 %). Ženske pogosteje od moških navajajo ime osebe, s katero so v zvezi (ženske 30,5 %, moški 25 %). Moški v profilu, ki je viden samo prijateljem, enkrat pogosteje kot ženske navajajo politično in versko pripadnost (moški 22 %, ženske 7,1 %), spolno usmerjenost (moški 28 %, ženske 15,7 %), interesne dejavnosti (moški 40 %, ženske 20,8 %) in drugo (moški 26 %, ženske 12,7 %).

**Grafikon 17: Navedba resničnih podatkov, ki so na Facebook profilu dostopni (vidni) samo prijateljem, glede na izobrazbo**



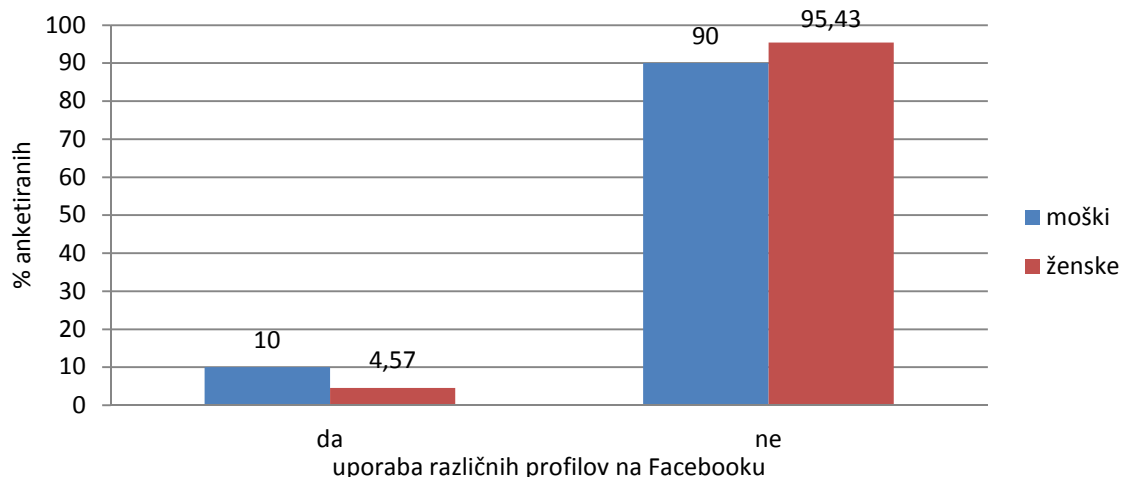
N = 292

Vir: Lasten, tabela 19.

Anketirani, ki imajo zaključeno srednjo šolo, na svojem FB profilu, ki je viden samo skupini »prijatelji«, objavljajo največje število podatkov, sledijo tisti z zaključeno visokošolsko/univerzitetno izobrazbo. Pri objavi mobilne in stacionarne telefonske številke ni bistvenih razlik glede na zaključeno stopnjo izobrazbe. Največja razlika se kaže pri objavi spolne usmerjenosti; 44 oziroma 28,6 % anketiranih z zaključeno srednjo šolo prijateljem razkrije podatek o spolni usmerjenosti, medtem ko je delež vprašanih z zaključeno visoko/univerzitetno šolo le 10,7 %.



**Grafikon 18: Uporaba dveh ali več različnih Facebook profilov glede na spol**



N = 297 ( $X^2 = 3,268$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,071$ )

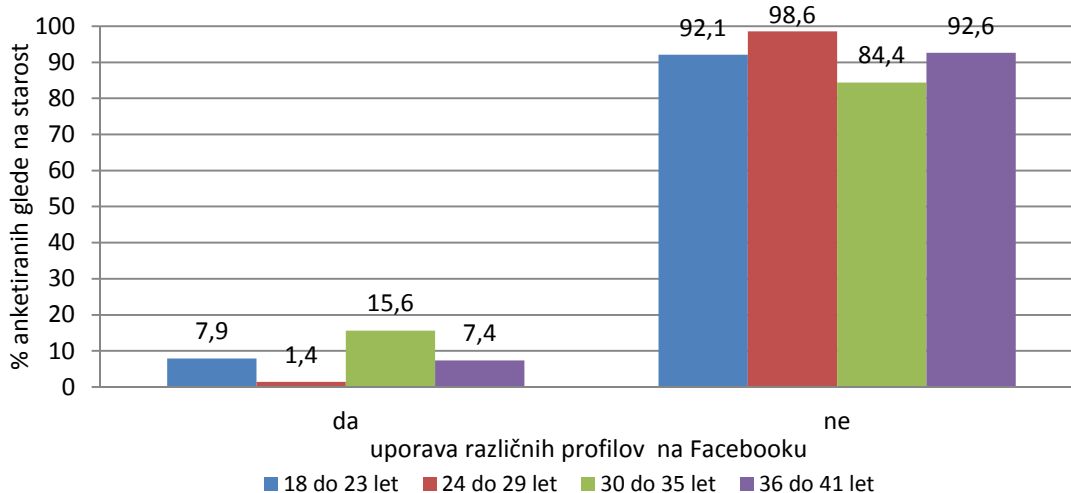
Vir: Lasten, tabela 20.

Iz grafikona 18 je razvidno, da le 19 vprašanih uporablja dva ali več FB profilov (10 % moških in 4,57 % žensk). 90 od 100 moških (90 %) navaja, da uporablja en profil, pri ženskah je razmerje še višje – 188 od 197 žensk uporablja en FB profil.

Rezultat hi-kvadrat testa ( $p = 0,071$ ) nam pokaže, da ni statistično značilne povezave med moškimi in ženskami, ki uporabljajo dva ali več različnih Facebook profilov.

Glede na starostno strukturo je iz grafikona 19 razvidno, da je največji delež tistih, ki uporabljajo dva ali več FB profilov, starih od 30 do 35 let. Pet oseb (7,9 %) v starostni skupini od 18 do 23 let se poslužuje dveh ali več profilov, ter 2 (1,4 %) v starostni skupini od 24 do 29 let in 2 v starosti od 36 do 41 let, kar predstavlja 7,4 % omenjene populacije.

**Grafikon 19: Uporaba dveh ali več različnih Facebook profilov glede na starost**

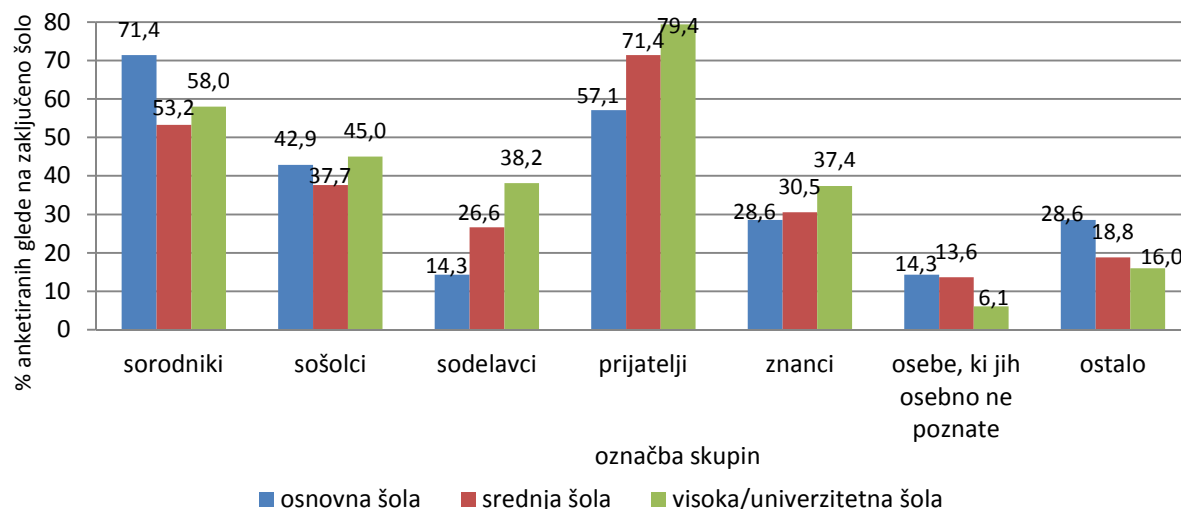


N = 297 ( $X^2 = 15,517$ ;  $df = 3$ ;  $p = 0,01$ )

Vir: Lasten, tabela 21.

Rezultat hi-kvadrat testa ( $p = 0,01$ ) nam pokaže, da so statistično značilne povezave med moškimi in ženskami, ki uporabljajo dva ali več različnih Facebook profilov glede na starost.

**Grafikon 20: Označba skupin »prijateljev« na Facebooku glede na izobrazbo**



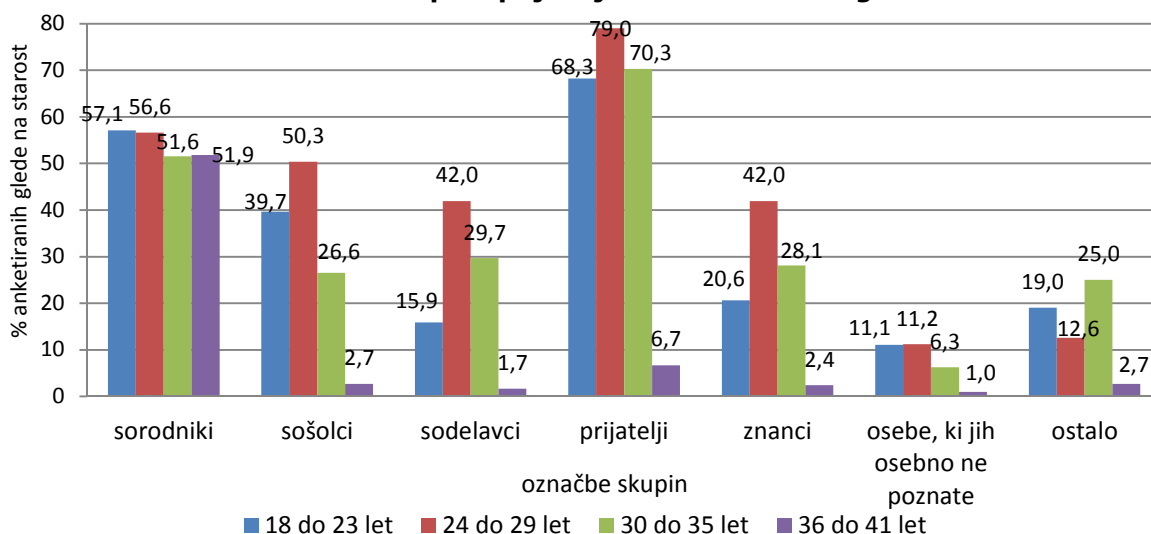
N = 292

Vir: Lasten, tabela 22.

218 od 292 (75 %) anketiranih ima na FB označeno skupino »prijatelji«, 163 oseb ima skupino sorodniki, najmanj anketiranih pa ima ustvarjeno skupino »osebe, ki jih ne poznate«, in sicer 30 od 292 anketiranih.

Vprašani z zaključeno osnovno šolo (71,4 %) imajo najpogosteje označeno skupino na FB »sorodniki«, medtem ko imajo osebe z zaključeno srednjo in visoko/univerzitetno šolo na FB profilu najpogosteje označeno skupino »prijatelji« (srednja šola 71,4 % oz. 110 vprašanih, visoka/univerzitetna 79,4 % oz. 104 vprašani). Osebe z zaključeno osnovno šolo imajo v 28,6 % označeno skupino ostalo in z enakim deležem skupino znanci; najmanj jih ima skupino sodelavci – 14,3 %. Anketirani z zaključeno srednjo šolo imajo v svojem profilu FB označeno skupino sorodniki v 53,2 % (82 oseb), sledi skupina sošolci in znanci. Visokošolsko/univerzitetno izobraženi anketirani najpogosteje oblikujejo skupino prijatelji, sledi skupina sorodniki in sodelavci ter v najmanjšem deležu 6,1 % skupina »osebe, ki jih osebno ne poznate«.

**Grafikon 21: Označba skupin »prijateljev« na Facebooku glede na starost**

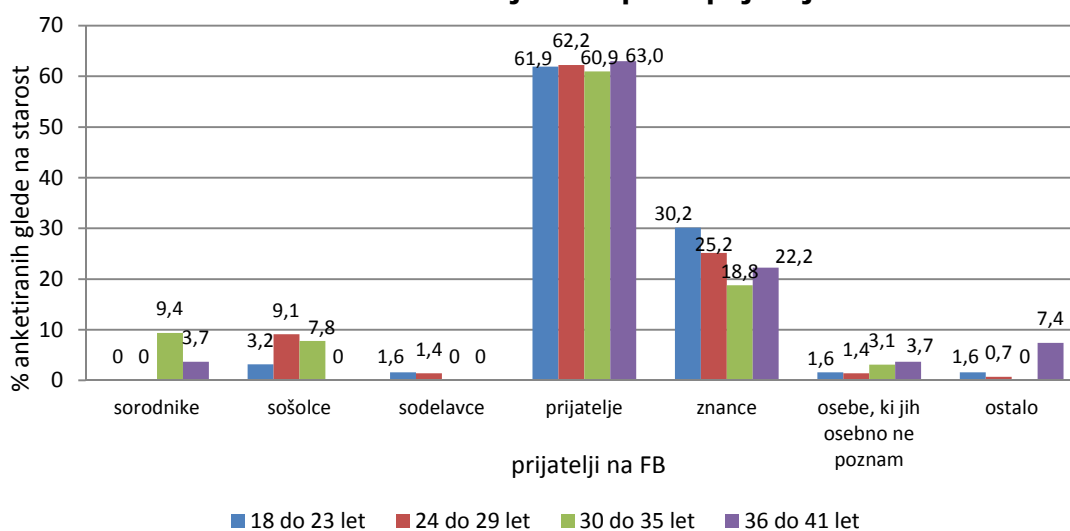


N = 297

Vir: Lasten, tabela 23.

Grafikon 21 prikazuje označbo skupin na socialnem omrežju FB glede na starost. Anketirani v starostni skupini od 24 do 29 let imajo najpogosteje označeno skupino prijatelji – 79 % (113 vprašanih), sledi označba skupine sorodniki – 56,6 % (81 vprašanih), sošolci (50,3 %) in sodelavci; na splošno je mogoče oceniti, da ima ta starostna skupina največje število označb skupin. Pri označbi skupine »sorodniki« so glede na starostne razrede najmanjša odstopanja. Najstarejša starostna skupina (od 36 do 41 let) ima najmanjše število označb skupin; 51,9 % omenjene populacije ima označeno skupino sorodniki, s 6,7 % oz. 20 vprašanih sledi skupina »prijatelji«, 2,7 % navaja označbo skupine »sošolci« in »ostalo«.

**Grafikon 22: Prevladujoča skupina »prijateljev«**

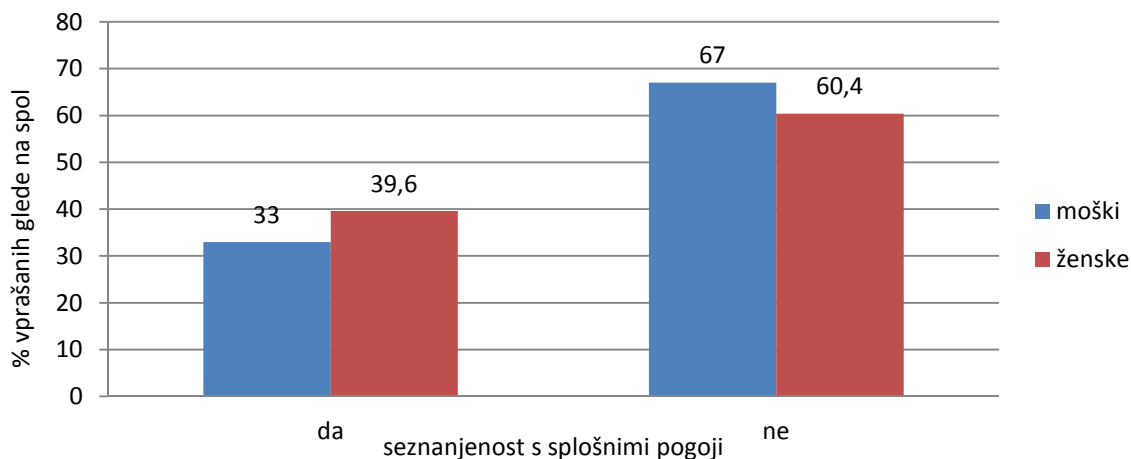


N=297

Vir: Lasten, tabela 25.

Grafikon 22 prikazuje »vrsto« prijateljev, ki jih ima posameznik glede na starost. Očitno je, da imajo vse štiri starostne skupine največ »prijateljev« med prijatelji (vse skupine med 60,9 % in 63 %), sledi skupina znanci. V starostni skupini od 18 do 23 let in od 24 do 29 let nihče ne navaja, da so sorodniki v večini prijatelji na njihovem FB profilu; največji delež (9,4 %), ki ima sorodnike kot prevladujoče prijatelje, je v razredu starih od 30 do 35 let. Zanimivo je, da 6 oseb navaja, da imajo med prevladujočimi prijatelji »osebe, ki jih osebno ne poznajo«.

**Grafikon 23: Ali ste pred vzpostavitvijo/uporabo Facebooka prebrali splošne pogoje (glede na spol)?**

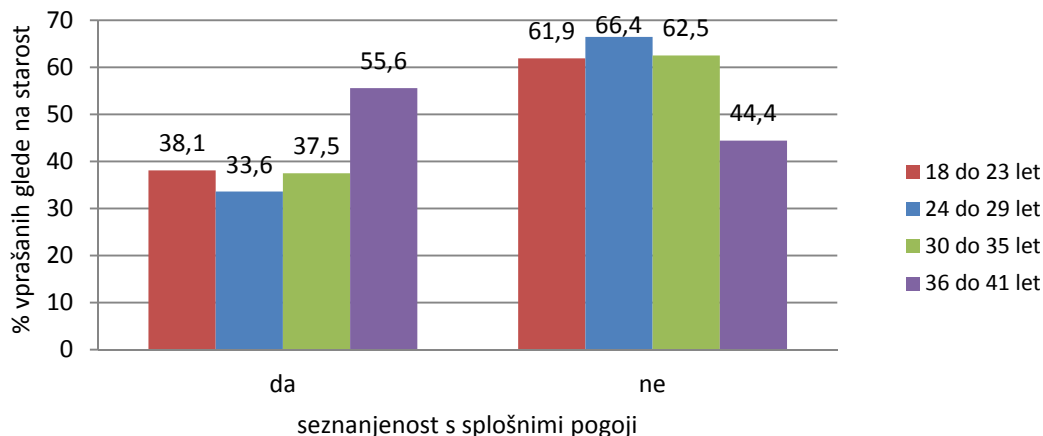


N = 297

Vir: Lasten, tabela 26.

Grafikon 23 prikazuje število oseb, ki so pred vzpostavitvijo oziroma uporabo FB prebrali splošne pogoje – takih je manj kot polovica. 39,6 % (78) žensk in 33,0 % (33) moških navaja, da so pred vzpostavitvijo profila na socialnem omrežju FB prebrali splošne pogoje; delež moških, ki niso prebrali splošnih pogojev, je 67,0 % (67 moških). Žensk, ki niso prebrale splošnih pogojev, je 119 oziroma 60,4 %.

**Grafikon 24: Ali ste pred vzpostavitvijo/uporabo Facebooka prebrali splošne pogoje (glede na starost)?**



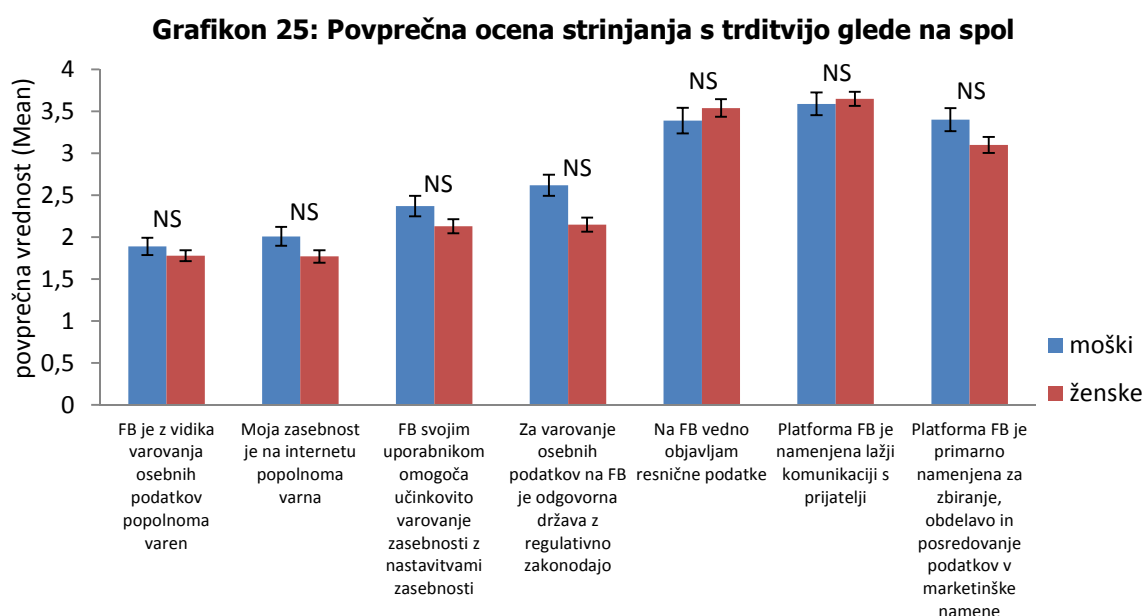
N = 297

Vir: Lasten, tabela 28.

Grafikon 24 prikazuje delež oseb glede na starost, ki so in niso prebrale splošnih pogojev pred vzpostavitvijo/uporabo FB profila. 38,1 % oziroma 34 oseb v starostnem razredu od 18 do 23 let je prebralo splošne pogoje pred vzpostavitvijo/uporabo FB profila, medtem ko je 33,6 % oziroma 84 oseb iz starostnega razreda od 24 do 29 let prebralo splošne pogoje – s tem ima omenjena starostna skupina najmanjši delež oseb, ki so prebrale splošne pogoje. Edina skupina, ki presega polovico svoje populacije in je prebrala splošne pogoje, je starostna skupina od 36 do 41 let – 55,6 % anketiranih iz slednje skupine je prebralo splošne pogoje pred vzpostavitvijo/uporabo FB profila.

Četrty sklop vprašanj: odnos do Facebooka

Podatki četrtega sklopa vprašanj za grafikon št.: 25 in 26 sta obdelana s pomočjo t testa. Grafikona 27 in 28 sta obdelana na osnovi testa anova. Podatki zajemajo povprečne vrednosti za posamezne trditve glede na obravnavane kategorije.



\*\*\* p < 0.001; \*\* p < 0.01; \* p < 0.05; NS = ni statistično pomembnih razlik

N = 297

Vir: Lasten, tabela 29.

Trditev »FB je z vidika varovanja osebnih podatkov popolnoma varen« moški v povprečju ocenjujejo višje kot ženske, vendar ne statistično značilno višje, kar pomeni, da se tako moški kot ženske v večini zavedajo, da FB ne varuje osebnih podatkov posameznika.

Moški ocenjujejo, da je njihova zasebnost v okviru interneta bolj varna kot zasebnost na FB, saj ima trditev »Moja zasebnost je na internetu popolnoma varna« višjo oceno kot varovanje osebnih podatkov na FB.

FB uporabniki trditev »FB svojim uporabnikom omogoča učinkovito varovanje zasebnosti z nastavitvami zasebnosti« ocenjujejo višjimi vrednostmi, kar pomeni, da se s to trditvijo vprašani strinjajo v večji meri kot s prvima dvema.

Anketirani se v visoki meri strinjajo s trditvijo, da je »platforma FB namenjena lažji komunikaciji s prijatelji – ženske v povprečju trditev ocenjujejo z oceno 3,7, moški 3,6, kar pomeni, da se uporabniki FB strinjajo s trditvijo.

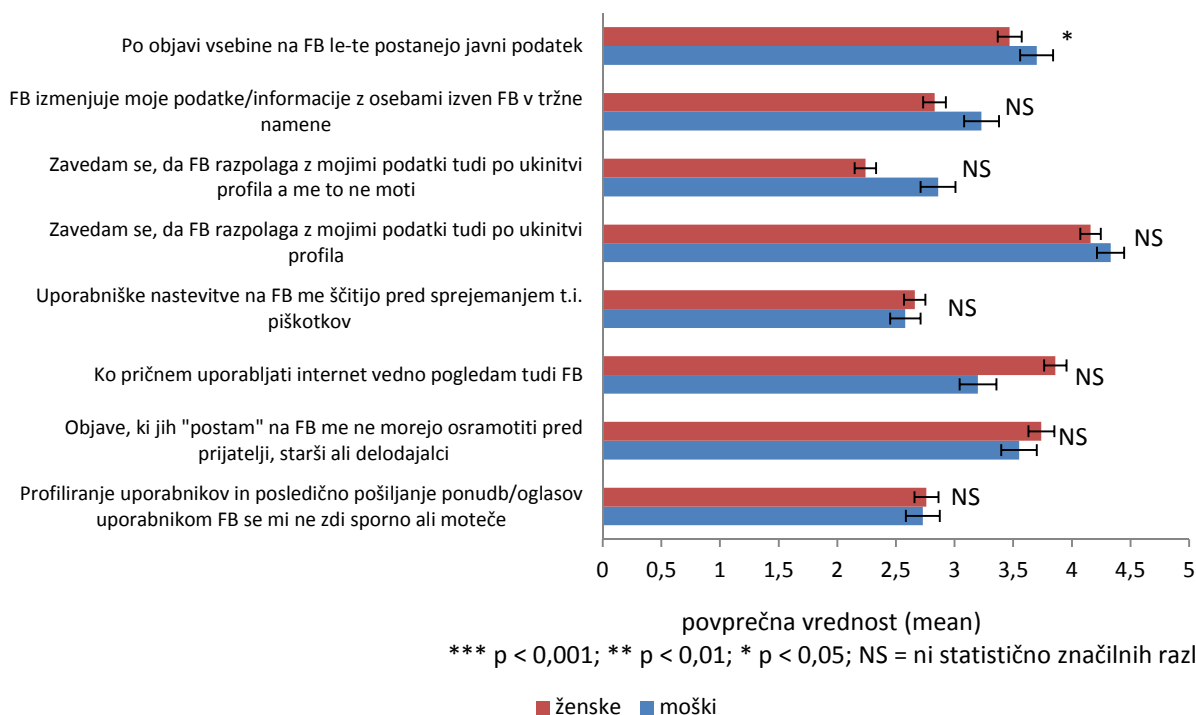
Moški v povprečju z 2,6 ocenjujejo, da je »za varovanje osebnih podatkov na FB odgovorna država z regulativno zakonodajo, ženske trditev v povprečju ocenjujejo z 2,2 – kar pomeni, da se s trditvijo ne strinjajo.

Tako ženske (3,5) kot moški (3,4) imajo nevtralno (ambivalentno) stališče do trditve »Na FB objavljajo resnične podatke«.

Trditev »Platforma FB je primarno namenjena za zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov v marketinške namene« moški v povprečju ocenjujejo s 3,4, ženske 3,1, kar pomeni, da imajo oboji nevtralno (ambivalentno) stališče do omenjene trditve.

Rezultati t-testov niso pokazali statistično pomembnih razlik med moškimi in ženskami pri stopnji strinjanja z različnimi trditvami.

**Grafikon 26: Povprečna ocena strinjanja s trditvijo glede na spol**



N = 297

Vir: Lasten, tabela 29.

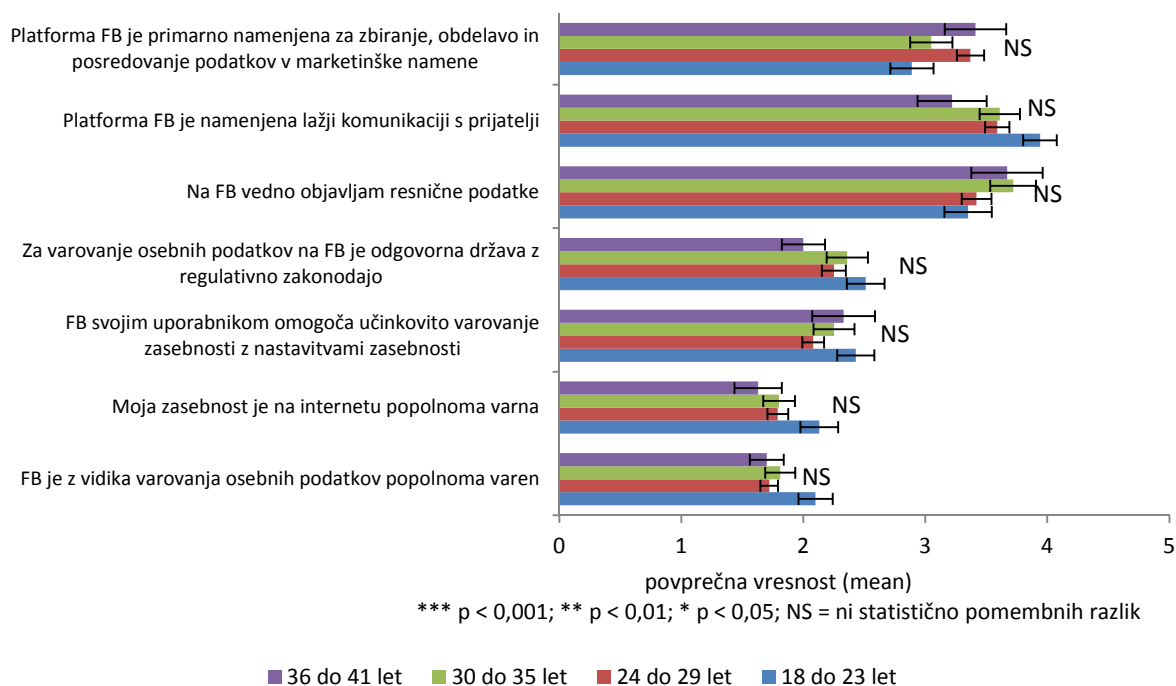
Tako moški kot ženske se zavedajo, da FB razpolaga z njihovimi osebnimi podatki tudi po ukinitvi profila – njihovo zavedanje potrjuje visoka povprečna ocena – moški 4,3, ženske 4,2.

Ženske moti dejstvo, da FB razpolaga z njihovimi podatki tudi po ukinitvi profila, saj se s trditvijo v povprečju ne strinjajo (2,2). Moški do trditve »Zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila, a me to ne moti« nimajo stališča – povprečna ocena 2,9. Tako moški kot ženske se glede profiliranja uporabnikov in posledično pošiljanje ponudb/oglasov v povprečju odločajo nevtralnno, saj je povprečna vrednost ocen za moške dosegla vrednost 2,7, za ženske pa 2,8. Podoben odnos imajo uporabniki FB do trditve »Uporabniške nastavitve na FB me ščitijo pred sprejemanjem t. i. piškotkov«.

Moški trditev »Po objavi vsebine na FB te postanejo javni podatek« ocenjujejo s 3,7, kar pomeni, da se s trditvijo strinjajo, ženske trditev v povprečju ocenjujejo nekoliko nižje s povprečno oceno 3,5. Med moškimi in ženskami obstajajo statistično pomembne razlike. Ženske do trditve »FB izmenjuje moje podatke/informacije z osebami zunaj FB v tržne namene« nimajo stališča (2,8), trditev ocenjujejo bolj negativno kot moški (3,2), vendar je trditev v obeh primerih ocenjena.

Rezultati t-testov so pokazali statistično pomembno razliko med moškimi in ženskami pri oceni stopnje strinjanja s trditvijo »po objavi vsebine na FB le-te postanejo javni podatek: moški se bolj strinjajo s to trditvijo kot ženske (p < 0,055). Pri nobeni drugi trditvi ni bilo statistično pomembnih razlik med odzivom moških in žensk.

**Grafikon 27: Povprečna ocena strinjanja s trditvijo glede na starost**



N = 297

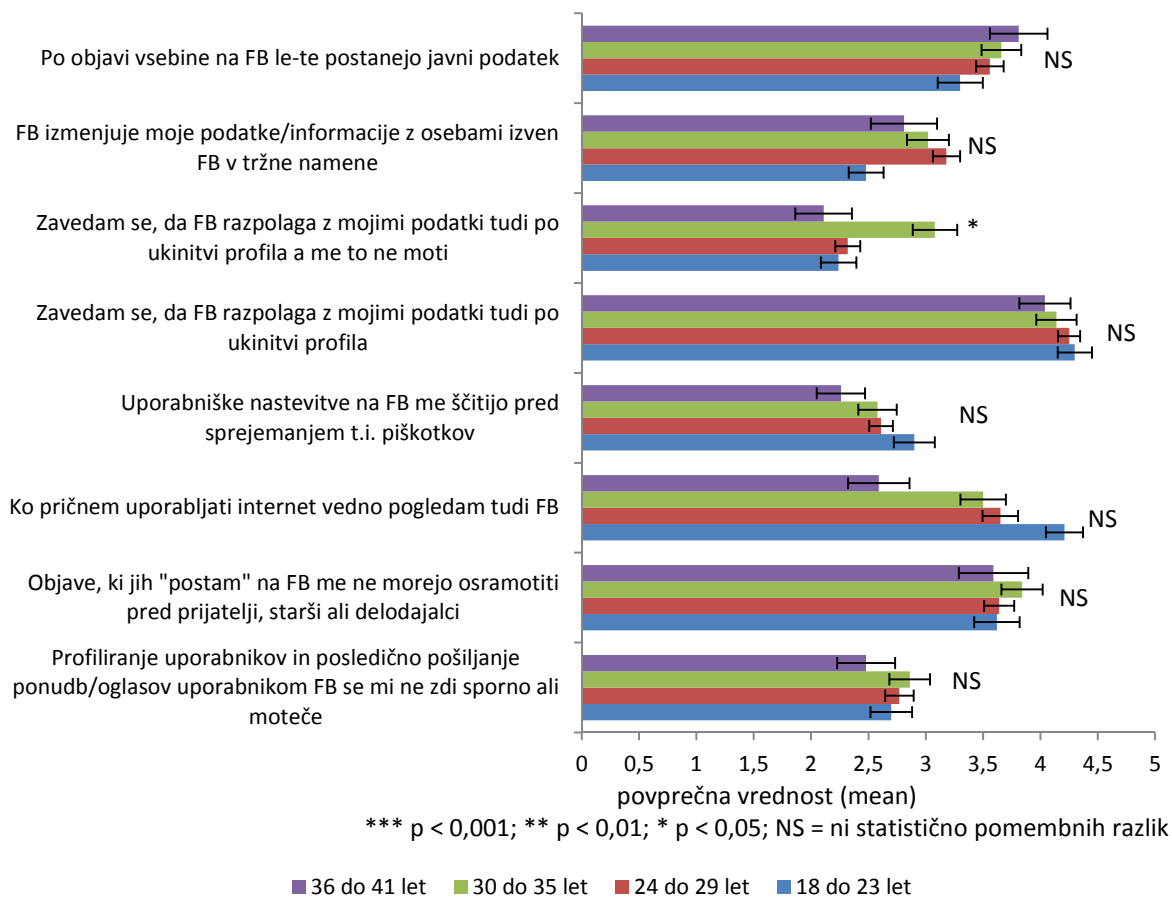
Vir: Lasten, tabela 30.

Trditev »FB je z vidika varovanja osebnih podatkov popolnoma varen« vse starostne skupine ocenjujejo negativno – s trditvijo se ne strinjajo; enako velja za trditev »moja zasebnost je na internetu popolnoma varna«, »FB svojim uporabnikom omogoča učinkovito varovanje zasebnosti z nastavitvami zasebnosti« in »Za varovanje osebnih podatkov na FB je odgovorna država z regulativno zakonodajo«.

Da je platforma FB namenjena lažji komunikaciji s prijatelji, se v največji meri strinjajo anketirani v starostni skupini od 18 do 23 let – trditev v povprečju ocenjujejo s 3,9. Najbolj neopredeljena do te trditve je starostna skupina od 36 do 41 let (3,2). Močnejše strinjanje je pri tej skupini mogoče zaznati pri trditvi, da je »platforma FB namenjena za zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov v marketinške namene (3,4).

Rezultati testirani s pomočjo anove niso pokazali statistično pomembnih razlik glede na starost anketiranih pri stopnji strinjanja z različnimi trditvami.

**Grafikon 28: Povprečna ocena strinjanja s trditvijo glede na starost**



N = 297

Vir: Lasten, tabela 30.

V največji meri se uporabniki FB vseh starostnih skupin strinjajo s trditvijo »Zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila«; povprečna ocena se giblje od 4,0 do 4,3.



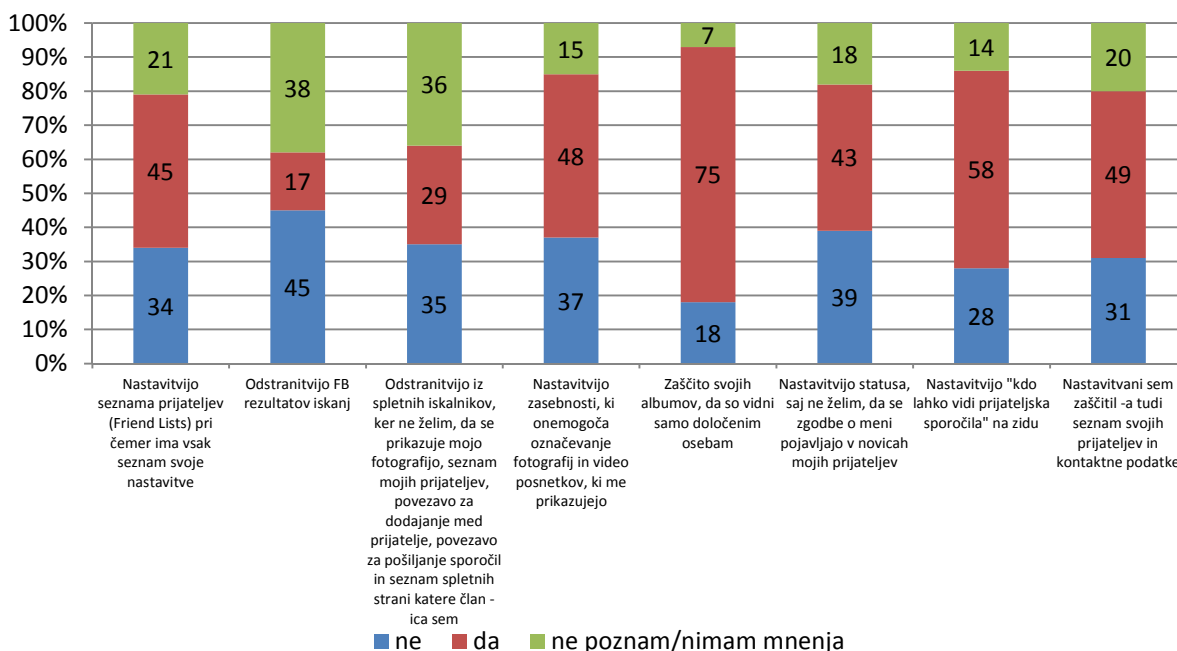
Trditvev »Zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila, a me to ne moti« anketirani v starostni skupini od 18 do 23 let (2,2), 24 do 29 let (2,3) in 36 do 41 let (2,1) ocenjujejo negativno – se s trditvijo ne strinjajo, medtem ko starostna skupina od 30 do 35 let do trditve nima mnenja. Glede na starost pri tej trditvi obstajajo statistično pomembne razlike.

Najmočnje se s trditvijo »Ko pričnem uporabljati internet, vedno pogledam tudi FB« strinja starostna skupina od 18 do 23 let – 4,2, najmanj pa skupina od 36 do 41 let, ki do trditve nima mnenja (2,6).

S trditvijo »Po objavi vsebine na FB te postanejo javni podatek« se najbolj strinja starostna skupina od 36 do 41 let (3,8) in najmanj starostna skupina od 18 do 23 let (3,3).

Rezultati testirani s pomočjo anove niso pokazali statistično pomembnih razlik glede na starost; razen pri trditvi kjer so vprašani ocenjevali trditvev »zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila a me to ne moti. Pri omenjeni trditvi starostna skupina od 30 do 35 let močno izstopa – anketirani se zavedajo razpolaganja s podatki, ki so jih objavili in jih moti, da upravlja z njimi razpolaga tudi po ukinitvi profila ( $p < 0,042$ ).

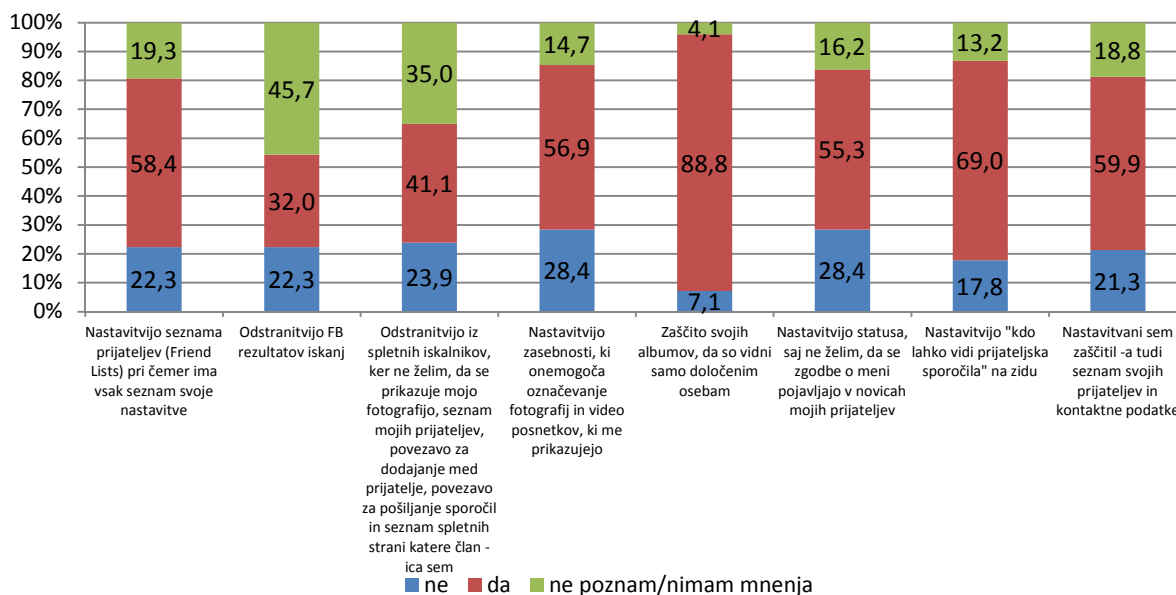
**Grafikon 29: Varstvo zasebnosti na FB – moški**



N = 297

Vir: Lasten, tabela 34.

**Grafikon 30: Varstvo zasebnosti na FB – ženske**



N = 297

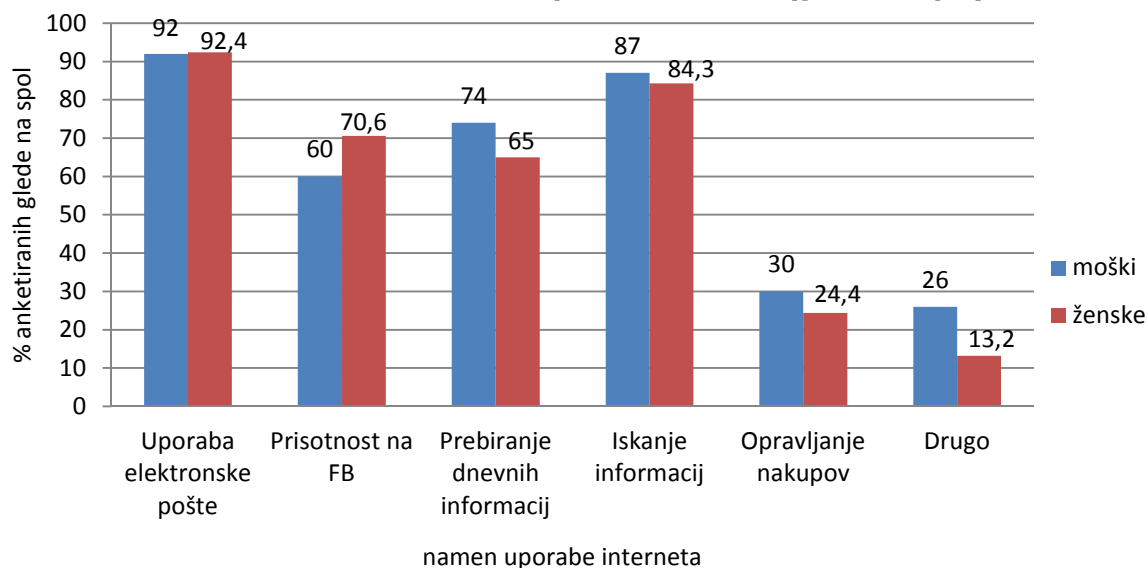
Vir: Lasten, tabela 34.

Ženske v primerjavi z moškimi bolj skrbijo za zaščito albumov. 88,8 % (175) žensk navaja, da zaščitijo svoje albume, da so vidni samo določenim osebam, medtem ko zaščito albumov nastavi 75 % (75) moških. Več kot polovica moških 58 (58 %) in 136 žensk (69 %) uporablja na profilu FB nastavitve, »kdo lahko vidi prijateljska sporočila« na zidu.

V 49 % (49) moški z nastavitvami zasebnosti ščitijo tudi seznam prijateljev in kontaktne podatke, prav tako to nastavitve uporablja 59,9 % (118) žensk. 48 % (48) moških in 56,9 % (112) žensk zasebnost ščiti z nastavitvijo, ki onemogoča označevanje fotografij in videoposnetkov, ki jih prikazujejo. 45 % (45) moških ima oblikovane skupine prijateljev in za vsako skupino določene nastavitve, to storitev uporablja večji delež žensk, in sicer 58,4 % (115). Moški v 38 % (38) ne poznajo nastavitve zasebnosti »odstranitev iz FB rezultatov iskanj; delež žensk, ki te nastavitve ne poznajo je višji, in sicer 45,7 % (90). Moški svoje zasebnosti ne ščitijo z nastavitvijo »odstranitev iz FB rezultatov iskanj« v 45 % (45) medtem, ko te storitve ne uporablja pol manj žensk – 22,3 % (44).

## Peti sklop vprašanj: uporaba interneta

**Grafikon 31: Glavni namen uporabe interneta (glede na spol)**

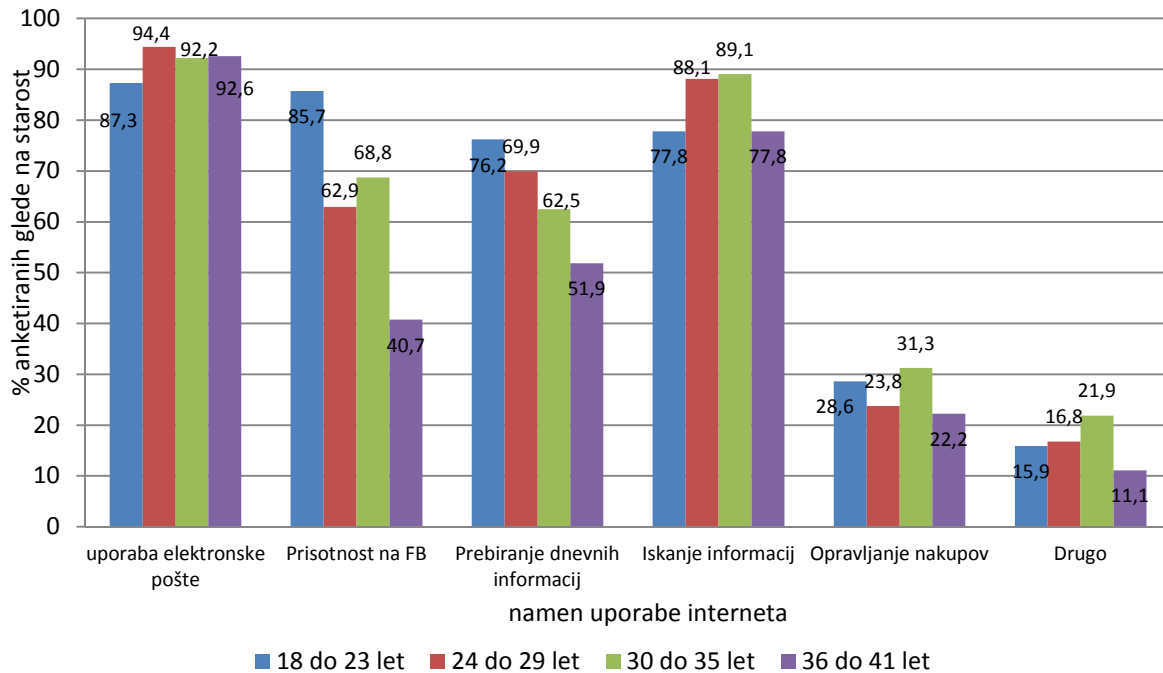


N = 297

Vir: Lasten, tabela 37.

Grafikon 31 prikazuje glavni namen uporabe interneta glede na spol. Glavni razlog za uporabo interneta je uporaba elektronske pošte, ki jo v 92 % (92) uporabljajo moški in v 92,4 % (182) ženske. Bistvenih razlik glede na namen uporabe med moškimi in ženskami ni – največja razlika je v skupini »drugo« (moški 26 % (26), ženske 13,2 % (26)). Moški v malenkost večjem deležu kot ženske uporabljajo internet za iskanje informacij (moški 87 % (87), ženske 84,3 % (166)), prebiranje dnevnih informacij (moški 74 % (74), ženske 64,97 % (128)), opravljanje nakupov in drugo. Ženske v 70,6 % (139) internet uporabljajo za namen prisotnosti na FB, medtem ko moški za ta namen internet uporabljajo v 60 % (60).

**Grafikon 32: Glavni namen uporabe interneta (glede na starost)**

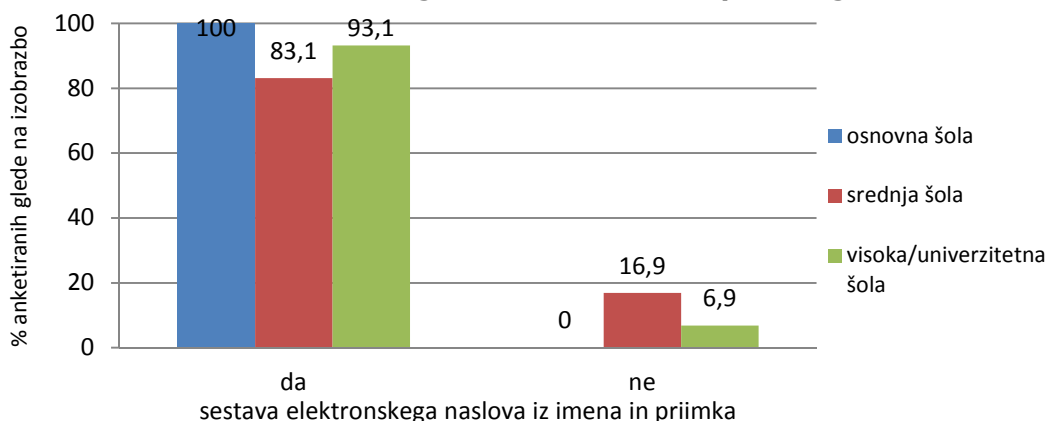


N = 297

Vir: Lasten, tabela 38.

Iz grafikona 32 je razvidno, da starostna skupina od 36 do 41 let kot glavni razlog za uporabo interneta navaja uporabo elektronske pošte – 92,6 % (25) vprašanih, s 77,8 % (21) deležem sledijo tisti, ki internet uporabljajo za iskanje informacij, le 22,2 % (6) vprašanih pa internet uporablja za opravljanje nakupov. V tej starostni skupini v primerjavi z ostalimi starostnimi kategorijami je najmanj tistih, ki navajajo, da uporabljajo internet z glavnim namenom prisotnosti na FB – 40,7 %. V starostni skupini od 30 do 35 let je delež tistih, ki internet uporabljajo z namenom uporabe elektronske pošte, 92,2 % (59 vprašanih), informacije išče 89,1 % (57) vprašanih, 68,8 % (44 vprašanih) anketiranih iz omenjene skupine uporablja internet za prisotnost na FB. Glavi razlog za uporabo interneta v starostni skupini od 24 do 29 let je prav tako uporaba elektronske pošte 94,4 % (135), sledijo tisti, ki uporabljajo internet za namen iskanja informacij (88,1 %), v tej starostni skupini je prebiranje dnevnih informacij (69,9 % oz. 100 vprašanih) pomembnejše kot prisotnost na FB – 62,9 % oz. 90 anketiranih). Najmlajši skupini anketiranih (18 do 23 let) je internet sredstvo za prisotnost na Facebooku v 85,7 % oz. 54 vprašanih. Tudi v tej starostni skupini je glavni razlog za uporabo interneta uporaba elektronske pošte – 87,3 %.

**Grafikon 33: Sestavek elektronskega naslova iz imena in priimka glede na izobrazbo**

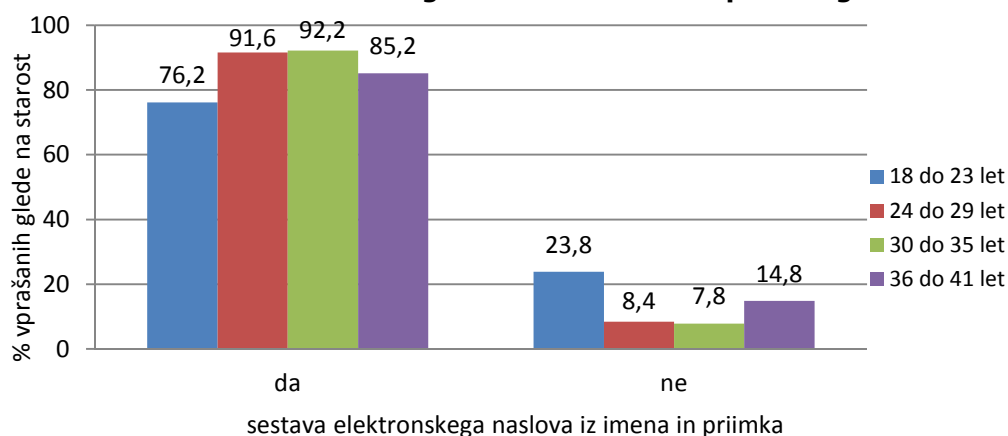


N = 292 ( $X^2 = 8,714$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,013$ )

Vir: Lasten, tabela 41.

Grafikon 33 prikazuje delež oseb, ki imajo svoj elektronski naslov sestavljen iz osebnega imena (ime in priimek), glede na spol. Glede na celotni vzorec je 88 % (257 oseb) odgovorilo, da imajo svoj elektronski naslov sestavljen iz imena in priimka. Vsi, ki so zaključili osnovnošolsko izobraževanje, imajo svoj elektronski naslov sestavljen iz imena in priimka. Najnižji delež oseb, ki imajo elektronski naslov iz osebnega imena, je v kategoriji »srednja šola« – 83,1 % oziroma 128 vprašanih.

**Grafikon 34: Sestavek elektronskega naslova iz imena in priimka glede na starost**

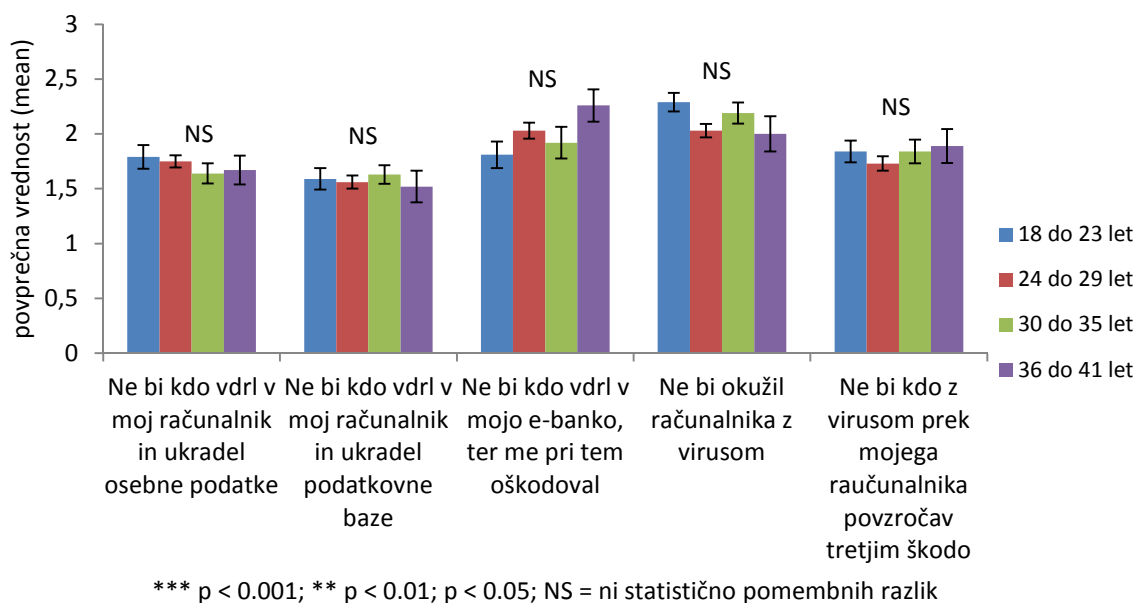


N = 297 ( $X^2 = 0,002$ ;  $df = 1$ ;  $p = 0,964$ )

Vir: Lasten, tabela 42.

Najmanjši delež vprašanih, ki ima elektronski naslov iz osebnega imena, je v starostni skupini od 18 do 23 let – 76,2 % (48 oseb), sledijo osebe iz starostne skupine od 36 do 41 let – 85,2 %. 92,2 % delež oseb v starostni skupini od 30 do 35 let in 91,6 % delež oseb v starostni kategoriji od 24 do 29 let ima elektronski naslov iz osebnega imena.

**Grafikon 35: Skrb pri uporabi interneta glede na starost**



N = 297

Vir: Lasten, tabela 44.

Osebe, stare od 36 do 41 let, pri uporabi interneta najbolj skrbi, da bi kdo vdrl v njihovo e-banko in jih pri tem oškodoval – trditev v povprečju ocenjujejo z 2,3, kar pomeni, da jih skrbi. Osebe, stare od 18 do 23 let, najbolj skrbi, da bi kdo okužil računalnik z virusom, ocena trditve je 2,3. Anketirani v povprečju niso nobene od trditev označili kot trditev, za katero jih ne skrbi, prav tako nobena od trditev v povprečju ni bila ocenjena kot »zelo me skrbi«.

### 4.3 ANALIZA REZULTATOV IN PREVERJANJE HIPOTEZ

Glavni namen tega dela je opredeliti zasebnost, kako socialna omrežja vplivajo na zasebnost, kaj objavljajo posamezniki (več v razpravi) in predvsem zaščito osebnih podatkov na spletnem socialnem omrežju Facebook. Dejstvo je, da s prisotnostjo na družabnem omrežju FB puščamo in razkrivamo veliko osebnih podatkov, ki krčijo našo zasebnost in so po drugi strani uporabna »masa« podatkov za tržne namene upravljavca socialnega omrežja. S tremi sklopi hipotez v nadaljevanju poskušam razložiti nekaj vplivov na varstvo osebnih podatkov.

#### 4.3.1 VPLIV SPOLA IN IZOBRAZBE NA POZNAVANJE MOŽNOSTI ZAŠČITE OSEBNIH PODATKOV

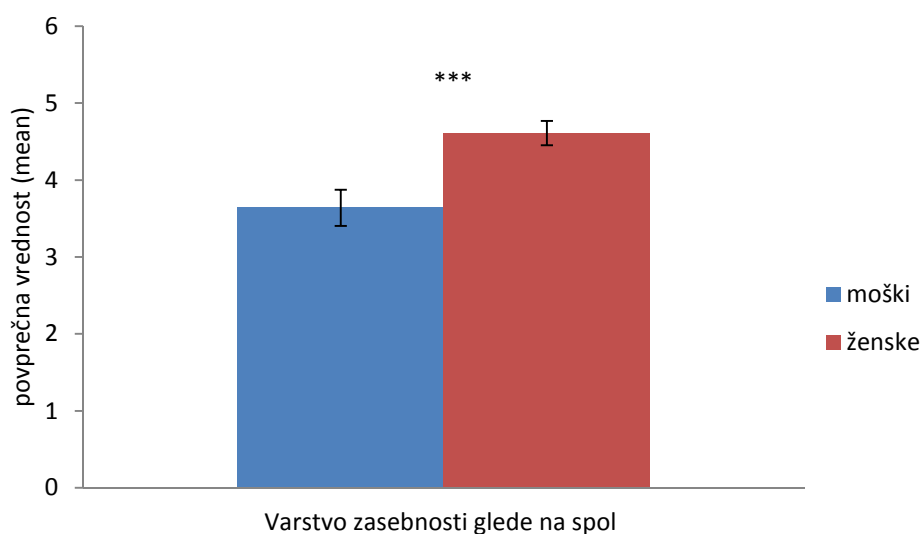
Spol in stopnja izobrazbe uporabnika oziroma uporabnice socialnega omrežja Facebook pomembno vplivata na njegovo oz. njeno poznavanje možnosti zaščite osebnih podatkov.

V prvi sklop hipotez sem zajela varstvo zasebnosti z nastavitvami, ki so omogočene s strani socialnega omrežja Facebook. Podane hipoteze dokazujem s pomočjo anketnega

vprašanja/trditev »Svojo zasebnost na FB ščitim z: nastavitvijo seznama prijateljev (Friend Lists) pri čemer ima vsak seznam svoje nastavitve; odstranitvijo FB rezultatov iskanj; odstranitvijo iz spletnih iskalnikov, nastavitvijo zasebnosti, ki onemogočajo označevanje fotografij in videoposnetkov, ki me prikazujejo, zaščito svojih albumov, da so vidni samo določenim osebam, nastavitvijo statusa, nastavitvijo »kdo lahko vidi prijateljska sporočila« na zidu, nastavitvijo vidnosti seznamov prijateljev in kontaktnih podatkov. Vsa vprašanja/trditve sem združila tako, da je maksimalna povprečna ocena 8 (ker je 8 trditev) in jih obdelala glede na spol in izobrazbo.

Hipoteza 1a: Ženske svojo zasebnost bolj ščitijo z nastavitvami zasebnosti kot moški.

**Grafikon 36: Varstvo zasebnosti glede na spol**



\*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ ; NS = ni statistično značilnih razlik

$N = 297$  ( $t = -3,496$ ;  $df = 295$ ;  $p = 0,001$ )

Vir: Lasten, tabela 45.

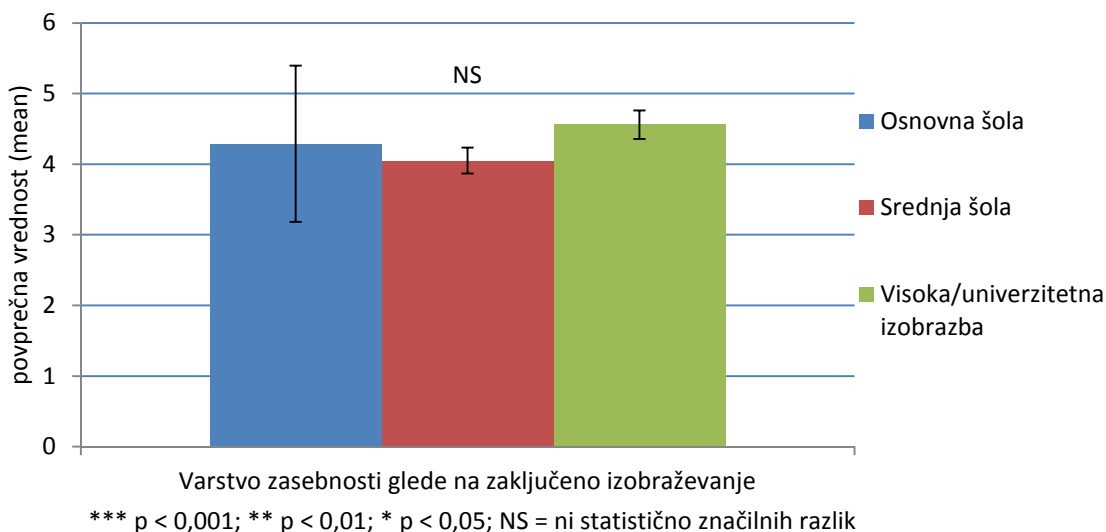
Grafikon 36 prikazuje povprečno vrednost ocen trditev/vprašanj z vidika varovanja zasebnosti moških in žensk, ki so sodelovali v anketi. Iz grafikona je mogoče razbrati, da ženske s povprečno oceno 4,6 v večji meri uporabljajo in ščitijo zasebnost na FB kot moški, katerih povprečna ocena je 3,6.

Hipoteza 1a »Ženske svojo zasebnost bolj ščitijo z nastavitvami zasebnosti kot moški« je dokazano potrjena, kar dokazujeje višja povprečna ocena žensk.

S pomočjo t-testa sem ugotovila, da med moškimi in ženskami z vidika varstva zasebnosti obstajajo statistično značilne razlike pri nastavitvah zasebnosti ( $p=0,001 < 0,05$ ).

Hipoteza 1b: Uporabniki Facebooka z višjo/univerzitetno izobrazbo bolje varujejo svojo zasebnost kot uporabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.

**Grafikon 37: Varstvo zasebnosti glede na zaključeno izobraževanje**



N = 292 (F = 1,699; df = 2; p = 0,185)

Vir: Lasten, tabela 45.

Grafikon 37 prikazuje povprečno vrednost ocen trditev/vprašanj z vidika varovanja zasebnosti uporabnikov Facebooka, glede na stopnjo zaključene izobrazbe. Iz grafikona je mogoče razbrati, da ni bistvenih razlik pri oceni trditev z vidika varovanja zasebnosti uporabnikov Facebooka glede na stopnjo zaključene izobrazbe. Ker primerjamo tri skupine enot se za preizkus hipoteze uporabi statistični test ANOVA. S pomočjo testa ANOVA sem glede na p-vrednost 0,185 ugotovila, da glede na izobrazbo med skupinami ni statistično značilnih razlik.

Ker ima analiza variance nekaj predpostavk, ki jih nismo posebjaj preizkusili in ker je v kategoriji »osnovna šola« zajetih le sedem uporabnikov Facebooka, sem v nadaljevanju primerjala kategoriji »srednja« in »visoka/univerzitetna šola«. Za preverjanje hipoteze sem uporabila t-test in ugotovila ( $t=-1,853$ ;  $df=274,02$ ;  $p=0,065$ ), da ni bilo statistično značilnih razlik v povprečnih navedbah ocen med uporabniki Facebooka, ki so zaključili srednješolsko izobraževanje in tistimi, ki so zaključili visokošolsko ali univerzitetno izobraževanje.

Hipoteza 1b »Uporabniki Facebooka z višjo/univerzitetno izobrazbo bolje varujejo svojo zasebnost kot uporabniki z nižjo stopnjo izobrazbe je dokazano **ovržena**, ker ni bilo zaznane statistično značilne razlike med uporabniki Facebooka glede na zaključeno stopnjo izobrazbe.

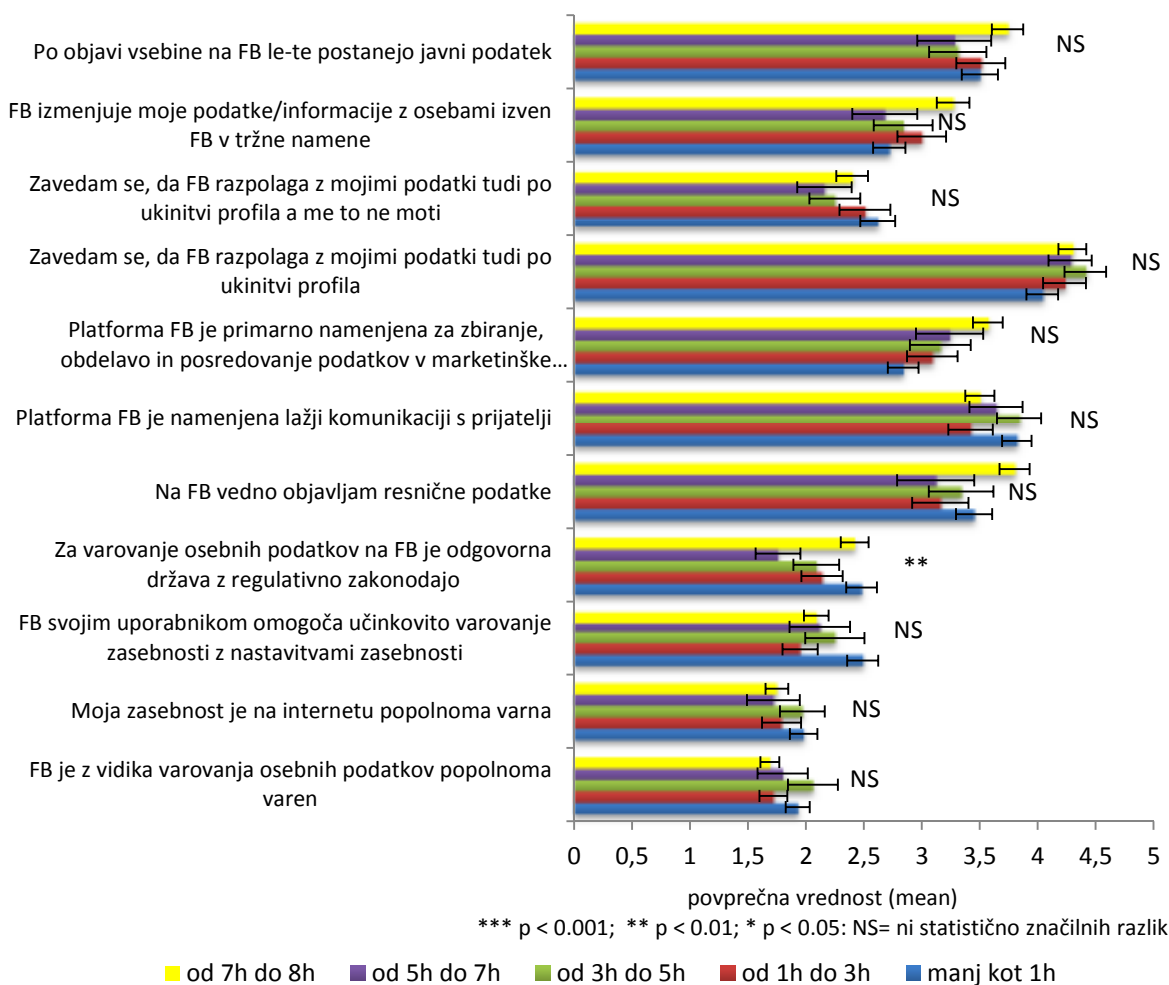


### 4.3.2 VPLIV POGOSTOSTI UPORABE RAČUNALNIKA IN INTERNETA NA POZNAVANJE MOŽNOSTI ZAŠČITE OSEBNIH PODATKOV

Uporabniki, ki bolj pogosto uporabljajo računalnik in internet, bolje poznajo možnosti zaščite osebnih podatkov. V drugi sklop hipotez sem zajela povezanost med časom, preživetim za računalnikom doma, v šoli oz. službi. Predpostavljam, da osebe, ki časovno preživijo več časa za računalnikom, bolje poznajo platformo socialnega omrežja FB in temu primerno bolj pazijo na svojo zasebnost. Hipotezi iz sklopa dve dokazujem s pomočjo vprašanj: koliko ur dnevno uporabljate računalnik v službi/šoli in koliko doma, ter izbranimi trditvami, ki se neposredno navezujejo na varstvo zasebnosti v okviru FB.

Hipoteza 2a: Uporabniki Facebooka, ki dnevno v službi/šoli uporabljajo računalnik od 7 do 8 ur, bolje poznajo platformo Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti kot tisti, ki računalnik v službi/šoli uporabljajo manj ur.

**Grafikon 38: Povprečna ocena trditev glede na čas, ki ga uporabnik za računalnikom preživi v službi oz. šoli**



N = 297

Vir: Lasten, tabela 47.

Za potrebe dokazovanja hipoteze 2a je treba vsako trditev iz grafikona 38 oceniti glede na povprečno oceno. Če je skupina, ki računalnik v službi oz. šoli uporablja od 7 do 8 ur, trditev ocenila tako, da v največji meri pozna platformo Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti, se trditev potrdi. Večina potrjenih trditev potrди hipotezo – v nasprotnem primeru se hipoteza ovrže.

**Tabela 1: Ocena trditev v povezavi z varovanjem zasebnosti na Facebooku**

Trditev:	Komentar:	Ocena trditve:
FB je z vidika varovanja osebnih podatkov popolnoma varen.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z najnižjo povprečno oceno (1,7), kar pomeni, da se s trditvijo najmanj strinja.	potrjuje
Moja zasebnost je na internetu popolnoma varna.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z drugo najnižjo povprečno oceno (1,75). Glede na sicer minimalne razlike povprečne ocene ne moremo reči, da opazovana skupina potrди hipotezo.	ovrže
FB svojim uporabnikom omogoča učinkovito varovanje zasebnosti z nastavitvami zasebnosti.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z drugo najnižjo povprečno oceno (2,09). Glede na minimalne razlike povprečne ocene ne moremo reči, da opazovana skupina potrди hipotezo.	ovrže
Za varovanje osebnih podatkov na FB je odgovorna država z regulativno zakonodajo.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z drugo najvišjo povprečno oceno 2,4. Državna zakonodaja ureja varstvo zasebnosti na socialnih omrežjih pod določenimi pogoji, vendar povprečna ocena ne kaže na to, da opazovana skupina potrjuje hipotezo.	ovrže
Platforma FB je namenjena lažji komunikaciji s prijatelji.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z drugo najnižjo povprečno oceno (3,5). Glede na minimalne razlike povprečne ocene ne moremo reči, da opazovana skupina potrди hipotezo.	ovrže
Platforma FB je primarno namenjena za zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov v marketinške namene.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z najvišjo povprečno oceno (3,6), kar pomeni, da se s trditvijo najbolj strinja. Z vidika obravnavane teme ocenjujem, da trditev trži; na tej osnovi hipotezo potrjujem.	potrjuje
Zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z drugo najvišjo povprečno oceno (4,3), kar potrjuje trditev in je z vidika obravnavane teme pozitivno. Glede na drugo oceno ne moremo reči, da opazovana skupina potrди hipotezo.	ovrže
Zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila, a me to ne moti.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje s tretjo najnižjo povprečno oceno (2,4). Glede na oceno ne moremo reči, da opazovana skupina potrди hipotezo.	ovrže

Trditev:	Komentar:	Ocena trditve:
FB izmenjuje moje podatke/informacije z osebami zunaj FB v tržne namene.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje najvišje, in sicer s povprečno oceno 3,27, kar pomeni, da se s trditvijo strinja najbolj od vseh skupin. Z vidika obravnavane teme se z oceno pozitivno strinjam, zato hipotezo potrjujem.	potrjuje
Po objavi vsebine na FB te postanejo javni podatek.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje najvišje, in sicer s povprečno oceno 3,7, kar pomeni, da se s trditvijo strinja najbolj od vseh skupin. Z vidika obravnavane teme se z oceno pozitivno strinjam, zato hipotezo potrjujem.	potrjuje

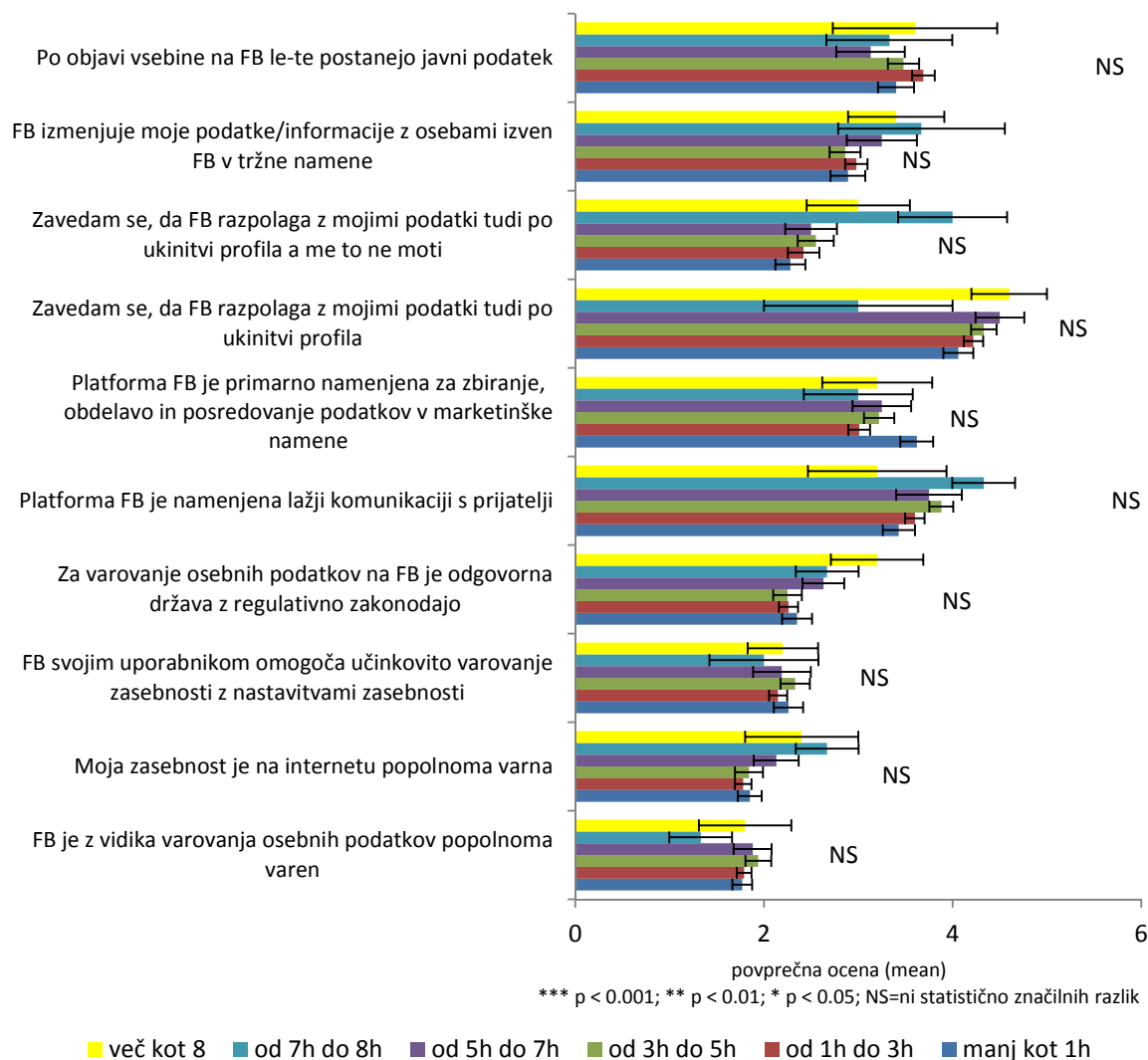
\* Opazovana skupina je skupina, ki računalnik uporablja v službi oz. šoli od 7 do 8 ur.

Vir: Lasten, trditve iz vprašalnika (odnos do FB).

Hipotezo 2a »Uporabniki Facebooka, ki dnevno v službi/šoli uporabljajo računalnik od 7 do 8 ur, bolje poznajo platformo Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti kot tisti, ki računalnik v službi/šoli uporabljajo manj ur« na osnovi ocene trditev iz tabele 1 ovržemo, ker je 6 od 10 trditev ovrženih.

Hipoteza 2b: Uporabniki Facebooka, ki dnevno doma uporabljajo računalnik več kot 8 ur, bolje poznajo platformo Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti kot tisti, ki računalnik doma uporabljajo manj ur.

**Grafikon 39: Povprečna ocena trditev glede na čas, ki ga uporabnik prebije za računalnikom doma**



N = 297

Vir: Lasten, tabela 48.

Za potrebe dokazovanja hipoteze 2b je treba vsako trditev iz grafikona 39 oceniti glede na povprečno oceno. Če je skupina, ki računalnik doma uporablja več kot 8 ur, trditev ocenila tako, da v največji meri pozna platformo Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti, se trditev potrди. Večina potrjenih trditev potrди hipotezo 2b – v nasprotnem primeru se hipoteza ovrže.

**Tabela 2: Ocena trditve v povezavi z varovanjem zasebnosti na Facebooku**

Trditev:	Komentar:	Ocena trditve:
FB je z vidika varovanja osebnih podatkov popolnoma varen.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje s povprečno oceno 1,8, kar pomeni, da se s trditvijo sicer ne strinja, vendar je ne ocenjuje z najnižjo povprečno vrednostjo.	ovrže
Moja zasebnost je na internetu popolnoma varna.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje s povprečno oceno 2,4, kar pomeni, da se s trditvijo ne strinja, vendar je ne ocenjuje z najnižjo povprečno vrednostjo, s čimer bi trditev v razmerju s hipotezo f potrdili.	ovrže
FB svojim uporabnikom omogoča učinkovito varovanje zasebnosti z nastavitvami zasebnosti.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje s povprečno oceno 2,2. Glede na minimalne razlike povprečne ocene ne moremo reči, da opazovana skupina potrdi hipotezo.	ovrže
Za varovanje osebnih podatkov na FB je odgovorna država z regulativno zakonodajo.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z najvišjo povprečno oceno 3,2. Državna zakonodaja ureja varstvo zasebnosti na socialnih omrežjih pod določenimi pogoji. Z vidika obravnavane teme hipotezo potrdimo.	potrjuje
Platforma FB je namenjena lažji komunikaciji s prijatelji.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z najnižjo povprečno oceno 3,2. Glede na obravnavano temo ocenjujem trditve kot pozitivno.	potrjuje
Platforma FB je primarno namenjena za zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov v marketinške namene.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z povprečno oceno 3,2, kar pomeni, da se s trditvijo sicer ne strinja najbolj, vendar se glede na hipotezo obravnava negativno.	ovrže
Zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z najvišjo povprečno oceno 4,6, kar potrjuje trditev in je z vidika obravnavane teme pozitivno, zato lahko trditev glede na hipotezo potrdim.	potrjuje
Zavedam se, da FB razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila, a me to ne moti.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje s povprečno oceno 3. Glede na oceno ne moremo reči, da opazovana skupina potrdi hipotezo.	ovrže
FB izmenjuje moje podatke/informacije z osebami zunaj FB v tržne namene.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z drugo povprečno oceno 3,4, kar pomeni, da se s trditvijo strinja, a ne najbolj od vseh skupin. Z vidika obravnavane teme se z oceno pozitivno strinjam, vendar to ne potrjuje hipoteze.	ovrže
Po objavi vsebine na FB te postanejo javni podatek.	*Opazovana skupina v primerjavi z ostalimi skupinami trditev ocenjuje z drugo povprečno oceno 3,6, kar pomeni, da se s trditvijo strinja, a ne najbolj od vseh skupin. Z vidika obravnavane teme se z oceno pozitivno strinjam, vendar to ne potrjuje hipoteze.	ovrže

\* Opazovana skupina je skupina, ki računalnik uporablja doma več kot 8 ur.

Vir: Lasten, trditve iz vprašalnika (odnos do FB).

Hipotezo 2b »Uporabniki Facebooka, ki dnevno doma uporabljajo računalnik več kot 8 ur, bolje poznajo platformo Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti kot tisti, ki uporabljajo računalnik doma manj ur« na osnovi ocene trditve iz tabele 2 ovržemo, ker je 7 od 10 trditve ovrženih.

Med obravnavanimi trditvami v povezavi s časom, preživetim za računalnikom doma, ni statistično značilnih razlik.

Hipoteza 2c: Uporabniki Facebooka, ki dnevno doma uporabljajo računalnik več kot 8 ur, bolje poznajo platformo Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti kot tisti, ki uporabljajo računalnik v službi od 7 do 8 ur.

Hipotezo 2c na osnovi tabele 1 in 2 ovržemo, ker je iz tabele 1, ki ocenjuje poznavanje platforme Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti med uporabniki, ki v službi/šoli uporabljajo računalnik od 7 do 8 ur, mogoče razbrati, da so od 11 trditev 4 potrjene, medtem ko ima primerjana skupina tri potrjene trditve, torej manj, kot smo predvidevali.

Na osnovi navedenega lahko trdimo, da ni povezave med časom uporabe računalnika s poznavanjem platforma Facebooka v povezavi varovanja zasebnosti na FB. Čas, preživet za računalnikom, torej ne vpliva na poznavanje platforme Facebooka v povezavi z varovanjem zasebnosti.

#### **4.3.3 VPLIV NAMENA UPORABE INTERNETA NA UPORABNIKOVO POZNAVANJE MOŽNOSTI ZA ZAŠČITO OSEBNIH PODATKOV**

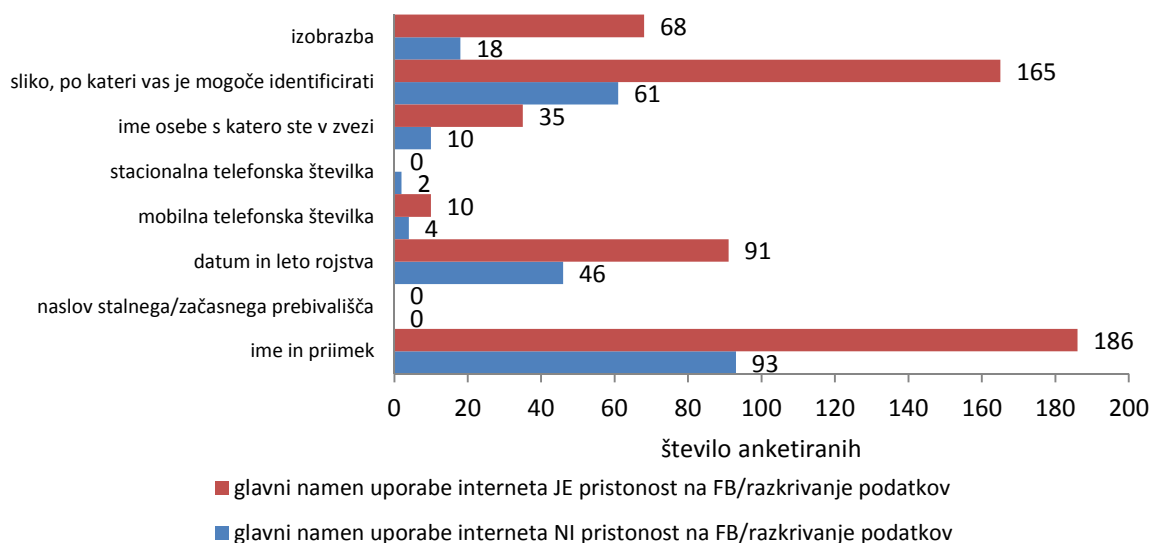
Namen uporabe interneta pomembno vpliva na uporabnikovo poznavanje možnosti za zaščito osebnih podatkov.

V tretji del sem zajela povezanost uporabe interneta in prisotnosti na Facebooku v povezavi s razkrivanjem podatkov vsem ostalim uporabnikom Facebooka.

Hipoteza 3a: Osebe, ki najpogosteje uporabljajo internet za namen prisotnosti na Facebooku, v manjši meri razkrivajo osebne podatke ostalim uporabnikom Facebooka kot tisti, ki internet prvotno uporabljajo za drug namen.

Hipoteze dokazujem s pomočjo vprašanja »S kakšnim namenom najpogosteje uporabljate internet?«, pri čemer sem upoštevala samo tiste odgovore, ki navajajo, da internet uporabljajo najpogosteje za namen prisotnosti na Facebooku, v povezavi z vprašanjem, katere resnične podatke, ki so dostopni vsem, vsebuje njihov profil na Facebooku.

**Grafikon 40: Anketiranci, ki internet najpogosteje uporabljajo za prisotnost na Facebooku, v povezavi z razkrivanjem osebnih podatkov**



Vir: Lasten, tabela 50.

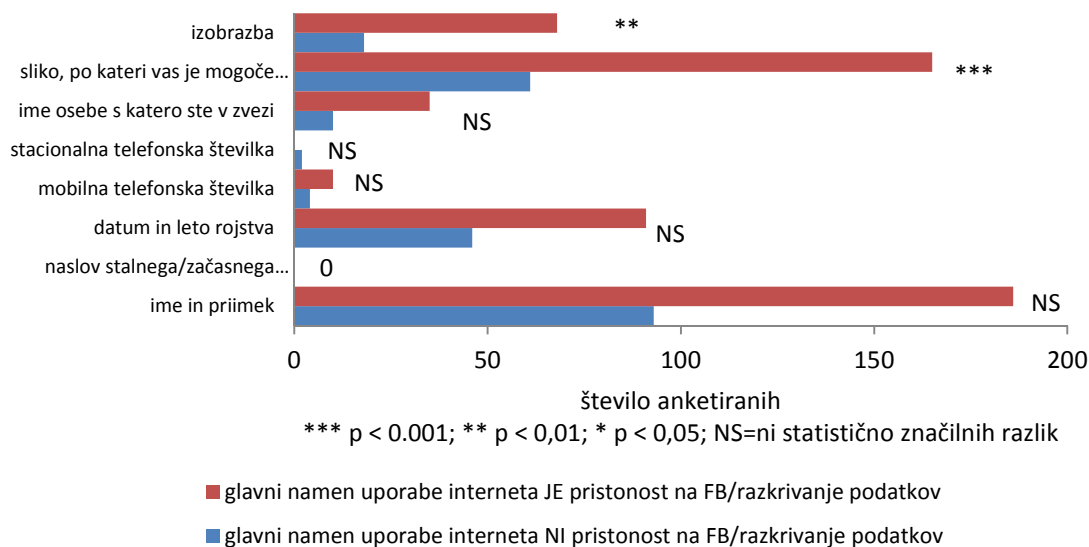
Grafikon 40 prikazuje uporabnike interneta, ki kot glavni razlog za uporabo interneta navajajo prisotnost na Facebooku, v povezavi z razkrivanjem podatkov na socialnem omrežju Facebook, ki so vidni vsem.

Osebe, ki internet uporabljajo v glavnem z namenom prisotnosti na FB v profilu, ki je viden vsem, razkrivajo na prvih treh mestih:

- ime in priimek – 93,5 % (186) oseb od 279 oseb;
- sliko, po kateri je mogoče osebo identificirati – 82,9 % (165) oseb od 226 oseb;
- datum rojstva – 45,7 % (91) oseb od 137 oseb.

Nobena oseba ne razkriva podatka o stalnem ali začasnem prebivališču, redko stacionarno telefonsko številko in malenkost pogosteje mobilno telefonsko številko. Osebe, ki interneta ne uporabljajo najpogosteje za namen prisotnosti na Facebooku, v manjši meri razkrivajo podatke na Facebooku, ki so vidni vsem.

**Grafikon 41: Statistično značilne razlike med anketiranci, ki internet najpogosteje uporabljajo za prisotnost na FB, v povezavi z razkrivanjem osebnih podatkov**



Vir: Lasten, tabela 50.

Pri prikazovanju slike na profilu FB, ki je viden vsem, so med uporabniki, ki internet uporabljajo v glavnem za prisotnost na FB, in tistimi uporabniki, ki interneta ne uporabljajo z glavnim namenom prisotnosti na FB, statistično značilne razlike ( $p = 0,000$ ); enako velja za anketirance, ki na svojem profilu navajajo izobrazbo ( $p = 0,004$ ).

Hipotezo 3a »Osebe, ki internet najpogosteje uporabljajo za namen prisotnosti na Facebooku, v manjši meri razkrivajo osebne podatke ostalim uporabnikom Facebooka kot tisti, ki internet prvotno uporabljajo za drug namen« potrdimo s 100 % zanesljivostjo.

## 4.4 RAZPRAVA

V tem poglavju bom izpostavila tiste rezultate, ki so primerljivi s tujimi študijami, in tiste, ki so zanimivi z vidika obravnavane teme. Poudarek bo tudi na objavi osebnih podatkov na profilu, ki je javno dostopen, ter na zavedanju uporabnikov socialnega omrežja o varstvu osebnih podatkov.

### 4.4.1 KOMENTAR LASTNE RAZISKAVE

V nadaljevanju sledijo podatki samo iz moje ankete, ker primerljivih rezultatov ni bilo mogoče pridobiti; to pomeni, da vzorec zajema 297 sodelujočih.

Ko govorimo o osebnih podatkih, je osebno ime (to pomeni ime in priimek) zagotovo podatek, s pomočjo katerega je mogoče v veliki meri razkriti ali prikriti identiteto posameznika. Glavnina anketiranih navaja, da ima elektronski naslov sestavljen iz osebnega imena. Od 297 anketiranih ima 261 uporabnikov elektronski naslov sestavljen iz imena in priimka. Pri vzpostavitvi profila na spletnem socialnem omrežju je treba paziti, da



elektronski naslov, ki je sestavljen in imena in priimka, primerno zaščitimo na način, da ni viden ostalim uporabnikom – čeprav Facebook zahteva, da uporabniki navajajo pravo ime, predlagam, da pri navedbi uporabniškega imena ne navajajo pravega imena, pač pa psevdonim ali drugo ime.

Več kot polovica članov spletnega socialnega omrežja Facebook v povprečju na dan porabi uro ali manj za uporabo omenjenega omrežja, pri čemer ni večjih razlik med spoloma – moški 58 %, ženske 59,9 %. Glavnina članov FB se je za članstvo v družabnem omrežju odločila zaradi spremljanja in ohranjanja prijateljstva.

Svojo zasebnost na Facebooku lahko ščitimo s pomočjo nastavitve različnih skupin; pomembno je, kako razdelimo pravice vpogleda v svojo zasebnost, saj na ta način določimo pravice posamezni skupini za vpogled v objavo podatkov. Opazovani vzorec ima v večini ustvarjeno skupino »prijatelji«, tako pri moških kot pri ženskah je to prevladujoča skupina, sledi skupina znanci, sošolci itd., določitev skupin in dodelitev njihovih pravic močno vpliva na varstvo zasebnosti. Pravno varstvo je mogoče zahtevati samo v primeru, ko smo omejili pravice vpogleda v zasebne podatke. Najbolj previdni pri navedbi resničnih podatkov, ki so vidni vsem, so uporabniki v starostni skupini od 36 do 41 let. Ti uporabniki so tudi v največji meri prebrali splošne pogoje pred vzpostavitvijo profila – več kot polovica. Starejši uporabniki spletnega socialnega omrežja Facebook se bolj odgovorno obnašajo pri uporabi socialnega omrežja kot ostale starostne skupine.

Analiza je pokazala, da se uporabniki Facebooka zavedajo, da to socialno omrežje ne varuje osebnih podatkov uporabnikov in da uporaba interneta ni popolnoma varna, vendar navkljub temu na Facebooku praviloma objavljajo resnične podatke. Zanimivo je tudi, da se anketirani uporabniki FB zavedajo, da je platforma Facebooka primarno namenjena za zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov v marketinške namene, vendar po drugi strani verjamejo, da je platforma FB namenjena lažji komunikaciji s prijatelji. Če povzamem: ljudje se zavedamo, da družabno omrežje o nas zbira in posreduje podatke v marketinške namene in ne ščiti naše zasebnosti, vendar nas to ne odvrne od objave osebnih podatkov ter navajanja neresničnih podatkov, pri čemer ni razlik med moškimi in ženskimi uporabniki.

Navkljub navedenemu se vse starostne skupine zavedajo, da FB tudi po ukinitvi profila razpolaga s podatki »nekdanjih« članov.

Starostna skupina od 18 do 23 let v najmanjši meri objavlja resnične podatke na Facebooku, čeprav po drugi strani (več kot ostali) navaja, da je FB z vidika varovanja osebnih podatkov popolnoma varen.

#### 4.4.2 PRIMERJAVA Z REZULTATI DRUGIH RAZISKAV

Za večjo preglednost primerjave rezultatov sem te povzela v tabeli 3. V nadaljevanju besedila sledi razlaga rezultatov.

**Tabela 3: Primerjava rezultatov drugih raziskav**

	Fogel in Nehmad	Gross in Acquisti	Nosko in dr.	Lastna raziskava
Osnovni podatki	N = 159, zaključek ankete: maj 2007, povprečna starost: 22 let	/	N = 400	N = 206, zaključek ankete: januar 2012
Objava profilne slike	90,4 % moški; 81,6 % ženske	90,8 % od tega 61 % vsebuje profilno sliko, na osnovi katere je mogoča identifikacija	/	81,1 % vsebuje profilno sliko, na osnovi katere je mogoča identifikacija; N = 167
Objava telefonske št. (ni znano, ali gre za mobilno št. ali stacionarno št.)		/	/	/
Navedba domačega naslova	12 % moški; 6,6 % ženske	/	3,50 %	0 %
Navedba interesnih dejavnosti	83 %	/	/	16,5 % na javnem profilu, 28,6 % na zaprtem profilu,
Navedba resničnega imena	81,8 % 85,5 % moški; 76,9 % ženske	89 %	/	97 %
Navedba rojstnih podatkov	/	98,5 %	83,8 %	47,1 % na javnem profilu in 70,4 % na zaprtem profilu
Navedba političnega prepričanja	/	/	35 %	4,4 % na javno vidnem profilu, 12,4 % na zaprtem profilu
Navedba verske usmerjenosti	/	/	32 %	
Navedba stacionarne telefonske št.	14,5 % moški; 3,9 % ženske	/	2,30 %	2,06 % na javnem profilu
Navedba mobilne telefonske št.	/	/	5 %	4,4 % na javnem profilu, 11,7 % na zaprtem profilu,

Vir: Lasten, podatki po: Gross in Acquisti v Matheson (2009); Fogel in Nehmad (2008, str. 156); Nosko in dr. (2010, str. 409).

Fogel in Nehmad sta v svoji raziskavi med študenti v starosti od 17 do 32 let objavila nekaj rezultatov, ki so primerljivi z mojo študijo, pri čemer se je treba zavedati, da starostne skupine niso povsem enake. Kljub temu menim, da so rezultati objektivno primerljivi, prav tako kot rezultati študije Grossa in Acquista, ki sta prav tako raziskovala študentsko populacijo. Poleg omenjenih bom dodala še rezultate študije, ki so jo izvedli Nosko, Wood in Molema (4 krajevne mreže in 4 mreže univerz). V ta namen bom zajela starostni razred od 18 do 23 let in 24 do 29 let.

Fogel in Nehmad navajata, da 90,4 % moških in 81,6 % žensk (N = 205) objavi svojo sliko na profilu, Gross in Acquist navajata, da je 90,8 % profilov objavljenih s sliko, od tega 61 % takih, na osnovi katere je mogoče identificirati osebo, v moji študiji je oseb, ki imajo objavljeno sliko, na osnovi katere jih je mogoče identificirati, 81,1 % (N = 167). Torej ni bistvene razlike med tujimi in našimi študenti pri objavi profilne slike.

Fogel in Nehmad navajata, da resnično osebno ime na Facebook profilu razkrije 81,8 % anketiranih (N = 205); Gross in Acquist: 89 % anketiranih, moja študija, da to stori 97 % (N = 206) anketiranih.

Zelo visok odstotek je tudi pri navedbi rojstnih podatkov. Študija Grossa in Acquista poroča, da je 98,5 % preučevanih profilov vsebovalo rojstne podatke, Nosko in dr. poročajo o 83,8 % (N = 400), v moji študiji pa na javnem profilu podatek o svojem rojstvu objavi 47,1 % anketiranih in na profilu, ki je viden samo prijateljem, 70,4 % (N = 206).

Fogel in Nehmad v svoji raziskavi navajata podatek o objavi stacionarne telefonske številke; ki jo objavi 14,5 % moških (12) in 3,9 % žensk (3) (N = 205). Analiza moje ankete kaže, da je le ena oseba objavila stacionarno telefonsko številko na profilu, ki je viden vsem – na profilu, ki je viden samo prijateljem, sta to storila 2 anketirana. Število tistih, ki objavijo svojo stacionarno telefonsko številko, je zelo nizko, kar je s stališča varovanja osebnih podatkov razveseljivo. Po navedbah študije Noska in dr. je 2,30 % vprašanih navedlo stacionarno telefonsko številko, 5 % (N = 400) anketiranih pa je v profilu objavilo svojo mobilno številko, medtem ko je po moji študiji to storilo 4,4 % (N = 206) anketiranih na profilu, ki je viden vsem, in 11,7 % na profilu, ki je viden le prijateljem.

Odstotki, ki prikazujejo navedbo domačega naslova, so relativno nizki: Fogel in Nehmad (N = 205): 12 % moških in 6,6 % žensk navede svoj domači naslov, medtem ko Nosko in dr. navajajo 3,5 %. Po moji študiji na Facebooku noben ne navaja stalnega naslova.

Anketirani na svojem profilu pogosto objavljajo tudi svoje interesne dejavnosti, pri čemer Fogel in Nehmad navajata, da to stori 83 % vprašanih (N = 205). Po moji študiji podatke o interesnih dejavnosti objavi le 16,5 % vprašanih na profilu, ki je viden vsem, in v 28,6 % (N = 206) na profilu, ki je viden samo prijateljem.

Nosko in dr. v študiji navajajo, da 35 % anketiranih (N = 400) v profilu razkrije svoje politično prepričanje in 32 % versko pripadnost. Na osnovi lastne študije sem ugotovila, da je takih, ki razkrivajo politično in versko pripadnost, na javno vidnem profilu 4,4 % (N = 206) in na profilu, ki je viden samo prijateljem, 12,4 %. Rezultat je glede na primerjano študijo relativno nizek.

## 5 ZAKLJUČEK

Internet omogoča prenos informacij, dostop do podatkov in objavo necenzuriranih vsebin. Spletna socialna omrežja so nastala v okviru interneta in še povečala njegov pomen, posameznik znotraj socialnih omrežij predstavlja sebe, se druži s prijatelji, objavlja vsebine in povezave, pri čemer pa zavedno ali nezavedno objavlja svoje osebne podatke. Objava osebnih podatkov pa razkriva našo zasebnost. Spletna socialna omrežja delujejo na osnovi razkrivanja lastne osebnosti (odpovedi delčku zasebnosti) in vpogleda v zasebnost drugih.

Osebni podatek ni nekaj novega in tudi zasebnost je star pojem, ki pa z razmahom spletnih socialnim omrežij dobiva nov pomen. Kritiki opozarjajo na varstvo zasebnosti, saj se posamezniki prepogosto ali prenašlo odločajo za objavo svojih podatkov na spletu, s čimer tvegajo izpostavljenost lastne identitete. Socialna omrežja uporabnikom nudijo storitve in okolje, v katerem se ti počutijo kot del nečesa večjega, kibernetični prostor pa je nekje daleč, zato uporabnik dobi lažen občutek varnosti. S tem občutkom posameznik razgalja svojo zasebnost, ne da bi se zavedal morebitnih negativnih posledic lastnih dejanj.

Vzpostavitev spletnih socialnih mrež je domiselna ideja, ki praviloma res povezuje ljudi. Tu pa so še drugi dejavniki, na katere mora biti posameznik kot uporabnik tovrstnih storitev pozoren. Treba se je zavedati, da posameznik na svojo željo objavlja podatke, ki so, če ne drugače, javni vsaj v določenem krogu ljudi. Treba se je zavedati, da informacijsko-telekomunikacijska tehnologija z vsemi storitvami, ki jih nudi, ni škodljiva – škodimo lahko samo sami sebi s tem, ko se ne zavedamo, da nam kratkoročno ali dolgoročno razkrivanje osebnih podatkov lahko škoduje. Spletna socialna omrežja so v svoji platformi zgrajena tako, da omogočajo širjenje in objavljanje podatkov, od nas pa je odvisno, katere podatke bomo dali upravljavcu v korist. Ni tako zelo pomembno, katere podatke objavljamo uporabniki, pomembno je, katere od teh podatkov zbira in obdeluje ponudnik socialne mreže v marketinške namene.

V največji meri lahko svojo zasebnost v okviru Facebooka ščitimo z nastavitvami zasebnosti. Nastavitve zasebnosti nam omogočajo vzpostavljanje skupin in določanje pravic posamezni skupini – določamo pravice vpogleda, objavljanja, komentiranja. Prav tako se posameznik lahko »skrije« pred splošnim iskanjem na internetu. Do kakšne mere bomo zaščitili svojo zasebnost, se moramo odločiti sami, vendar se je treba zavedati, da pred upravljavcem socialnega omrežja ne moremo ščititi podatkov, saj so tako rekoč njegova last. Najboljša zaščita je zagotovo lastna presoja objavljanja in razkrivanja podatkov.

Rezultati ankete so pokazali, da ženske bolj kot moški ščitijo svojo zasebnost in bolje poznajo nastavitve zasebnosti kot moški. Zanimivo je, da tisti uporabniki Facebooka, ki internet uporabljajo v glavnem za namen prisotnosti na socialnem omrežju Facebook, v

manjši meri razkrivajo osebne podatke ostalim uporabnikom FB kot tisti, ki internet uporabljajo za drug namen.

Tako moški kot ženske na Facebooku najpogosteje javno objavijo ime in priimek (moški v nekoliko večji meri kot ženske) ter sliko, na osnovi katere je posameznika mogoče identificirati; najmanjši delež tovrstnih objav imajo osebe v starostni skupini od 36 do 41 let. O objavi imena in priimka ter fotografije poročajo tudi raziskave Grossa in Acquistija in Fogla in Nehmada – delež presega 80 % udeleženi v raziskavi. Rojstne podatke (datum in leto rojstva) objavi 46,13 % vprašanih oz. 137 oseb na javnem profilu, na zasebnem 200 oseb ali 67,34 %, kar je precej nižji delež kot pri raziskavi, ki sta jo objavila Gross in Acquisti, ki navaja 98,5 %, in Nosko in drugi, ki navajajo 83,8 %.

Anketirani se zavedajo, da Facebook z vidika varovanja osebnih podatkov ni varen, prav tako uporabniki ne zaupajo nastavitvam zasebnosti, čeprav navajajo, da na Facebooku objavljajo vedno resnične podatke (kar je lahko posledica prenosa socialne mreže iz realnega okolja na omrežje). V najmanjši meri na FB resnične podatke objavlja starostna skupina od 18 do 23 let, čeprav bolj kot ostale starostne skupine verjamejo, da je platforma socialnega omrežja namenjena komunikaciji s prijatelji.

Na osnovi analize ankete menim, da se uporabniki spletnega socialnega omrežja Facebook zavedajo razkrivanja lastne zasebnosti ostalim uporabnikom, vendar kljub temu uporabljajo in razkrivajo svojo zasebnost; glavnina uporabnikov se zaveda, da Facebook po ukinitvi profila še vedno razpolaga z njihovimi podatki, prav tako se strinjajo s trditvijo, da po objavi vsebine na Facebooku ta postane javen podatek, iz česar sklepam, da se uporabniki zavedajo objektivne odgovornosti.

Rezultati opravljene ankete kažejo, kaj in v kolikšni meri uporabniki Facebooka razkrivajo o sebi v okviru spletnega socialnega omrežja. Neglede na to, da se uporabniki zavedajo razkrivanja osebnih podatkov je ozaveščanje le-teh o nevarnostih za zasebnost nujno potrebna. Odgovori anketirancev nam nudijo vpogled v poznavanje varnostnih nastavitvev za zaščito zasebnosti – podatke se lahko uporabi za prepoznavanje nevednosti uporabnika ter na tej osnovi ozaveščanje o možnosti za nastavev zasebnosti, ki si jo vsak uporabnik želi, glede na svojo subjektivno presojo o zasebnosti. Zlasti mlajšim in »novim« uporabnikom Facebooka je potrebno predstaviti potencialne nevarnosti zasebnosti in možnosti za zaščito le-te.

Zbrani podatki uporabnikov Facebooka so osnovna surovina upravljavcev, ki v želji po dobičku oblikujejo (in prodajajo) podatke članov podjetjem v marketinške namene. Glede na trg in želje po večjem zaslužku pa je samo vprašanje časa, v kakšni meri bodo osebni podatki razkriti, saj upravljavci sami določajo politiko poslovanja in imajo proste roke pri oblikovanju splošnih pogojev. Zato je najboljša zaščita zasebnosti trezna glava pri objavi podatkov.

Menim, da je moj prispevek k obravnavani temi sistematično oblikovan vprašalnik, ki omogoča primerljivost nekaterih segmentov s tujimi študijami, ter nabor rezultatov, ki so obdelani po različnih kriterijih (spol, starost, izobrazba). Opravljena analiza rezultatov daje vpogled v določena področja varstva in nastavitve zasebnosti. Ocene trditev kažejo zavedanje uporabnika o platformi Facebooka in zanimivo je, da se glavna zaveda tveganj razkrivanja osebnih podatkov, vendar FB kljub temu uporablja.

Spletna socialna omrežja so dinamično okolje, v katerem se spreminjajo nastavitve zasebnosti, ozaveščenost uporabnikov in odnos uporabnikov do zasebnosti. V nadaljnjih raziskavah bi bilo smiselno spremljati ozaveščenost uporabnikov o nastavitvah zasebnosti, morda je mogoče pričakovati tudi upad članov priljubljenega socialnega omrežja Facebook.

Najboljši nasvet za vse uporabnike socialnih omrežij je, da dvakrat premislijo, predno svojo zasebnost izpostavijo na socialnem omrežju in svetovnem spletu.

# LITERATURA IN VIRI

## Literatura

1. Acquisti, Alessandro, Gritzalis, Stefanos, Lambrinouidakis, Costas, De Capitani di Vimercati, Sabrina (2007). *Digital Privacy: Theory, Technologies, and Practices*. Auerbach Publications, London.
2. Fogel, Joshua (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy. *Computers in Human Behavior*, 25, št. 57, str. 153–160.
3. Fuchs, Christian (2010). StudiVZ: social networking in the surveillance society. *Ethics and Information Technology*, 12, št. 2, str. 171–158.
4. Fuchs, Christian (2012). The Political Economy of Privacy on Facebook. *Television & New Media*, 13, št. 2, str. 139–159.
5. Gross, Ralph, Acquisti, Alessandro (2009). Information Revelation and Privacy in Online Social Networks. V: Matheson, David (ur.): *Contours of Privacy*. Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, str. 170–218.
6. Hough, Michelle G. (2009). Keeping it to ourselves: Technology, privacy, and the loss of reserve. *Technology in Society*, 31, št. 4, str. 406–413.
7. Informacijski pooblaščenec (2010). *Smernice za razvoj informacijskih rešitev: Skrb za zasebnost? Pri nas je vgrajena!*. Informacijski pooblaščenec, Ljubljana.
8. International Working Group on Data Protection in Telecommunications (2008). *Report and Guidance on Privacy in Social Network Services, "Rome Memorandum"*, 43<sup>rd</sup> meeting, 3–4 March 2008, Italija.
9. Jančič, Maja (2008). Obsedeni smo z varovanjem naših uporabnikov. *Marketing magazin*, 28, št. 330, str. 59.
10. Kovačič, Matej, Modic, David, Rusjan, Marko, Selinšek, Liljana, Šavnik, Janko, Završnik, Aleš (2010). *Kriminaliteta in tehnologija: Kako računalniki spreminjajo nadzor zasebnosti, ter kriminaliteto in kazenski pregon?*. Inštitut za kriminologijo pri Pravni fakulteti v Ljubljani, Ljubljana.
11. Lampe, Rok (2004). *Sistem pravice do zasebnosti*. Bonex, Ljubljana.
12. *Leksikon Sova*. (2006). Cankarjeva založba, Ljubljana.
13. Makarovič, Boštjan, Klemenčič, Goran, Klobučar, Tomaž, Bogataj, Maja, Pahor, David (2001). *Internet in pravo: Izbrane teme s komentarjem Zakona o elektronskem poslovanju in elektronskem podpisu*. Pasadena, Ljubljana.
14. Media Awareness Network (2004). *Yung Canadians in a wired world, phase II: Focus groups*. Ottawa.
15. Media Awareness Network (2005). *Yung Canadians in a wired world, phase II: Student survey*. Media Awareness Network, Ottawa.
16. Nosko, Amanda, Wood, Eileen, Molema, Seija (2009). All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26, št. 3, str. 406–418.



17. Rančigaj, Manja (2009). *Povezanost med osebnimi lastnostmi, samospoštovanjem in življenjskim zadovoljstvom pri uporabnikih in neuporabnikih Facebooka*. Diplomsko delo. Filozofska Fakulteta, Ljubljana.
18. Steeves, Valerie (2009). Data Protection Versus Privacy: Lessons from Facebook's Beacon. V: MATHESON, David (ur.): *Contours of Privacy*. Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, str. 183–196.
19. Šalamon, Brane (1998). *Internetni pojmovnik*. Desk, Izola.
20. Tufekci Zeynep (2008). Grooming, Gossip, Facebook and MySpace Information. *Communication & Society*, 11, št. 4, str. 544–564.

## Viri

1. Alexa. Dostopno 10. 4. 2012 na: <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com#>.
2. Boyd, Danah M., Ellison, Nichole B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, 13, str. 210–230. Dostopno 2. 11. 2012 na: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison>.
3. Delovna skupina za varstvo podatkov iz 29. člena: Mnenje 5/2009 o spletnem socialnem mreženju. Dostopno 10. 4. 2012 na: [http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2009/wp163\\_sl.pdf](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2009/wp163_sl.pdf).
4. Direktiva 95/46/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 24. oktobra 1995. Dostopno 10. 4. 2012 na: [https://www.ip-rs.si/fileadmin/user\\_upload/Pdf/razno/Direktive\\_E\\_parlamenta\\_in\\_Sveta.pdf](https://www.ip-rs.si/fileadmin/user_upload/Pdf/razno/Direktive_E_parlamenta_in_Sveta.pdf).
5. ENISA (2007). *Security Issues and Recommendations for Online Social Networks*. European Network and Information Security Agency. Dostopno 11. 11. 2012 na: <http://www.enisa.europa.eu/activities/identity-and-trust/past-work-areas/social-networks/security-issues-and-recommendations-for-online-social-networks>.
6. ENISA (2010) *The European Network and Information Security Agency. Online as soon as it happens*. Dostopno 13. 5. 2012 na: <http://www.enisa.europa.eu/activities/cert/security-month/deliverables/2010/onlineasithappens?searchterm=online+as+soon+as+it+happens>.
7. Evrobarometer (2011). *Skrb za varstvo osebnih podatkov ostaja*. Dostopno 11. 4. 2012 na: <https://www.ip-rs.si/novice/detajl/evrobarometer-skrb-za-varstvo-osebni-podatkov-ostaja/?cHash=54bbc022276e3bdf0611ec03bff51fb0>.
8. Evropska konvencija o človekovih pravicah. Dostopno 9. 4. 2012 na: [http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/200393FD-EAD3-434F-BD46-41BE147A18E9/0/SVN\\_CONV.pdf](http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/200393FD-EAD3-434F-BD46-41BE147A18E9/0/SVN_CONV.pdf).
9. Facebook. Dostopno 10. 4. 2012 na: <http://www.facebook.com/facebook/info>.
10. Facebook. Dostopno 11. 4. 2012 na: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>.
11. Helmbreck, Valerie (2010). *How Facebook sells your personal info — and gets away with it*. Dostopno 11. 4. 2012 na: <http://www.financetechnews.com/how-facebook-sells-your-personal-info-and-gets-away-with-it/>.

12. Informacijski pooblaščenec (2009). *Objava podatkov uporabnikov Facebook*. Dostopno 11. 4. 2012 na: [https://www.ip-rs.si/varstvo-osebni-podatkov/iskalnik-po-odlocbah-in-mnenjih/odlocbe-in-mnenja-varstvo-osebni-podatkov/?tx\\_jzvopdecisions\\_pi1%5BshowUId%5D=1770&cHash=e0f6303ab7370b2e8d4089508519868e](https://www.ip-rs.si/varstvo-osebni-podatkov/iskalnik-po-odlocbah-in-mnenjih/odlocbe-in-mnenja-varstvo-osebni-podatkov/?tx_jzvopdecisions_pi1%5BshowUId%5D=1770&cHash=e0f6303ab7370b2e8d4089508519868e).
13. Ivanc, Staš (2011). Japonci so raje anonimni. *Delo*. Dostopno 22. 3. 2011 na: <http://www.delo.si/clanek/135948>.
14. Kučić, Lenart J. (2010). Spletni svet ni dovolj velik za vse. *Delo*. Dostopno 22. 3. 2011 na: <http://www.delo.si/clanek/128897>.
15. Kodelja, Marjan (2010). Zasebnost, kolateralna škoda interesov? *Delo*. Dostopno 22. 3. 2011 na: <http://www.delo.si/clanek/124883>.
16. Lacy, Sarah (2006). Facebook Learns from its fumble. *Business Week*. Dostopno 5. 10. 2012 na: [http://www.businessweek.com/technology/content/sept2006/tc20060908\\_536553.htm?chan=top+news\\_top+news+index\\_technology](http://www.businessweek.com/technology/content/sept2006/tc20060908_536553.htm?chan=top+news_top+news+index_technology).
17. Letnar Černič, Jernej (2011). *Zasebnost na spletnih straneh socialnih omrežjih*. Dostopno 11. 4. 2012 na: <http://www.ius-software.si/DnevneVsebine/Kolumna.aspx?id=73793>.
18. Listina Evropske unije o temeljnih pravicah. Dostopno 10. 4. 2012 na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:sl:PDF>.
19. Mednarodni pakt o državljskih in političnih pravicah. Dostopno 9. 4. 2012 na: [http://www.mzz.gov.si/fileadmin/pageuploads/Zunanja\\_politika/Mednarodnipakt\\_drzavljskih\\_politicnih\\_pravicah.pdf](http://www.mzz.gov.si/fileadmin/pageuploads/Zunanja_politika/Mednarodnipakt_drzavljskih_politicnih_pravicah.pdf).
20. Odlazek, Gregor (2003). *Zasebnosti ni, prebolite že enkrat*. Dostopno 2. 11. 2011 na: [http://www.finance.si/46319/Zasebnosti\\_ni\\_prebolite\\_%9Ee\\_enkrat](http://www.finance.si/46319/Zasebnosti_ni_prebolite_%9Ee_enkrat).
21. Pirc Musar, Nataša (2009). *Resnični podatki pri registraciji za spletno socialno omrežje*. Dostopno 11. 4. 2012 na: [https://www.ip-rs.si/varstvo-osebni-podatkov/iskalnik-po-odlocbah-in-mnenjih/odlocbe-in-mnenja-varstvo-osebni-podatkov/?tx\\_jzvopdecisions\\_pi1%5BshowUId%5D=1800&cHash=5965a0127b2bb7aa22c611ceac2d76f5](https://www.ip-rs.si/varstvo-osebni-podatkov/iskalnik-po-odlocbah-in-mnenjih/odlocbe-in-mnenja-varstvo-osebni-podatkov/?tx_jzvopdecisions_pi1%5BshowUId%5D=1800&cHash=5965a0127b2bb7aa22c611ceac2d76f5).
22. Pirc Musar, Nataša, Burnik Jelena (2011). *Nevarnosti elektronskih sledi: Ko pride do zlorabe, bo že prepozno*. Dostopno 11. 4. 2012 na: [http://www.dnevnik.si/objektiv/vec\\_vsebin/1042420653](http://www.dnevnik.si/objektiv/vec_vsebin/1042420653).
23. RIS – raba interneta v Sloveniji (2012). *Na Facebooku skoraj 630.000 prebivalcev Slovenije*. Dostopno 24. 11. 2012 na: <http://www.ris.org/index.php?fl=2&lact=1&bid=11980&parent=27?>
24. Socialbakers. Dostopno 10. 4. 2012 na: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/slovenia#chart-intervals>.
25. Sodišče Evropske unije (2012). *Bodil Linqvist, Case C-101/01* z dne 6. november 2003. Dostopno 10. 4. 2012 na: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=48382&pageIndex=0&doclang=SL&mode=doc&dir=&occ=first&part=1&cid=562239>.

26. Statistični urad Republike Slovenije. (2012). *Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije v gospodinjstvih in pri posameznikih*. Dostopno 10. 4. 2012 na: [http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=4240](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4240).
27. Telekom Austria Grup (2010). *Media Usage Study: Wikipedia and Facebook to Become Ever Pervasive*. Dostopno 11. 4. 2012 na: [http://www.telekomaustria.com/presse/news/2010/0901\\_mediastudy.php](http://www.telekomaustria.com/presse/news/2010/0901_mediastudy.php).
28. (2006). Ustava Republike Slovenije. Ur. list RS, št. 68/06.
29. Wikipedija (2011). *Zasebnost*. Dostopno 7. 11. 2011 na: <http://sl.wikipedia.org/wiki/Zasebnost>.
30. Wikipedija (2012a). *Spletna socialna omrežja*. Dostopno 10. 4. 2012 na: [http://sl.wikipedia.org/wiki/Spletna\\_socialna\\_omre%C5%BEja](http://sl.wikipedia.org/wiki/Spletna_socialna_omre%C5%BEja).
31. Wikipedija (2012b). *Facebook*. Dostopno 30. 4. 2012 na: <http://sl.wikipedia.org/wiki/Facebook>.
32. (2007). Zakon o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-1). Ur. list RS, št. 94/2007.



## PRILOGE

### Priloga 1: Anketni vprašalnik

#### Anketa – varstvo osebnih podatkov na socialnem omrežju Facebook

Pozdravljeni, prosim za izpolnitev anketnega vprašalnika. Anketa se izvaja za raziskavo varstva zasebnosti/osebnih podatkov na socialnem omrežju Facebook. Anketa je anonimna. Podatki se bodo obdelovali izključno za potrebe raziskovalnega dela magistrske naloge. Hvala za pomoč.

Spol \*

- M
- Ž

Ime in priimek:

Starost v letih: \*

Končana stopnja izobrazbe: \*

- Osnovna šola.
- Srednja šola.
- Visoka/univerzitetna izobrazba.
- Drugo \_\_\_\_\_

Status: \*

- Študent.
- Zaposlen.
- Samozaposlen.
- Brezposeln.
- Drugo \_\_\_\_\_

#### Uporaba računalnika

Navedite, koliko ur dnevno uporabljate računalnik v službi (če ste zaposleni) oz. v šoli (če se izobražujete) (možen je en odgovor): \*

- Manj kot 1 h.
- Od 1h do 3 h.

- Od 3 h do 5 h.
- Od 5 h do 7 h.
- Od 7 h do 8 h.

Navedite, koliko ur dnevno uporabljate računalnik doma (možen je en odgovor): \*

- Manj kot 1 h.
- Od 1 h do 3 h.
- Od 3 h do 5 h.
- Od 5 h do 7 h.
- Od 7 h do 8 h.
- Več kot 8 h.

Kdo skrbi za zaščito vašega računalnika oz. kdo namešča programsko opremo (možnih je več odgovorov): \*

- Nihče.
- Sam/-a
- Računalničar.
- Prijatelj/-ica.
- Za to pooblaščen oseba.

### **Uporaba interneta**

S kakšnim namenom najpogosteje uporabljate internet (možnih je več odgovorov): \*

- Uporaba elektronske pošte.
- Prisotnost na Facebooku.
- Prebiranje dnevnih informacij.
- Iskanje informacij.
- Opravljanje nakupov.
- Drugo.

Ali je vaš elektronski naslov (kateri od obstoječih, če jih imate več) sestavljen iz vašega osebnega imena (ime in priimek)? \*

- Da.
- Ne.

Pri uporabi interneta me skrbi, da: \*

	me skrbi	ne me skrbi	zelo skrbi	me nimam stališča ne vem	/
bi kdo vdrl v moj računalnik in ukradel osebne podatke.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
bi kdo vdrl v moj računalnik in ukradel podatkovne baze.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
bi kdo vdrl v mojo e-banko in me pri tem oškodoval	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
bi okužil računalnik z virusom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
bi kdo z virusom prek mojega računalnika povzročal tretjim škodo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

### Uporaba Facebooka

Koliko časa dnevno v povprečju uporabljate Facebook (možen je en odgovor)? \*

- Manj kot 1 h.
- Od 1 h do 4 h.
- Več kot 4h.

Kateri je po vašem mnenju glavni razlog, da ste se odločili za uporabo Facebooka (možen je en odgovor)?

- Ker ga uporabljajo vsi prijatelji.
- Ker omogoča spremljanje in ohranjanje prijateljstva.
- Ker želim spoznati nove ljudi.
- Ker želim na ta način promovirati sebe.
- Ker sem dobil/-a povabilo prijatelja/-ice.
- Drugo.

Katere resnične podatke, ki so dostopni vsem, vsebuje vaš profil na Facebooku (možnih je več odgovorov)? \*

- Ime in priimek.
- Naslov stalnega/začasnega prebivališča.
- Datum in leto rojstva.
- Mobilno telefonsko številko.
- Stacionarno telefonsko številko.
- Ime osebe, s katero ste v zvezi.
- Sliko, po kateri vas je mogoče identificirati.
- Izobrazbo.
- Politično in versko pripadnost.
- Spolno usmerjenost.
- Interesne dejavnosti.
- Drugo.

Katere resnične podatke, ki so dostopni samo prijateljem, vsebuje vaš profil na Facebooku (možnih je več odgovorov)? \*

- Ime in priimek.
- Naslov stalnega/začasnega prebivališča.
- Datum in leto rojstva.
- Mobilno telefonsko številko.
- Stacionarno telefonsko številko.
- Ime osebe, s katero ste v zvezi.
- Sliko, po kateri vas je mogoče identificirati.
- Izobrazbo.
- Politično in versko pripadnost.
- Spolno usmerjenost.
- Interesne dejavnosti.
- Drugo.



Ali uporabljate dva ali več različnih Facebook profilov (možen je en odgovor)? \*

- Da.
- Ne.

Na Facebooku imate kot prijatelje označene naslednje skupine (možnih je več odgovorov)?: \*

- Sorodniki.
- Sošolci.
- Sodelavci.
- Prijatelji.
- Znanci.
- Osebe, ki jih ne poznate osebno.
- Ostalo.

V večini imam na Facebooku za prijatelje (možen je en odgovor)?: \*

- Sorodnike.
- Sošolce.
- Sodelavce.
- Prijatelje.
- Znance.
- Osebe, ki jih ne poznam osebno.
- Ostalo.

Ali ste pred vzpostavitvijo/uporabo Facebooka prebrali splošne pogoje uporabe (možen je en odgovor)? \*

- Da.
- Ne.

### **Odnos do Facebooka**

Prosim, da za posamezno trditev izberete ustrezno številko glede na to, v kolikšni meri se strinjate s trditvijo; pri čemer 0 označuje, da nimate stališča/odgovora, 1 označuje, da se s trditvijo ne strinjate, 2 označuje, da se s trditvijo komajda strinjate, 3 označuje, da se s trditvijo praviloma strinjate, in 4 označuje popolno strinjanje s trditvijo.

Facebook je z vidika varovanja osebnih podatkov popolnoma varen. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Moja zasebnost je na internetu popolnoma varna. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Facebook svojim uporabnikom omogoča učinkovito varovanje zasebnosti z nastavitvami zasebnosti. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Za varovanje osebnih podatkov na Facebooku je odgovorna država z regulativno zakonodajo. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Na Facebooku vedno objavljam resnične podatke. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Platforma Facebooka je namenjena lažji komunikaciji s prijatelji. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Platforma Facebooka je primarno namenjena za zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov v marketinške namene. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Profiliranje uporabnikov in posledično pošiljanje ponudb/oglasov uporabnikom Facebooka se mi ne zdi sporno ali moteče. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Objave, ki jih "postam" na Facebooku, me ne morejo osramotiti pred prijatelji, starši ali delodajalci. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Ko pričnem uporabljati internet, vedno pogledam tudi Facebook. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Uporabniške nastavitve na Facebooku me ščitijo pred sprejemanjem t. i. piškotkov. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Zavedam se, da Facebook razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Zavedam se, da Facebook razpolaga z mojimi podatki tudi po ukinitvi profila, a me to ne moti. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Facebook izmenjuje moje podatke/informacije z osebami zunaj Facebooka za tržne namene. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Po objavi vsebine na Facebooku te postanejo javni podatek. \*

0 1 2 3 4

min      maks

Kako pogosto objavljate podatke na svojem "statusu" (kje sem, kaj delam, kam grem)? \*

	ne objavljam	mesečno	tedensko	dnevno	nimam stališča
status	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kako pogosto objavljate svoje mnenje o aktualnih dogajanjih? \*

	ne objavljam	mesečno	tedensko	dnevno	nimam stališča
mnenje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kako pogosto na FB objavljate, dodajate povezave do drugih spletnih strani? \*

	ne objavljam	mesečno	tedensko	dnevno	nimam stališča
dodajanje povezav	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kako pogosto objavljate svoje fotografije in fotografije svojih prijateljev? \*

	ne objavljam	mesečno	tedensko	dnevno	nimam stališča
objavljanje fotografij	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Svojo zasebnost na FB ščitim z: \*

	da	ne	ne poznam	nimam stališča / odgovora
nastavitvijo seznama prijateljev (Friend Lists), pri čemer ima vsak seznam svoje nastavitve	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
odstranitvijo FB rezultatov iskanj	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
odstranitvijo iz spletnih iskalnikov, ker ne želim, da se prikazuje moja fotografijo, seznam mojih prijateljev, povezavo za dodajanje med prijatelje, povezavo za pošiljanje sporočil in seznam spletnih strani, katere član/-ica sem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nastavitvijo zasebnosti, ki onemogoča označevanje fotografij in videoposnetkov, ki me prikazujejo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zaščito svojih albumov, da so vidni samo določenim osebam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nastavitvijo statusa, saj ne želim, da se zgodbe o meni pojavljajo v novicah mojih prijateljev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nastavitvijo "kdo lahko vidi prijateljska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	da	ne	ne poznam	nimam stališča / odgovora
sporočila" na zidu				
nastavitvami sem zaščitil/-a tudi seznam svojih prijateljev in kontaktne podatke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## **Priloga 2: Pregled dosedanjih raziskav**

Pri pregledu obstoječih raziskav iz obravnavanega področja sem zasledila zlasti raziskave, ki preučujejo populacijo študentov. Glavnina raziskav se ukvarja z vprašanjem, kaj objavljajo uporabniki, kako ščitijo svojo zasebnost in katere podatke razkrivajo. V največji meri sem poskušala slediti raziskavam, ki preučujejo uporabnike spletnega socialnega omrežja Facebook. Pregled dosedanjih raziskav sem obdelala po starostnem segmentu uporabnikov.

### **ODNOS MLADIH DO ZASEBNOSTI**

V spletno socialno omrežje Facebook se lahko vključujejo osebe, ki dopolnijo starost 13 let. Glede na to, da so mladi zaradi svoje nezkušenosti večkrat tarča zlorab, veljajo za tvegano, občutljivo skupino uporabnikov.

Mladi pogosto izdajajo osebne informacije iz različnih razlogov: včlanitev v klub, pristop k tekmovanju ali ohranjanje stikov z znanci in prijatelji.

Prvi študiji, ki sta se ukvarjali z vprašanjem mladih in zasebnosti na FB, sta bili izvedeni v Veliki Britaniji (Livingstone in Bober, 2003; 2004). Otroke med 9. in 19. letom sta raziskovalki obiskali doma ter z njimi izvedli fokusne skupine in skupinske razprave, pri čemer sta sledili nacionalni raziskavi, ki je vključevala 1.511 mladostnikov. Ugotovili sta, da otroci visoko cenijo zasebnost, še posebej cenijo zasebnost pred ljudmi iz mrež dejanskega življenja, kot so npr. starši, učitelji, prijatelji. 17-letnik, ki je sodeloval v raziskavi, je dejal, da želi neodvisnost, ker noče, da bi mu mama ves čas gledala čez ramo, kaj počne (Livingstone in Bober, 2003). Ti mladostniki tudi raje izberejo online komunikacijo, ker smatrajo, da je bolj zasebna. In ta zasebnost, ki jo čutijo online, jim pomaga, da so bolj odprti drug do drugega in so jim prihranjeni mnogi neprijetni trenutki, ki bi nastali ob komunikaciji 1:1.

V kanadski raziskavi v letih 2004 in 2005, ki je vključevala 5.272 otrok med 4. in 11. razredom, so ugotovili, da preferirajo online komunikacijo, ker sogovornik ne more preslišati njihovih besed in je zato bolj zasebna. Nekaterim je online komunikacija tudi bolj všeč, saj lahko blokirajo tistega, za katerega ne želijo, da bi komunikaciji sledil oziroma sodeloval v pogovoru (MNet, 2004).

Udeleženi v omenjeni raziskavi v glavnini navajajo, da *svojo zasebnost zaščitijo* z lažnimi imeni, kljub temu da jih 30 % izda pravo ime in naslov za vzpostavitev e-pošte, za vzpostavitev MSN-računa 27 %, za online tekmovanje 18 %, za lastno spletno stran in blog 16 %, za registracijo na strani z igrami 12 %, za pogovor na forumih in klepetalnicah 7 % (MNet, 2005). Ti kanadski mladostniki hranijo zasebnost pred starejšimi, ki jih želijo nadzorovati, kljub temu da online razkrivajo informacije (Steeves v Matheson, 2009).

Na osnovi raziskav je mogoče povzeti, da se mlajši uporabniki socialnih omrežij tovrstne komunikacije poslužujejo, ker ne želijo biti nadzorovani s strani staršev. Komunikacija preko profilov jim omogoča pogovore o stvareh, ki bi jih pri pogovoru v realnosti lahko spravile v zadrego. Mladim je pri tovrstni komunikaciji všeč dejstvo, da niso preslišani in da lahko preprosto blokirajo sogovornika, ki jim ni všeč.

Občutek oddaljenosti medmrežja daje mlajšim uporabnikom občutek, da se stvari dogajajo v drugem prostoru »tam nekje«, zato imajo občutek varnosti, ki je lahko tudi lažen. Raziskava sicer navaja, da mladostniki visoko cenijo zasebnost, zlasti ko gre za zasebnost pred ljudmi, ki jih poznajo iz realnega življenja.

### **ODNOS ŠTUDENTOV DO ZASEBNOSTI**

Večina raziskav, ki sem jih zasledila v strokovni literaturi, preučuje odnos študentske populacije do uporabe, varstva zasebnosti na spletnih socialnih omrežjih. Z vidika obravnavane teme, sem pri svojem delu uporabila zlasti tiste, ki preučujejo odnos do socialnega omrežja Facebook.

Obravnavane študije so znotraj podpoglavja navedene kronološko, ker jih zaradi vsebine preučevanih podatkov ni smiselno združevati (podatki so prikazani tabelarično v razpravi tega dela).

–

Leto: 2006

V študiji, ki jo je izvedel Stutzman leta 2006, so se študentje s kolidža strinjali, da je pomembno zaščititi informacije o identiteti. V isti študiji je večina študentov obkrožila »se strinjam« ali pa »se zelo strinjam« glede dostopanja njihovih prijateljev, družine ali sošolcev do njihovega osebne profila na socialnem spletu (Stutzman v Fogel in Nehmad, 2008, str. 153).

–

Leto: 2007

Avtorja članka (Fogel in Nehmad) sta izvedla raziskavo, v kateri sta preučevala *tveganje, zaupanje in skrb za zasebnost* pri uporabi spletnih socialnih omrežij med 205 študenti; raziskava je bila zaključena maja 2007. Povprečna starost anketiranih je bila 22 let (starost 17–32 let), glede na spolno strukturo sta v anketi sodelovali 102 ženski in 103 moški.

Anketa je pokazala, da je 77,6 % (159) študentov ustvarilo svoj profil na socialnem omrežju – te predstavljajo vzorec nadaljnje obdelave; 78,6 % (125) študentov je imelo ustvarjen profil na socialnem omrežju FB. V povprečju so se anketirani v svoj profil prijavili 2,4-krat dnevno in porabili eno uro za ogled/pregled profilov. Zanimivo je, da kar 73,6 % (117) vprašanih navaja, da ima odprt profil (vsakdo ima vpogled v profil

posameznika), pri čemer je skoraj enak delež moških in žensk. Svojo sliko na profilu objavlja glavnina uporabnikov – 90,4 %. 9,4 % (15) anketiranih navaja, da imajo na profilu objavljeno telefonsko številko (14,5 % (12) moških in 3,9 % (3) ženske) in domači naslov (12,0 % (10) moških in 6,6 % (5) žensk); *od tega le eden, ki dovoljuje vpogled v podatke le določenim osebam*, ostali imajo javno dostopen profil. Interesne dejavnosti navaja 83 % (132) vprašanih; glede na spol ni razlik. Resnično ime v profilu uporablja 81,8 % (129), kar glede na spol pomeni 85,5 % (71) moških in 76,3 % (58) žensk (Fogel in Nehmad, 2008, str. 156).

–

Leto 2008:

V letu 2008 je bila objavljena raziskava Josha Fogela in Elhama Nehmada v članku *Internet social network communities: Risk traking, trust, and privacy concerns*. Glede na raziskave je v opazovanjem obdobju (v zadnjih 30 dneh) 24 % odrasle populacije iz ZDA obiskalo socialno omrežje (Ipsos Insight, 2007 v Fogel in Nehmad, 2008, str. 153).

Med dodiplomskimi študenti so *najpogostejše obiskani portali Facebook, Myspace in Friendster*. Ena od študij poroča, da FB uporablja 90 % vprašanih (Stutzman, 2006 v Fogel in Nehmad, 2008, str. 153), druga pa, da ga uporablja 78,8 % vprašanih včasih ali pogosto (Hargittai, 2007 v Fogel in Nehmad, 2008, str. 153). Dodiplomski študenti v povprečju preživijo od 10 do 30 minut na socialnem omrežju Facebook in imajo v povprečju 150–200 prijateljev po raziskavi, ki so jo opravili Ellison, Steinfield in Lampe v letu 2006.

Alumni študenti uporabljajo FB predvsem za komunikacijo, povezavo in vzdrževanje kontaktov (Acquisti in Gross, 2006, Charnigo in Barnett-Ellis, 2007, Ellison et al., 2006 v Fogel in Nehmad, 2008, str. 153).

V študiji o zasebnosti na FB so ugotovili, da tiste, ki imajo vzpostavljen profil na FB, bolj skrbi, da bi neznanci izvedeli, kje živijo in kakšen je njihov urnik, od tistih, ki nimajo profila na FB (Acquisti in Gross, 2006 v Fogel in Nehmad, 2008, str. 153). Omenjena študija dokazuje, da ni povezave med skrbjo glede varnosti uporabnikov FB o urnikih, kje živijo in verjetnostjo objavljanja teh podatkov na spletu.

–

Leto: 2009

FB omogoča razkrivanje raznolikih osebnih informacij. V študiji, ki so jo izvedli med študenti CMU (Carnegie Mellon University), so ocenjevali, v kakšnem obsegu so uporabniki iz CMU (Carnegie Mellon University) *razkrili osebne informacije*. Rezultati študije so pokazali, da 90,8 % profilov vsebuje sliko, s pomočjo katere je posameznika mogoče identificirati, 87,8 % jih vsebuje rojstni datum, 39,9 % jih razkrije telefonsko številko (vključno z 28,8 %, ki vsebujejo tudi mobilno številko), 50,8 % vsebuje naslov



stalnega bivališča. Večina uporabnikov je razkrila, kateri spol jih zanima, status, politično opredelitev in osebne interese (knjige, filmi, glasba). V 62,9 % profilov je status drugačen od samskega in razkrito ime partnerja (bodisi s polnim imenom bodisi s FB povezavo).

*Količina razkritih podatkov se med moškimi in ženskami ne razlikuje, za razliko od telefonske številke: 47,1 % moških in 28,9 % žensk. Odstotek pri samskih moških je glede telefonske številke še višji. Ta raziskava je bila narejena še v času, ko si moral za postavitve osebnega FB profila podati veljaven e-naslov iz akademske ustanove. Gross in Acquisti sta proučevala, kako tehtni (valid) so razkriti podatki.*

89 % profilov vsebuje pravo ime oziroma ime, ki bi lahko bilo pravo (se sklada z e-poštno domeno), le 8 % imen je lažnih, 3 % profilov pa vsebuje delno ime (npr. samo prvo ime). 98,5 % profilov, ki vsebuje rojstne podatke, vsebuje tudi pravo ime. Preostali 1,5 % profilov vsebuje le dan in mesec rojstva, ne pa tudi leta. V nekaterih primerih so opazili, da v razdelku za komunikacijo njihovi FB prijatelji napišejo rojstnodnevno voščilo v primeru rojstnega dneva. Ni jasno, ali so podali prave ali lažne rojstne podatke.

90,8 % profilov vsebuje sliko. V 61 % je slika takšna, da lahko uporabnika identificiramo, 80 % slik vsebuje informacije, na osnovi katerih lahko uporabnika identificiramo. 12 % profilov vsebuje takšno sliko, ki ni povezana s profilom. Primerjava FB in Friendsterja: pri slednjem je odstotek profilov s šaljivo sliko višji (23 %), s sliko, ki omogoča neposredno identifikacijo, pa nižji (55 %).

Testirani imajo v povprečju 78,2 prijatelja iz CMU in 54,9 prijateljev iz drugih šol. 76,6 % testiranih ima 25 ali več prijateljev iz CMU, 68,6 % pa ima 25 ali več prijateljev iz drugih šol (Gross in Acquisti v Matheson, 2009).

–

## **RAZKRIVANJE PODATKOV**

Kraja identitete in osebna varnost v povezavi z na spletu razkritimi informacijami sta vedno prisotni težavi. Kljub opozorilom različnih organizacij in civilnih iniciativ (npr. Child Online Protection) je eden od pomembnih ciljev socialnega mreženja spodbujanje razkrivanja osebnih informacij drugim uporabnikom omrežij. Tudi najmanjše podrobnosti iz osebnega življenja, kot so rojstni in kontaktni podatki, fotografije itd., tatovom identitete omogočajo pridobitev drugih podatkov, kot so št. zavarovalne police, št. kreditne kartice itd., ali pa celo osebnih dokumentov, kot je npr. potni list (Sullivan, 2008 v Nosko in dr., 2010, str. 407). Podatki o domačem stacionarnem telefonu, naslov in starost lahko posameznika razkrijejo na način, da postane ranljiv v smislu zlorab.

Zaradi razširjenosti uporabe socialnih omrežij in potencialnih groženj bi poglobljeno razumevanje značilnosti socialnih omrežij in načina uporabe omogočilo razvoj informiranja in izobraževanja uporabnikov o zaščiti informacij in uporabnikov.

V sklopu raziskave, ki so jo izvedli Nosko, Wood in Molema sta bili opravljeni dve študiji.

Študija 1 je zajemala vzorec 400 štiristo naključno izbranih javno dostopnih profilov iz 8 kanadskih Facebook mrež (4 krajevne mreže, 4 mreže univerz). Od teh 400 jih je 328 označilo spol, 301 starost. Študija razkriva, da je 63 % ali več opazovanih razkrilo 15 podatkov (rojstni podatki, spol, profilna fotografija, foto album, označene fotografije, splošne fotografije, skupine, prijatelji, izobrazba, status, zid, mini-feed, dregljaji, sporočila, darila), na osnovi katerih je posameznika mogoče identificirati. Manj kot 9 % jih je razkrilo tudi poštno številko, telefonsko številko, domači naslov, kraj, spletni naslov, polno ime, šolski e-naslov, predmetnik, izobrazbo, nagrade, učilnico, superzid, napredni zid, dogodke. Ljudje so v povprečju razkrili zgolj 25 % informacij, ki so preko Facebooka vidne ostalim članom socialnega omrežja.

Študija 2 je bila osredotočena na ugotovitev, katere podatke uporabniki razkrivajo na svojem profilu, in kategorizacijo razkritih informacij. Kategorije: informacije identitete, občutljive osebne informacije (e-pošta, delodajalec, položaj v službi, status, mini-feed, zid, profilna slika, albumi, označene fotografije, sporočila, dregljaji, darila, prijatelji), informacije, povezane z možnostjo stigmatizacije (spolna usmerjenost, versko in politično prepričanje, leto rojstva, prijatelji, fotografije, aktivnosti, najljubša glasba, literatura, film, izreki itd.).

Študija je pokazala, da so tisti, ki so razkrili spol, status in starost, razkrili več osebnih podatkov, občutljivih podatkov in podatkov z možnostjo stigmatizacije kot tisti, ki teh podatkov niso razkrili. Osebe, ki razkrivajo svoj status, pogosteje razkrivajo podatke, na osnovi katerih jih je mogoče identificirati, in občutljive informacije. Starejši anketirani razkrijejo manj osebnih podatkov kot mlajši uporabniki spletnega socialnega omrežja Facebook. Rezultati ankete dokazujejo, da moški pogosteje kot ženske razkrivajo politično prepričanje.

Razkritje statusa je povezano z razkritjem osebnih informacij, fotografij, posodobljenih informacij, albumov, profilne fotografije, starostjo (Nosko et al., 2010).

Z vidika lastne izvedene ankete so pomembni rezultati omenjene študije (N = 400), ki navajajo, da je 335 (83,80 %) anketiranih objavilo svoj datum rojstva in 293 (73,30 %) letnico rojstva, 132 (33,00 %) žensk navaja svojo spolno usmerjenost in 90 (22,50 %) moških. 140 (35,00 %) vprašanih navaja svoje politično prepričanje, 128 (32,00 %) versko prepričanje. Mobilno številko objavlja 20 anketiranih (5,00 %) in le 9 (2,30 %) sodelujočih stacionarno številko. 14 (3,50 %) vprašanih navaja svoj domači naslov (Nosko et al., 2010, str. 409).