

ZASEBNOST UPORABNIKOV IN DRUŽBENA OMREŽJA

Lili Nemec Zlatolas, Tatjana Welzer
UM FERi, Koroška 46, 2000 Maribor
Lili.nemeczlatolas@um.si, tatjana.welzer@um.si

Povzetek

V članku smo predstavili izsledke raziskave, ki smo jo izvedli na družbenem omrežju Facebook med slovenskimi uporabniki. Uporabniki pogosto trdijo, da jim je zasebnost pomembna, a hkrati ne upoštevajo načel za ohranjanje zasebnosti na spletu, kar je znano tudi pod imenom paradoks zasebnosti. V raziskavi smo ugotovili, da so moški uporabniki družbenih omrežij bolj naklonjeni dodajanju novih, neznanih prijateljev kot ženske, uporabniki z večjim številom prijateljev na družbenih omrežjih pa so pripravljeni neznance večkrat dodati na omrežju za prijatelje kot tisti z manjšim številom prijateljev. V prihodnosti raziskave načrtujemo oblikovanje smernic za večjo ozaveščenost uporabnikov o zasebnosti ob uporabi družbenih omrežij.

Abstract USER PRIVACY AND SOCIAL NETWORKING SITES

In the paper, we presented the results of a survey conducted on the social networking site Facebook among Slovenian users. Users often claim that privacy is important to them but at the same time disregard the principles of maintaining privacy online, which is also known as the privacy paradox. This study found that male social networking site users are more likely to add new, unknown friends than women. Also, users with more friends on social networking sites are willing to add strangers as their friends more often than those with fewer friends. In the future, we plan to develop guidelines for raising users' awareness of privacy when using social networking sites.

Ključne besede

Družbena omrežja, zasebnost, razkrivanje informacij

Keywords

Social networking sites, privacy, information disclosure

UVOD

Facebook je najbolj priljubljeno družbeno omrežje [1]. Raziskave o družbenih omrežjih se osredotočajo na zasebnost in objavo podatkov s strani uporabnikov na omrežju Facebooku. Raziskave kažejo, da je zasebnost za uporabnike pomembna, vendar se pogosto ne obnašajo tako, kot so predvideli, kar imenujemo tudi paradoks zasebnosti [2]. Uporabniki pogosto dodajo nepoznane osebe na družbenih omrežjih za svoje prijatelje in jim razkrijejo občutljive osebne podatke (npr. fotografije, datum rojstva, naslov itd.) [3, 4]. Napadalci lahko zlorabijo takšno vedenje in pomembno je, da se ljudje zavedajo, kaj delijo in s kom. Da bi razumeli zavedanje o zasebnosti uporabnikov in kako uporabniki dodajajo osebe na družbenih omrežjih, smo izvedli raziskavo in bomo predstavili ugotovitve.

RAZISKAVA

V raziskavi smo ustvarili ženski in moški najstniški profil in dodali 60 naključnih oseb iz Slovenije na omrežju Facebook, od tega je bilo 30 ženskih profilov in 30 moških profilov. Povprečna starost dodanih profilov je bila 33,31, povprečno število prijateljev pa je bilo 1093 pri 35 profilih, pri katerih se je ta informacija lahko razbrala iz profila uporabnikov. V obstoječih raziskavah so že uporabili način dodajanja naključnih profilov na družbenih omrežjih [5]. Z moškim in ženskim najstniškim profilom smo dodali enake osebe na omrežju Facebook. Ženski najstniški profil je sprejelo 21 oseb, moškega pa 11 oseb od 60. Med 30 moškimi profili, le 12 moških profilov ni sprejelo nobenega ustvarjenega profila, medtem ko med 30 ženskimi profili, 24 profilov ni sprejelo nobenega ustvarjenega profila. Ugotavljamo, da so moški uporabniki družbenih omrežij bolj naklonjeni dodajanju novih, neznanih prijateljev kot ženske. To je lahko posledica zavedanja o zasebnosti glede na spol ali kulturne norme, kjer ženske razmišljajo o svoji varnosti, preden dodajo nekoga neznanega.

Pri 60 naključnih osebah smo preverili tudi, koliko prijateljev imajo dodanih na družbenih omrežjih in ugotovili, da so uporabniki z večjim številom prijateljev na družbenih so pripravljeni neznance večkrat dodati na omrežju za prijatelje kot tisti z manjšim številom prijateljev.

ZAKLJUČEK

V raziskavi smo ugotovili, da so moški uporabniki družbenih omrežij bolj naklonjeni dodajanju novih, neznanih prijateljev kot ženske. Uporabniki z večjim številom prijateljev na družbenih omrežjih pa so pripravljeni neznance hitreje dodati na omrežju za prijatelje kot tisti z manjšim številom prijateljev. Omejitve raziskave so, da je bilo 60 profilov izbrano naključno med slovenskimi uporabniki družbenih omrežij. Z večjim vzorcem bi lahko prišli do boljših rezultatov. V prihodnjih raziskavah načrtujemo širitev raziskave z oblikovanjem smernic za večjo ozaveščenost uporabnikov o zasebnosti in smernic za uporabnost družbenih omrežij.

VIRI IN LITERATURA

- [1] "Most popular social networks worldwide as of January 2021." Statista.
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (accessed 12 April, 2021).
- [2] B. B. Susan, "A privacy paradox: Social networking in the United States," *First Monday*, vol. 11, no. 9, 09/04 2006, doi: 10.5210/fm.v11i9.1394.
- [3] H. Rashtian, Y. Boshmaf, P. Jaferian, and K. Beznosov, "To Befriend Or Not? A Model of Friend Request Acceptance on Facebook," in *10th Symposium On Usable Privacy and Security (SOUPS 2014)*, Menlo Park, CA, 2014, Menlo Park, CA. [Online]. Available: <https://www.usenix.org/conference/soups2014/proceedings/presentation/rashtian>. [Online]. Available: <https://www.usenix.org/conference/soups2014/proceedings/presentation/rashtian>
- [4] Y. Boshmaf, I. Muslukhov, K. Beznosov, and M. Ripeanu, "The socialbot network: when bots socialize for fame and money," presented at the Proceedings of the 27th Annual Computer Security Applications Conference, Orlando, Florida, USA, 2011. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1145/2076732.2076746>.
- [5] M. A. wani, N. Agarwal, S. Jabin, and S. Z. Hussain, "Analyzing Real and Fake users in Facebook Network based on Emotions," in *2019 11th International Conference on Communication Systems & Networks (COMSNETS)*, 7-11 Jan. 2019 2019, pp. 110-117, doi: 10.1109/COMSNETS.2019.8711124.