

TALLINNA ÜLIKOOL
INFORMAATIKA INSTITUUT

Privaatsus sotsiaalvõrgustikes

Privacy in Social Networks

Bakalaureusetöö

Autor: Polina Rubtsova

Juhendaja: Birgy Lorenz

Autor:““ 2011

Juhendaja:““ 2011

Instituudi direktor:““ 2011

Tallinn 2011

Autorideklaratsioon

Deklareerin, et käesolev bakalaureusetöö on minu töö tulemus ja seda ei ole kellegi teise poolt varem kaitsmisele esitatud. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, olulised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(kuupäev)

.....

(autor)

Sisukord

Sissejuhatus	5
1 Privaatsus	6
1.2 Tehnoloogia roll.....	7
2 Sotsiaalvõrgustiku areng	9
2.1 Sotsiaalvõrgustiku mõiste ja ajalugu	9
2.2 ON-LINE teenused	9
2.3 Web 1.0 , Web 2.0 ja tulevik	10
2.4 Esimesed sotsiaalvõrgustikud Internetis	11
2.5 Sotsiaalvõrgustike kasutamine.....	11
2.6 Populaarsete Interneti sotsiaalvõrgustike tutvustus ja ajalugu	13
3 Privaatsuse riskid sotsiaalvõrgustikes	19
3.1 Tõelised juhtumid, mis on seotud isiklike informatsiooni avaldamisega.....	22
4 Privaatsuspoliitika	24
5 Privaatsuse seaded ja nende võrdlemine	26
6 Uuring	29
6.1 Uuringu eesmärk ja meetodika	29
6.2 Uuringu tulemused ja analüüs.....	29
6.2.1 Võrgustikke kasutamine	31
6.2.2 Privaatsuse olulisus kasutajate jaoks.....	35
6.2.3 Privaatsuse riskid.....	38
6.3 Järeldused.....	43
6.4 Soovituste loetelu sotsiaalvõrgustikke tavakasutajatele	44
Kokkuvõte	48
Summary	49
Kasutatud kirjandus	50

LISA 1.....	54
--------------------	-----------

Sissejuhatus

Käesoleva aja üks aktuaalsemaid teemasid on privaatsus – kes-mida-kellegi kohta teab ja näeb. Privaatus väljendub ligipääsus teiste inimeste andmetele (mida ta ei ole soovinud kõikidele jagada), enda andmete kaitsmises, kui ka leitud andmete kellegi vastu ära kasutamises.

Internet on muutnud info leidmise väga lihtsaks. Näiteks leiab Google otsimootori abiga infot pea iga inimese kohta. Vahel on see info meile meeldiv, teinekord on aga internetis kõigile nähtavale seatud salajased materjalid. Enamus infot on sinna üles pandud kellegi teise poolt. Google toob meieni kommentaarid ajalehtede, foorumite jt. keskkondadest, isikliku profiili andmed suhtlusvõrgustikes, pildid, videod. Sellest moodustub inimese uus identiteet ehk digitaalne mina või teisisõnu digijälg.

Oma bakalaureusetöös olen võtnud keskseks uurimisobjektiks inimeste käitumise suhtlusvõrgustikes (detailsemalt Facebook) ning privaatsuse. Peamised eesmärgid on:

- anda valikuline ülevaade võrgustike tekkest kuni praeguse aja populaarsemate suhtlusvõrgustikeni;
- uurida keskkondade poolt pakutavaid privaatsuspoliikaid ja seadeid;
- millised on põhilised privaatsuse riskid ja valimi käitumine võrgustikes;
- anda soovitusi kasutajatele, kes on omale võrgustikus konto juba loonud või hakkab seda looma.

Uurimuslikus osas olen läbi viinud empiirilise uuringu 71 tavakasutaja hulgas, kes on juba kuskil võrgustikus leitav. Uurimuse põhjal olen teinud analüüsi, millised on põhilisemad rõõmud ja vead, mida inimesed võrgustikke kasutades teevad, millised on nende harjumused ja kuidas see võib nende edasist elu mõjutada. Lõpetuseks olen kokku kogunud soovitusel, kuidas võrgustikes paremini ellu jääda.

Kasutan oma töös 48 allikat, 6 pilti, 16 diagrammi, 1 lisa ja töö pikkuseks on 60 lehekülge.

1 Privaatsus

Esmakordselt privaatsusest, „õigusest olla iseenda hoolde jäetud“, räägiti juba XIX sajandi lõpus. Aastal 1890, Ameerika juristid Louis Brandeis ja Samuel Warren avaldasid ajakirjas "Harvard Law Review" artikli "The Right to Privacy" (täht täheliselt "Õigus privaatsusele"). Artiklis antud privaatsuse määratlus peetakse klassiliseks: “õigust olla jäetud üksi” (“right to be let alone”) (Privacy and Human Rights, 2003).

Privaatsus jagatakse neljaks tüübiks. Need on:

- füüsiline privaatsus;
- territoriaalne privaatsus;
- informatsiooniline privaatsus (isikuandmete privaatsus);
- kommunikatsiooni privaatsus (Privacy and Human Rights, 2003).

Territoriaalne privaatsus on inimestele enamasti kõige tuttavam ja arusaadavam liik, mille all peetakse üldjuhul silmas eluaseme puutumatus. Kaitse all on mitte ainult majad ja korterid, aga ka töökohad, hotellitoad, rongi kupeed jne.

Füüsilise privaatsuse all mõistakse meditsiinilistest protseduuridest mitterääkimist.

Isikuandmete privaatsus ja kommunikatsiooni privaatsus on tihedalt seotud Internetiga. Privaatsus on üks vanimaid avalikkusele huvipakkunud arvutieetika teemasid (Õunapuu, 2010). „Privaatsuse“ sõna all (ingl. keeles privacy), mõeldakse õigust eraelu puutumatusse. (Privacy and Human Rights, 2003).

Oma töös vaatlen lähemalt just isikuandmete ja kommunikatsiooni privaatsust sotsiaalvõrgustikes.

1.2 Tehnoloogia roll

Teiste inimeste saladused on alati huvitavad. Niipea kui inimesed hakkasid kasutama telefoni, siis hakati nende vestluseid pealt kuulama. Tänapäeval käib suur hulk informatsiooni käib läbi küberruumi (Arunjants, 2010). Küberruumi eripäraks on see, et ühelt poolt kehtivad seal seadused (nt. Eesti Vabariigi Põhiseadus) teisalt on aga internet ülemaailmne ehk piirid puuduvad. Mis on ühes riigis lubatud, ei pea seda olema teises. Mõnes kohas kehtib nõu igamehe õigus. Inimesed loovad virtuaalseid ruume, mõtlevad välja sellele seaduseid, väidavad, et tagavad andmete turvalise ja puutumatus, samal ajal kui teised otsivad olemasolevate süsteemide nõrku kohti ja ka juurdepääsu varjatud informatsioonile.

On olemas tugev seos privaatsuse ja tehnoloogia arengu vahel. Videovalve kaamerad fikseerivad isikliku elu sündmusi, arvutid säilivad isikuandmeid ja telekommunikatsioonivõrgud annavad võimaluse saada liigipääsu isikuandmetele. Vaatamata sellele, et tehnoloogiat kasutatakse isiklike andmete kaitsmiseks, enamik kaasaegset tehnoloogiat kasutatakse vastupidisel eesmärgil ehk pigem info kiiremaks jagamiseks (Viejo, Castella-Roca, 2009).

Näiteks on meil võimalik jälgida ühe inimese päeva läbi erinevate keskkondade: blogide, otsesuhtluse (programmid MSN, Skype), Googe teenuste (logimised erinevatest keskkondadest, kaarditeenus). Igast asjast jääb jälgi digijälg – kus ta käis, mida tegi, kaua ta sal viibis, millist teenust kui kaua kasutas. Samamoodi on inimene enamuse ajast kättesaadav. See aga annab laialdased võimalused teiste inimeste elu ja käitumise kohta informatsiooni hankida kui ka kasutada. Internet seega pakub meile väga palju võimalusi, kuid üha enam tuleb rääkida ka ohtudest, kui oleme ennast teinud maailmale liiga avalikuks (Õunapuu, 2010).

Näiteks Google kasutab kogutud informatsiooni oma toodete paremaks reklaamimiseks (otsingutulemustega manipuleerimine, märksõnade müük) ning oma otsingu algoritmide parendamiseks, et pakkuda tootena parimaid reklaamvõrke. Andmed, mis juba kord on internetis üleval tegelikkuses kustutada enam ei ole võimalik, sest enamuse kogutud informatsioonist säilitatakse, analüüsitakse ja tihti dubleeritakse teistesse arvutitesse ehk serveritesse (Lojanits, 2010).

On olemas organisatsioonid, nagu ReputationDefender, PeopleFinders, Spoke, WhitePages, mis pakuvad teenust, et nad suudavad eemaldada isikuandmeid tõenäosuga 80% - 90% kogu *online* kommerts andmebaasidest, kuid ei ole võimalik kustutada 100% informatsioonist. Tänapäeval täies mahus digitaalse jälje kõrvaldamine on võimatu (Lojanits, 2010).

HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) tagab kaitset rünnakute vastu. Selleks, et toetada turvalist andmete liigutamist üle võrgu kasutatakse HTTPS protokoll, mis on välja töötatud autenditud ja krüpteeritud informatsiooni edastamiseks arvutivõrkudes (Kyrnin, 2007). HTTPS-s krüpteerimiseks kasutatakse 40, 56 ja 128 bitti võtmepikkused. Vanemate versioonidega brauserid (veebisirvijad) kasutavad 40 bitti võtmepikkust, mis ei ole enam nii usaldusväärne. Paljudel tänapäeva veebilehtedel peab kasutama brauserite uusi versioone, mis toetavad krüpteerimist võtmepikkusega 128 bitti, et tagada piisav turvalisuse tase. Selline krüpteerimine raskendab kurjategijate võimalust kuulata pealt paroole ja muud isiklikku informatsiooni. HTTPS-i toetavad kõik populaarsed brauserid (Free SSL Certificates from a Free Certificate Authority, 2009).

2 Sotsiaalvõrgustiku areng

2.1 Sotsiaalvõrgustiku mõiste ja ajalugu

Võrgustiku mõiste võttis kasutusele Briti sotsiaalanthropoloog James Barnes 1954 aastal. Oma töös „Klassid ja kohtumised Norra saare kihelkonnas“ täiendas ja töötas ta välja visuaalsed skeemid, mille üksikisikud on esindatud punktidega ja nende vahelised seosed on nagu liinid, mis ühendavad inimest inimesega. Norra kalurikogukonda uurides James Barnes märkas, et teatud inimesed on kontaktis teatud hulga teiste inimestega, kes omavahel suhtlesid. Seda suhete välja hakkas ta nimetama võrguks, mis pärineb inglisekeelsest sõnast network (Korp 2004, lk 10).

Sotsiaalvõrgustikest hakkas esimesena kirjutama George Simmel (1908), analüüsides inimestevahelisi suhteid. Sotsiaalvõrgustik kujutab endast võrku, mis koosneb omavahel seotud inimestest, näiteks sugulased, naabrid, töökaaslased ja erinevad sidusrühmad. Sotsiaalvõrgustiku kuuluvad kõikvõimalikud inimese sotsiaalsed suhete võrgud (Korp 2004, lk 9).

Tavapärase tähenduses on sotsiaalne võrgustik inimeste kogukond, kes tunnevad üksteist ja on omavahel seotud ühiste huvidega. Internetis on sotsiaalvõrgustik teenus ning ka platvorm. Sotsiaalvõrgustikel, nende praegusel kujul, on mitmeid võimalusi, võrreldes eelnevate aegade kasutajate suhtlusvõimalustega. Uue põlvkonna teenuste põhijooneks on võimalus suhelda kellega iganes üle maailma samaaegselt ning tööriistad inimeste otsimiseks. Sotsiaalne võrgustik on inimeste ühendamise ja informatsiooni jagamise viis (Platov, 2007).

2.2 ON-LINE teenused

ON-LINE teenused saavutasid oma esimese haripunkti 1990 aastal, esialgu firmade sisekasutuses ja hiljem viisina Internetti saamiseks. Vastavad teenused tagasid juurdepääsu laiemale spektrile toodetele, mis on kättesaadavad võrgus ka tänapäeval. Uudised, reisi broneerimine, kaubandus- ja sotsiaalkeskused kuulusid juba siis teenuste paketti Sotsiaalne

kommunikatsioon oli suur peibutus sideteenuste pakkuja jaoks, kuna peamine sissetulekuallikas põhines iga minuti kasutamisel.

Näiteks AOL (America OnLine) kampaania, mis pakkus AOL Instant Messenger (AIM) – kiirsõnumite vahetamise programmi, võitis kasutajate hulgas kiirelt populaarsuse. Peatselt sai võrk kättesaadavaks ka tavakasutajatele ning arvutite kasutajate hulk hakkas kiiresti kasvama. AOL on avanud Interneti miljonitele inimestele (Mushtaq, 2008).

2.3 Web 1.0 , Web 2.0 ja tulevik

Web 1.0 sai alguse 1995. aastal, kui internet laialdasemalt levima hakkas ja see oli esmane lähenemine veebiriiumile (põhiliselt aastad 1995-2001) (Kalda, 2009). Web 1.0 – interneti ressursside sisu vormis suhteliselt väike spetsialistide grupp ning enamik Interneti kasutajaid olid „lugejad“. Töötati välja Interneti vundament, mis võimaldas anda võrgustiku kasutajatele juurdepääsu suurele hulga informatsioonile (Getting, 2007).

Sisuloome ja Web 2.0 ressursside edendamine toimub ühistööna kõikide kasutajatega ja interaktiivsete instrumentide abil, Web 2.0, on teise põlvkonna veebilehtede liik, kus sisu loovad kasutajad. Web 2.0 põhineb sotsiaalvõrgustikel, online-mängudel, blogidel, foorumitel, rühmadel (gruppide loomisel), kommentaaridel, jututubadel jne ning see annab oma eelise, sest iga üks saab olla veebisepp. Iga sotsiaalne võrgustik Internetis on Web 2.0-i ressurss (Cormode, 2008).

Web 3.0 on aga alles tinglik termin, mis kirjeldab veebi tulevikukontseptsiooni. Tuleviku süsteemid on kiired, võimalikult avatud, teavad interneti kasutajatest üha täpsemalt, kes nad on, mis neile meeldib, kes on nende sõbrad ja mis nende sõpradele meeldib (Kalda, 2009). Paljud eksperdid usuvad, et Web 3.0 brauser käitub nagu isiklik assistent, st veebibrauser õpib. Samamoodi on motiveeritud kasutaja, sest iga kasutamisega õpib veebileht teda paremini tundma ning käituma nagu ta seda ootaks. Web 3.0 - on üles ehitatud kvaliteetsele sisule ja teenustele, mis luuakse tehnoloogilises platvormis kasutades ka Web 2.0 võimalusi, kuid arendatakse neid edasi selliselt, et inimene peaks n.ö. vähem mõtlema (Strickland, 2008).

2.4 Esimesed sotsiaalvõrgustikud Internetis

Erinevates allikates mainitakse erinevaid võrgustikke, kuid võrgustikkude kronoloogia annab selge vastuse – esimene suhtlusvõrgustik internetis ilmus aastal 1995. Suhtlusvõrgustike veebisaiti Classmates.com avas külastajatele 1995 aastal Randi Conrad, Classmates Online, Inc kompanii omanik. Veebileht aitas registreeritud kasutajatel leida ja hoida ühendust sõpradega ja tuttavatega, kellega isik käis koos lasteaia, koolis, kõrgkoolis, tööl või ajateenistuses. Hetkel Classmates.com võrgustikus on registreeritud rohkem kui 50 miljonit aktiivseid kasutajaid USA-s ja Kanadas. (Davies, 2010). Teisalt toetanud piisavalt kaua aega Classmates.com isiklike lehekülgede (profiilide) loomist ja sõprade lisamist, piirdudes võimalusega, et inimene sai ühenduse oma kooliga ning leida inimesi, kes õppis samas koolis (Boyd & Ellison, 2007).

Esimeseks kaasaegse tüübi sotsiaalvõrgustikuks arvestatakse SixDegrees.com, mis oli kasutatav 1997 kuni 2000. See oli esimene edukas katse ehitada online-s reaalsete inimeste vahel suhete mudelit. Erinevad vahendid ehk instrumendid võimaldasid kasutajatele luua isiklike lehekülgi, lisada sõpru ning aastast 1998 teha otsingut sõprade leheküljedel. SixDegrees.com ühendas kõiki funktsioone, mis olid olemas juba varem, näiteks ICQ ja AIM (otsesuhtluse programmid) võimaldasid teha sõpradest loetelusid SixDegrees võrgustikus oli miljon registreeritud kasutajat (Boyd & Ellison, 2007).

2.5 Sotsiaalvõrgustike kasutamine

Maailmas on 7 miljardit inimest, internetti kasutab umbes 2 miljardit ja ainult ühes sotsiaalvõrgustikus Facebook on juba üle 660 000 000 registreeritud kasutajat. Rahvuselt eestimaalaseks peavad ennast selle vahendusel juba üle 390 000 inimest (Checkfacebook, 2011). Alljärgnev pilt 1 iseloomustab seda, kuidas maailm võiks jaguneda sotsiaalvõrgustike kasutatavuse järgi maakaardile.



Joonis 1. Maa ilma jagunemine sotsiaalvõrgustike kasutatavuse järgi maakaardil (Bloch, 2010).

Läbi sotsiaalvõrgustiku saavad inimesed suhelda ja hoida kontakte oma praeguste sõpradega, taastada kontakte vanade sõpradega või läbi sarnaste huvirühmadega luua sõprussidemeid. Sotsiaalvõrgustike liikmed saavad jagada oma huvisid teiste sarnaste vaadetega inimestega, liitudes rühmadega ja foorumitega. Võrgustikud võivad samuti aidata kasutajatel leida tööd või luua ärikontakte. Sotsiaalvõrgustikes on palju lisavõimalusi - näiteks muusika ja video postitamine, filmi ja telesaate vaatamine, kuulsate inimeste profiili lehekülje jälgimine (Social Networking Websites Review, 2011).

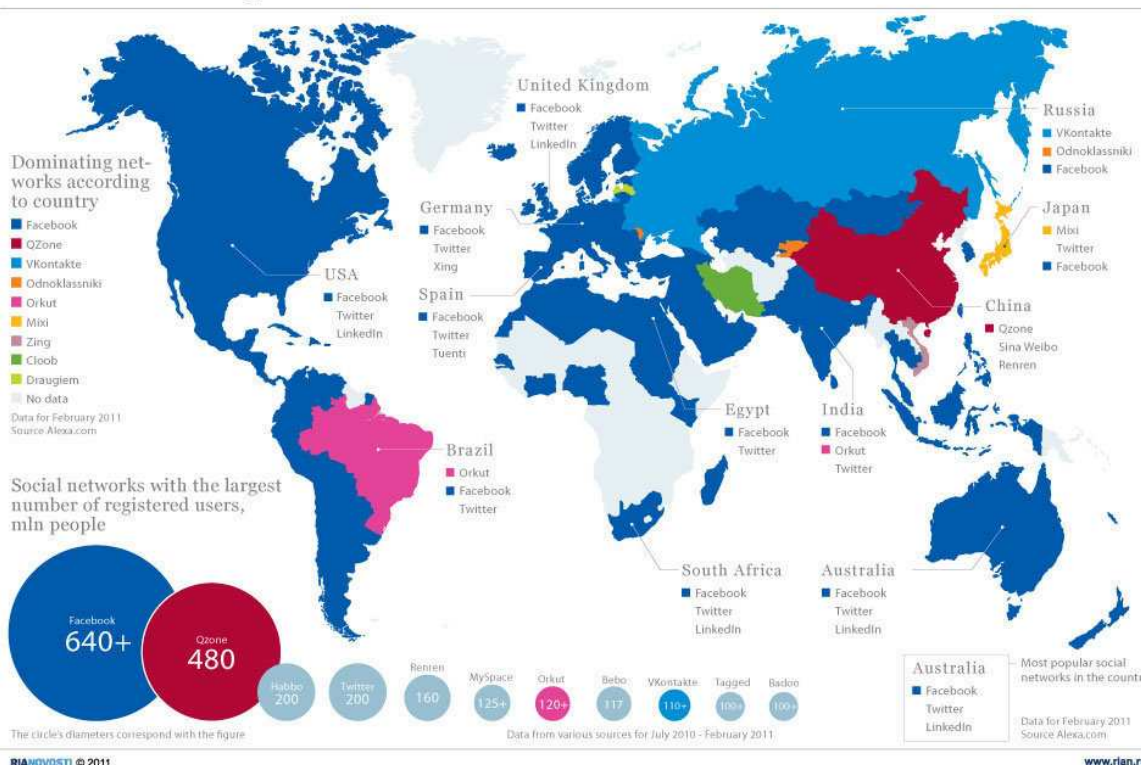
Sotsiaalvõrgustiku teenused võimaldavad ühendada inimesi, kes jagavad huvisid ja tegevusi ka poliitilise, majanduslike ja geograafilistes piirides.

Facebooki ja teiste sotsiaalvõrgustike tööristad on ka akadeemiliste uuringute objektid. Teadlased paljudes valdkondades on hakkanud uurima sotsiaalvõrgustike veebilehtede mõju identiteedile, privaatsusele, sotsiaalse kapitali arengule, noortekultuurile ja haridusele. Viimastel aastatel kasutavad sotsiaalvõrgustikke suur hulk mitmesuguseid organisatsioone, kes loovad kasutajaprofiile, reklaamivad tooteid ja teenuseid (Boyd & Ellison, 2007).

2.6 Populaarsete Interneti sotsiaalvõrgustike tutvustus ja ajalugu

Loogiliselt, et kõige populaarsemad sotsiaalvõrgustikud maailmas on need võrgustikud, kus on kõige suurem registreeritud kasutajate arv ja külastatavus, nende hulgas on: Facebook, MySpace, Youtube, Twitter, Flickr, V Kontakte, Orkut, Friendster, Odnoklassniki ja LinkedIn, mida tutvustangi põhjalikumalt (List of social networking websites, 2011).

The world map of social networks



Joonis 2. See kaart näitab millised sotsiaalvõrgustikud on populaarsemad erinevates maades 2011 aastal (Updated World Map Of Social Networks, 2011).

Joonis 2 näitab, et kõige populaarsem sotsiaalvõrgustik maailmas on Facebook ja selle kasutajate arv on ka kõige suurem.

Facebook.com, mille peasutaja on Harvardi Ülikooli õpilane Mark Zuckerberg, algas oma tööd 4 veebruaril 2004 aastal. Esialgselt veebilehe nimetus oli thefacebook.com ja oli avatud ainult Harvardi Ülikooli tudengitele. Varsti laiendati juurdepääsu teistele ülikoolidele Bostonis ja seejärel mistahes USA haridusasutustest tudengitele, kellel oli e-posti aadress .edu domeeniga. Septembrist 2006 oli sait avatud alates 13-aasta vanuselt kõigile kasutajatele. Facebook on sotsiaalvõrgustik, mis ühendab inimesi kogu maailmast. Kasutajad saavad luua oma profiilid piltidega, nimekirjad isikliku informatsiooniga, huvidega, kontaktandmetega, suhelda sõpradega ja teiste kasutajatega era- või avaliksõnumite ning ka jututoa kaudu. Samuti nad võivad luua ja liituda huvigruppidega, jagada oma videosid, lisada kommentaare ja teatada teistele kasutajatele oma staatuse kohta (Boyd & Ellison, 2007). Praegu suhtlusportaal Facebook on rohkem kui 660 miljonit kasutajat 213 erinevast maast (Checkfacebook, 2011).

Samas kõige esimene hetkel populaarsetest võrgustikest oli hoopis **Friendster**, mis loodi 2002 aastal Californias ja asutajaks oli Jonathan Abrams. Aasta pärast oli Friendsteris juba rohkem kui kolm miljonit registreeritud kasutajat. Friendster aitab inimesi säilitada kontakte sõpradega, leida uusi inimesi ning avastada asju, mis on neile oluline ja huvitav (About Friendster, 2011). Praegu on üle 115 miljonit registreeritud kasutajat ja jätkab kasvu Aasias. Kõige aktiivsemad Friendsteri kasutajad on Filipiinide, Malaisia, Lõuna-Korea, USA, Singapur, Hiina, Indoneesia ja Saudi Araabia ja India elanikud (Press Releases, 2011).

Sotsiaalvõrgustik **LinkedIn** oli loodud Reid Hoffmaniga 2002. aastal detsembris ning ofitsiaalselt käivitatud 5. mail 2003. LinkedIn tegutseb nagu maailma suurim professionaalne võrgustik Internetis, kus on rohkem kui 100 miljonit liiget ning enam kui 200 riigis ja territooriumil. Võrreldes teiste sotsiaalvõrgustikega, on LinkedIn ressurss äriinimestele, kes tahavad luua ärikontakte teiste spetsialistidega (LinkedIn Press Center, 2011).

MySpace, mis oli ka loodud 2003 aastal, on üks kõige populaarsematest suhtlusvõrgustikest Internetis, mille loojad on Tom Anderson, Chris de Wolfe ning projekti juhendaja on Brad Greenspan. Võrgustikus osalejad saavad luua oma profiile, erinevaid gruppe huvide järgi, kirjutada blogisid, postitada pilte, muusikat ja video materjale, vaadata muusikavideosid,

filme ja telesaateid, luua oma muusika esitusloendi ning mängida, kasutades aplikatsioone. MySpace on ka äri vahend paljudele kuulsustele, keda võib leida kasutajate hulgas. MySpace sotsiaalvõrgustikus on rohkem kui 100 kasutajat kogu maailmas (Fact Sheet, 2011).

Orkut on Google'i poolt arendatav suhtlusvõrgustik, mis hakkas tööle 22. jaanuaril 2004. Septembri lõpus 2004. aastal kasutajate arv juba ületas kahe miljoni piiri. Ligikaudu 54% sellele saidi külastajaid on pärit Brasiiliast. Orkut on ka populaarne suhtlusvõrgustik Eestis. (Orkut Review). Selleks, et registreeruda Orkutisse, peab olema Gmaili konto (Google unveils new look for Orkut, 2009).

Flickr on välja töötatud Ludicorp ettevõtte poolt ja käivitus veebruaris 2004. Tasuta servis pakkub võimalust laadida 300 megabaiti fotosid iga kuu. Tasuline servis võimaldab kasutajatel laadida iga kuu piiramatut arvu pilte ja videosid. Omanik saab lisada iga fotole pealkirja, lühikirjelusi, märksõnu (inglise keeles tags) (About Flickr, 2011). Flickr süsteem toetab inimeste vahel suhtlemise võimalust. Flickeris on rohkem kui 32 millionit registreeritud kasutajat (Flickr: The Help Forum, 2009).




Google teenuste sotsiaalvõrgustik **YouTube** on asutatud veebruaril 2005 Californias. YouTube, mille asutajad on Steve Chen, Chad Hurley ja Jawed Karim, võimaldab miljardile inimestele leida, vaadata ja jagada originaalseid videoid (About YouTube, 2011). Veebruaris 2011 YouTube võrgustikus on 490 millionit kasutajat üle maailma kuus (YouTube Statistics, 2011).

Twitter on loodud 2006 aastal San Francisco linnas. Revolutsioonilise süsteemi peaasutajad on Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone and Evan Williams. Twitter on Interneti ressurss, mille eesmärgiks on mikroblogid, mis võimaldavad kasutajatele paigaldada lühiteksti kuni 140 tähemärki, kasutades veebi interfeisi (web interface), SMS teenuseid, Instant Messenger või teisi programme. Idee oli piisavalt lihtne – lubada kindlaks teha oma staatust ja pakkuda kohta, kus paigalduksid sõprade staatused. Siin avaneb võimalus alati teada, millega on hõivatud sinu sõbrad ja samuti anda teada neile, millega ise hetkel tegeled. Suhtlusvõrgu kasvavat populaarsust seletatakse asjaoluga, et mikroblogid on olemas suure hulga avaliku elu tegelastel. Praegusel hetkel on Twitteris rohkem kui 200 miljonit registreeritud kasutajat (Picard, 2011).

Sotsiaalvõrgustik **Odnoklassniki.ru**, mis oli käivitatud 4. märtsil 2006. aastal, on Classmates.com veebilehe vene analoog. Projekti autor on Albert Popkov. Esialgselt oli veebileht mõeldud endiste klassi- ja kursakaaslaste leidmiseks. Saidi kasutajad saavad näha kõiki inimesi, kes vaatasid läbi nende leheküljed. Samuti on nähtavad kõik kasutajate tegevused, nagu video, piltide ja sõprade lisamine, kommentaarid. Alates oktoobrist 2008 saab tasuta registreeruda ainult servisele, kus on piiratud funktsionaalsus. Odnoklassniki on üks populaarsematest ressursidest venekeelses Internetis. Suhtlusvõrgustikus on praegu üle 45 miljoni registreeritud kasutajat (Lezepjokov, 2008).

Vkontakte on kõige suurema külastatavusega Venemaa sotsiaalvõrgustiku servis, mis on populaarne ka Ukrainas, Valgevenes, Kasahstanis ja Kagu-Euroopa riikedes. Veebileht hakkas tööle aastal 2006 ja selle peamine ideoloogiline looja ja arendaja on Pavel Durov. Vkontakte, vene keeles „В Контакте“ tõlgitakse nagu „Kontaktis“. Veebilehes on registreeritud rohkem kui 100 millionit kasutajat ja rohkem kui 23 millionit kasutajat külastavad saiti iga päev (O сайте, 2011). On väga populaarne õpilaste ja üliõpilaste seas. Vkontakte pakub Facebook võrgustikuga väga sarnast disaini ja funktsionaalsust. Vahe on selles, et Vkontakte servisel on olemas torrenti failide jagamise tehnoloogia integreerimine, mis võimaldab kasutajatele jagada suuremad failid (Tšernets, Bazlova, Ivanova, 2010).

Algjärgnev tabel 1 lühidalt iseloomustab populaarsete Interneti sotsiaalvõrgustikke.

Ikoon	Nimetus	Kirjeldus	Avamise aasta	Registreeritud kasutajad	Registratsioon
	(Classmates.com) MemoryLane	Lasteaia, kooli ja ajateenistuse sõprade leidmiseks	1995	50 miljonit +	Alates 18 aastat
	Friendster	Aitab inimesi säilitada kontakte sõpradega, leida uusi inimesi	2002	115 miljonit +	Alates 16 aastat
	LinkedIn	Äriinimestele, ärikontakte	2003	100 miljonit +	Alates 18 aastat

leidmiseks					
	MySpace	Esialgselt muusika ja videosite jagamine. Üldine	2003	125 miljonit +	Alates 13 aastat
	Orkut	Üldine. Suhtlemiseks, piltide ja vidiosite jagamiseks, gruppide moodustamiseks jt	2004	120 miljonit +	Alates 18 aastat
	Flickr	Foto jagamine, kommenteerimine jne	2004	32 miljonit +	Alates 13 aastat
	Facebook	Üldine. Võimaldab moodustada gruppe ja üritusi, pilte ja videosid jagada, online suhtlemine jne	2004	660 miljonit +	Alates 13 aastat
	Youtube	Originaalsete videote leidmiseks, vaatamiseks ja jagamiseks	2005	490 miljonit+	Alates 18 aastat
	Twitter	Üldine. Mikro-bloogimine	2006	200 miljonit +	Avatud
	Odnoklassniki	Endiste klassikaaslaste leidmiseks.	2006	45 miljonit +	Avatud
	Vkontakte	Üldine. Võimaldab moodustada	2006	100 miljonit +	Avatud

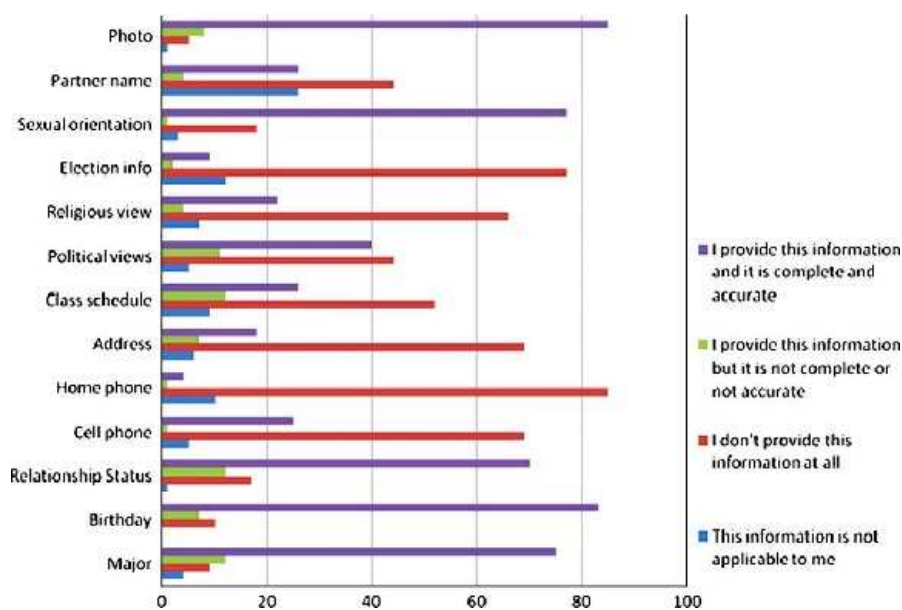
grupe ja üritusi,
pilte ja videosid
jagada, online
suhtlemine jne

Tabel 1. Populaarsed sotsiaalvõrgustikud

3 Privaatsuse riskid sotsiaalvõrgustikes

Sotsiaalvõrgustiku kasutajad ei saa tihti aru, milline informatsioon nendest on kättesaadav, kellele informatsioon on kättesaadav ja millised riskid on sellega seotud, seetõttu tekivad probleemid (Eecke, Truyens, 2010). Suur probleem on selles, et inimesed avaldavad enda kohta usaldusväärseid andmeid ja informatsiooni.

Isikuandmete kõrge kättesaadavus kergendab elu kurjategijatele, provokaatoritele, šantažeerijatele ja teistele pahategijatele. Vanu meetodeid, nagu krediitkaardi numbri ja raha varastamine ning inkasseerimine, peaaegu ei kasutata, sest selliseid kuritegusid pole nii raske avastada. Kurjategijad loovad keerukamaid skeeme. Näiteks, pärast isikuandmete varastamist, võib pettur saada avada uusi pangakontosid, uut krediitkaarti ja vormistada laenu. Identiteedi varas saab varastada kasutaja sotsiaalvõrgustiku parooli, kes seejärel logib kasutaja kontole sisse, vandaalitseb tema leheküljel ja saadab tema asemel tema sõpradele sõnumeid, teeseldes kasutajat ning tuues kaasa ohvrile ebamugavusi (Mushtaq, 2008).



Joonis 3. Kasutajate isikuandmete avaldamine (protsentides) Facebook profiilis.

Joonisel 3 saame näha uuringu tulemust, mille vastanute seas olid USA Ülikoolide liikmed (st töötajad ja tudengid). Uuring oli tehtud 2009. aastal. Uurimuse eesmärgiks oli teada saada millist informatsiooni avaldavad Facebooki kasutajad. Tulemuste järgi enamik vastajatest

avaldata oma pilte, seksuaalorientatsiooni, sünnikuupäeva ja enamiku informatsiooni täpsemate detailidega (Hoadley, Xu, Lee, Rosson, 2008).

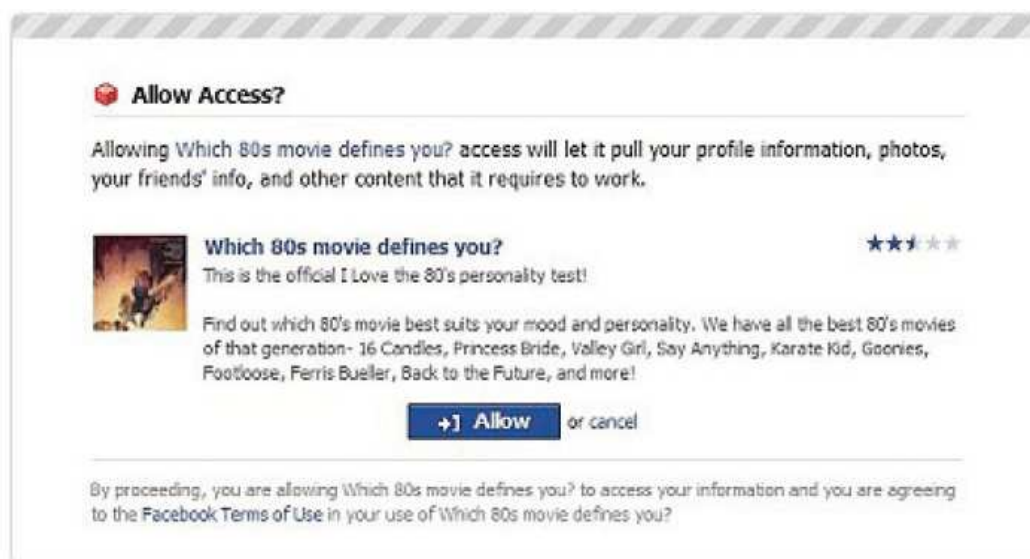
Informatsioon sotsiaalvõrgustikes levib palju kiiremini kui reaalses elus. Informatsioon võib saada ootamatult avalikustatud teistele inimestele, kuna digitaalset infot on kerge kopeerida, säilitada ja otsida (Rip, 2008). Eriti ebameeldiv on, kui informatsioon jõuab inimeseni, kelle jaoks see ei olnud mõeldud. Mõnikord informatsiooni isegi pole vaja otsida, seda võib näha juhuslikult. Kirjutades oma logidesse postitusi kasutajad tihti ei mõtle selle peale ja ei kujuta ette, et see informatsioon võib olla kättesaadav potentsealsetele tööandjatele või jällegi kurjategijatele (Smith, Kidder, 2010). Kui lugeda postitusi, mida kirjutavad inimesed sotsiaalvõrgustikes nagu Twitter, Facebook jt, võib näha suures hulgas selliseid teateid, kus kasutajad teatavad oma asukoha ja tegevuse konkreetsel ajahetkel. Kasutades veebilehte nagu foursquare.com (veebileht, mis võimaldab teada inimestele iga kasutaja täpsemat asukohta), saame edastada sõnumit oma enda asukohaga Twitter avalikule kontole ja seda tehes jätame sõnumi kogu maailma inimestele (Previous Twitter Privacy Policy, 2009). Sotsiaalvõrgustike kasutajad ei mõtle, kui ohtlikult on avalikult rääkida inimestele oma asukohast ja mis see võib endaga kaasa tuua. Rääkides kohast, kus sa praegu asud, kurjategijad ja vargad saavad teada, et sind ei ole kodus ning kasutavad seda informatsiooni omakasu eesmärkidel (Mushtaq, 2008).

Kui inimene kasutab sotsiaalvõrgustikku, võib öelda, et tema sõprade ja perekonna privaatsus asub ka tema enda käes. Ta võib kogemata avaldada mitte ainult enda isikuandmeid, pilte, videosid ja muud informatsiooni, kuid samuti sõprade ja perekonna liikmete oma ning tavaliselt keegi ju ei küsi, kas nad lubavad oma isiklike andmeid avalikustada või mitte. Väga tihti juhtub, kui inimene saab teada tuttavatelt, et need või keegi teine nägid temast pilte internetis, kuigi ise inimene ei jaganud neid pilte. Isegi kui oled sotsiaalvõrgustiku kasutaja, kes hoolitseb oma privaatsuse eest, teised inimesed võivad alati avaldada Sinu andmeid ja seda tegevust on raske kontrollida. Teisisõnu sõprade omamisega kaasnevad privaatuse riskid (Smith, Kidder, 2010). Muidugi on see teisalt absurd, sest me ei ole maailmas üksi, kõikidel inimestel on olemas sõbrad. Seega tuleks üksteist vastavas teemas enam harida.

Sotsiaalvõrgustiku programmid, näiteks Windows Live Messenger (MSN kui ka Live keskkond), ja teised sotsiaalvõrgustikud võivad automaatselt jagada informatsiooni kasutaja online tegevustest ja uute inimeste kontaktidest. Sellega on terve maailm kursis, kellega

kasutaja suhtleb ning kes on tema uued sõbrad. Enamikes saitides, nagu Facebook, Vkontakte, Odnoklassniki on kõik kasutaja tegevused, näiteks oma või teiste piltide kommenteerimine, hindamine jt, on kohe nähtavad sõpradele ja ka inimestele, kes on sõprade sõpradelistis, kellele pilte kommenteeritakse. Kommenteerides sõprade pilte, staatuse või videosid kasutajad ei mõtle sellele, et seda tegelikult võivad näha mitte ainult sõbrad vaid palju rohkem inimesi. Mõnikord tekivad ettevaatamatu tegevuse pärast ebameeldivad tagajärjed (Fogel, Nehmad, 2009).

Sotsiaalvõrgustike kasutajate hulgas on väga populaarne erinevate aplikatsioonide kasutamine. Aplikatsioonide hulka kuuluvad kalendrid, mis võimaldavad kasutajale meenutada, millal on sõprade sünnipäevad, õnnitluskaardid sõpradele saatmiseks, erinevad viktoriinid. Facebook, Friendster, Vkontakte, MySpace, Orkut – võimaldavad kasutajatel ka luua ka oma aplikatsioone. Kasutades kolmandate isikute aplikatsioone, sealhulgas mängu ja viktoriine, antakse automaatselt juurdepääs oma profiili informatsioonile. Seejärel teave võib olla kasutatud erinevatel viisidel, näiteks suunatud reklaam, turuuringud, rämpsposti saatmine või juurdepääs kasutaja kontaktidele.



Joonis 4. Tüüpiline Facebook aplikatsioon

Kuigi aplikatsioonid sisaldavad hoiatussõnumeid, nagu „nüüd antakse ligipääs kasutaja profiili informatsioonile, piltidele ja sõprade informatsioonile“ kuid paljud kasutajad ikka installeerivad ja käivitavad neid, sest nende meelest ei ole see ohtlik. Kasutades erinevaid aplikatsioone, inimesed usaldavad oma andmeid kellele iganes (Eecke, Truyens, 2010).

Ka suhtlusvõrgustike omanikud lubavad „Privaatsuse poliitikas“ hoida kasutajate isiklike andmeid saladuses. Samas on alati olemas kolmandad isikud, kes suudavad näha kasutajate iskuandmeid, kuna on väga palju inimesi, kes töötavad veebilehe loomisel (Privacy Policy info, 2010).

Sotsiaalvõrgustike operaatorid registreerivad ja salvestavad ka kasutajate külastatud veebilehti (aplikatsioone), IP-aadressi, geograafilise asukoha, jm tegevusi ning pärast kõik kogutud informatsioon saab kasutatada ärilistel eesmärkidel (Eecke, Truyens, 2010).

3.1 Tõelised juhtumid, mis on seotud isiklike informatsiooni avaldamisega

Et selgitada välja, mis võib täpsemalt juhtuda oma isiklike andmete ning informatsiooni avaldamisega ja postitamisega, uurisin kõige populaarsema suhtlusvõrgustiku Facebooki lugusid, mis on juhtunud tavakasutajate elus. Seega, privaatsuse riskide näidisteks, toon välja mõned lood:

- Brixx pitsarestorani endine ettekandja Ashley Johnson oli vallandatud töölt pärast kaebamist oma Facebook kontol klientide peale. Kliendid ei andnud talle jootraha, mille pärast Ashley postitas oma Facebook kontol väljundid klientidest, kasutades ebakorrektsaid väljendeid. Restorani omanikud ütlesid, et Ashley rikkus firma poliitikat ja oli seetõttu kohe vallandatud (Smith, Kanalley, 2011).
- Quebeci naine Nathalie Blanchard oli pikka aega haiguslehel, kuid kaotas hüvitised röömsate piltide pärast. Ta laadis Facebooki pildid, kus ta puhkas rannas seltskonnaga. Poolteist aastat tagasi lahkus naine oma töökohalt depressiooni tõttu ja sai iga kuu hüvitisi kindlustusfirmalt. Kindlustusfirma, nähes sotsiaalvõrgustikus pilte, kuidas Nathalie naudib elu ja tunneb rõõmu, eeldas, et naise depressioon on möödunud ning lõpetas hüvitise maksmise. Naine ütles, et ta informeeris kindlustusfirmat reisist ning need pildid ei tõesta tema üldist tujumuutust, kuid see juba ei aidanud (Eesmaa, 2010).

- 19- aastane noormees New Yorgist oli vahistatud kahe inimese röövimise eest, kuid tänu tema Facebooki lehele vabastati teda vastutusest. Rodney Bradford ja tunnistajad nõudsid, et ta oli süütu. Nad väitsid, et kuritegu toimumise ajal Rodney asus tema isa korteris. Sõnum, mis mängis suurt rolli tema vabastamisel, oli postitud tema Facebook lehel üks minut enne röövi. Pärast seda, kui Facebook kinnitas, et sõnum oli kirjutatud arvutist, mis asus isa korteris, noormees tunnistati süütuks (Calabrese, 2009).

Mõnikord isikliku informatsiooni postitamine teeb head, kuid pole vaja unustada, et reputatsioon mängib suurt rolli igas ühiskonnas ning isiklike andmete avaldamine võib kahjustada inimese digipilti, mis on seotud ju meie tegeliku minaga.

4 Privaatsuspoliitika

Enamik sotsiaalvõrgustiku veebilehti püüab luua oma selget ja paindlikku privaatsuspoliitikat. Privaatsuspoliitika on hädavajalik seoses suure hulga inimestega, kes üritavad avaldada teiste inimeste isikuandmeid ja kasutada seda professionaalsetel eesmärkidel (Website Privacy Policy, 2010).



Joonis 6. Privaatsuspoliitika Facebookis

Leheküljel „Privaatsuspoliitika“ (Privacy Policy) kirjeldatakse kasutaja isikuandmete töötlemise protsessi veebilehe teenust kasutades. Üks peamine ülesanne on teavitada külastajaid sellest, millised andmed salvestatakse veebilehe viibimise ajal ja mis eesmärgil seda tehakse (Bidgoli, 2004).

Arvestatakse, et kasutajatele peab olema esitatud võimalus valida, millist informatsiooni enda kohta nad tahavad anda ja kuidas seda informatsiooni võib kasutada. Isikuandmete kogumine peab olema läbipaistev ja saadud teabe töötlemine peab toimuma maksimaalse vastutusega. Sellest räägitakse iga veebilehe privaatsuspoliitika leheküljel (Bidgoli, 2004).

Teiste sõnadega, veebilehe privaatsuspoliitikas võib leida eeskirjad, mis käsitlevad andmete kasutamist, mida võivad anda veebilehekülje omanikud edasi ka kolmandatele osapooltele.

Suhtlusvõrgud tavaliselt (kuige mitte alati) esitavad üksikasjalikkud teavet oma poliitikast, mis seotud omandiõigusega, levitamise, kasutamisega, privaatsuse tagamisega, lepingute andmete muutmisega või kustutamisega „eeskirjade kasutamist“ või „teenuste reeglite“ suhtes, mida avaldatakse veebilehtedel. Paljud saidid hiilivad üldse mööda delikaatselt küsimusest omandiõiguse kohta. Ainult vähestel saitidel on selgesõnaliselt öeldud, et on olemas omandiõigus kasutaja loodud sisule. Mõned saidid ei räägi omandiõigusest, kuigi ei ole selge, kas see tähendab sellest keeldumist või mitte (Website Privacy Policy, 2010).

5 Privaatsuse seaded ja nende võrdlemine

Sotsiaalvõrgustiku veebilehed võimaldavad kasutajatel häälestada privaatsuse seadeid (ingl. keeles *privacy settings*), sellega on võimalus teha oma profiili rohkem avalikuks või privaatseks ning seadistada oma isikliku informatsiooni privaatsust.

Igal sotsiaalvõrgustikul on oma privaatne poliitika ja privaatsuse seaded. Et näidata sotsiaalvõrgustike privaatsuse seadmete erinevust, võrdlen omavahel kolme suhtlusvõrgustiku „Privaatsuse seadmete“ lehekülgi: maailma kõige populaarsema suhtlusvõrgustiku Facebooki, Venemaa kõige populaarsema suhtlusvõrgustiku Vkontakte ja Orkuti privaatsuse seadeid, millel oli populaarsus Eesti elanike seas mõni aeg tagasi.

Facebooki, Orkuti ja Vkontakte privaatsuse seadeid võib jagada tinglikult kaheks osaks:

- tegevuste seaded (nt kasutaja saab valida, kellel on õigus saata temale sõnumeid, postitada pilte ja kommentaare tema seinale, kes saab sõbrakutseid saada jt);
- informatsiooni seaded (kasutaja saab valida, kellel on õigus vaadata tema profiili, pilte, jagatud informatsiooni ja teisi isiklikke andmeid).

Nende suhtlusvõrgustike privaatsuse seadmete sisu erineb, st iga sait pakub erinevate funktsioonide seadmete ja piiramise võimalusi, kuna veebilehtede sisu ja kasutamise võimalused erinevad.

Uurides privaatsusseadeid, tegin tabeli (vt tabel 2), kuhu panin ainult need seaded, mis vastavad Facebooki, Orkuti ja Vkontakte sotsiaalvõrgustike funktsioonidele ning mis asuvad „Priivatsuse seadete“ osas.

Privaatsuse seaded	Facebook	VKontakte	Orkut
Kasutaja publikatsioonide kommenteerimine lubadus	✓	✓	-
Kes saab näha fotosid ja vidiosid kasutajast	✓	-	-
Sõbrad saavad jätta kasutaja seinale	✓	✓	-

publikatsioone			
Kes saab näha sõnumeid, mida avaldavad sõbrad kasutaja seinal	✓	✓	-
Kes saab näha kasutaja gruppide nimekirja	✓	✓	-
Kes võib saada kutse gruppi	-	✓	-
Kes saab sõbrakutseid saada	-	✓	✓
Milliseid uuendusi näevad sõbrad	✓	✓	-
Kes saab näha kasutaja pilte	-	✓	-
Kes saab kirjutada isiklikku sõnumeid	-	✓	✓
Kasutaja lubadus sõpradele teda piltidel märgata	✓	-	✓
Kes saab vaadata kasutaja profiili sisut ja informatsiooni	✓	✓	✓
Kokku võimalusi	8	10	4

Tabel 2. Privaatsuse piiramise võimalused Facebook, Vkontakte ja Orkut suhtlusvõrgustikel

Tabeli tulemuste järgi on suhtlusvõrgustikus Vkontakte rohkem privaatsuse seadeid kui teistel suhtlusvõrgustikel. Tegelikult on aga Facebooki privaatsuse seadete leht ka üsna sisukas. Näiteks Facebooki privaatsuse seadmetes on rohkem võimalusi oma andmete privaatsuse juhtimises, võrreldes Orkuti ja Vkontakte seadetes, kuna seal on olemas eriseaded kontentidele, nagu „minu postitused“, „perekond“, „huvid“, „biograafia ja lemmik tsitaadid“, „veebileht“, „usulised ja poliitilised vaated“, „sünnipäev“, „aadress“. Nendele kontentidele kasutaja saab piirata juurdepääsu, valides „ainult sõbrad“, „sõprade sõbrad“ funktsioonide vahel ning on võimalus täpsustada inimeste nimesid, kes ei saa vaadata kasutaja poolt soovitud informatsiooni, teisisõnu on võimalik kasutajaid hoida sõbrana, kuid samas neid „blokeerida“ nägemast teid puudutavat infot

Orkutis on väga mugavad (kuna kasutaja ei pea palju vaeva nägema mõtlemise ja valikute tegemisega) ning samal ajal väga piiratud privaatsuse seaded (vt joonis 7). On võimalus

piirata juurdepääsu ainult kahe variandi abil, näiteks avada profiili kõikidele või ainult oma sõpradele.

Orkuti seaded

Profiil Privaatsus Üldine Teavitused Uuendused

Kes näeb minu profiili sisu?

Teised näevad sinu väljal „minust“ olevat teavet ning sinu sõprade ja kommuunide loendit.

kõikidele

ainult minu sõbrad

Kes võivad mulle kirjutada?

Vestlused mitte-sõpradega on alati privaatsed.

kõikidele

ainult minu sõbrad

Kes saavad mulle sõbrakutseid saata? kõik orkuti kasutajad

Fotode sildistamine luba fotode sildistamine

Profiili külastajad luba külastajad

Luba inimestel mind e-posti aadressi järgi leida luba inimestel mind leida

salvesta loobu

Joonis 7. Privaatsuseaded Orkutis

Facebookis ja Orkutis on võimalus piirata ka oma piltidele ja albumite juurdepääsu nagu ka Vkontakte suhtlusvõrgustikus; Facebookis saab lisaksvalida, kes võib näha kasutaja sõprade nimekirja, kuid need seaded asuvad mitte „privaatsuse seadete“ leheküljel vaid teises kohas. Orkuti kasutaja üldinformatsioonile ja privaatinformatsioonile juurdepääsu võib piirata „profiili seadmete“ leheküljel.

Seega võib kokkuvõtteks öelda, et Vkontakte privaatsuseaded on kõige mugavamad. Kui kasutaja tahab muuta või üle kontrollida oma privaatsuse seadeid, siseneb ta „privaatsuse seadme“ leheküljele ning kõik vajalikud privaatsuse seaded on kohe kuvatud ja neid on lihtne muuta. Teistes keskkonades tuleks aga muuta asju erinevatest kohtadest, et tagada lõplik privaatsus ja turvalisus.

6 Uuring

6.1 Uuringu eesmärk ja metoodika

Käesoleva uuringu eesmärgiks on:

- teada saada, kui oluline on privaatsus ja anonüümsus keskmisele võrgustike kasutajale, kes näiteks kasutab igapäevaselt Facebooki;
- miks inimesed jagavad teistega enda isiklikku informatsiooni ja kui kindel nad on, et isiklik informatsioon on kaitstud;
- kuidas inimesed on oma käitumist/konto seadeid muutnud (seadistanud kontot);
- anda soovitusi uutele võrgustike kasutajatele konto loomisel ja kasutajatele, kes on võrgustikus, aga ei ole oma privaatsusele seni niipalju tähelepanu pööranud.

Uurimise läbiviimiseks koostasın küsimustiku, mis koosneb 38-st küsimusest. Küsimused jagunevad valikvastustustega ja avatud vastustustega küsimusteks. Küsitluses kasutati mugavusvalimit (tuttavad ja nende tuttavad Facebookis, MSNis). Kokku vastas küsitlusele 71 inimest.

Küsimustikule vastamine oli anonüümne.

Küsimustiku näidise leiab siit – lisa 1

6.2 Uuringu tulemused ja analüüs

Küsitluse vastajad on erineva vanusega, sooga, rahvusega ja haridusega Eesti elanikud, kes kasutavad sotsiaalvõrgustikke. Neist on 40 (56,4%) naist ja 31 (43,6%) meest. Rahvuse järgi on vastanud 39 (55%) eestlast ja 32 (45%) venelast. Vastanute seas on nii alla 18-aastaseid kuid ka üle 40 aasta vanuseid suhtlusvõrgustike kasutajaid. Lõviosa kasutajaid jääb vanusesse 18-25 aastat (vt diagrammi 1).

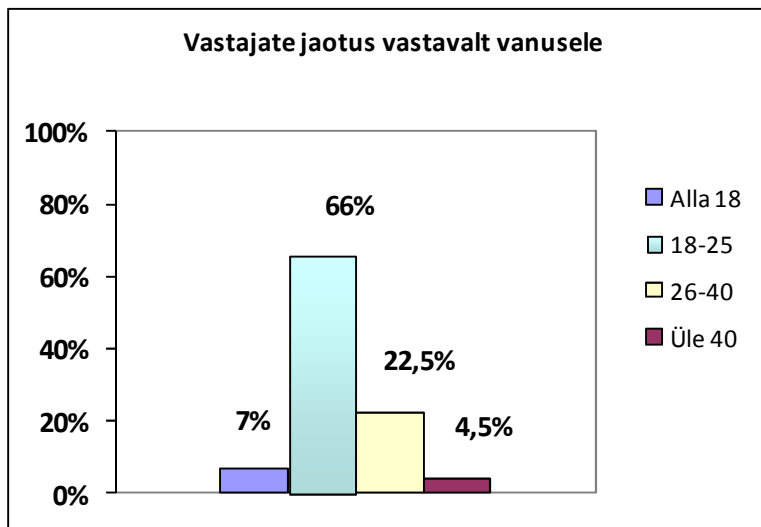


Diagramm 1. Küsimustiku vastajate jaotus vastavalt vanusele

Kõige rohkem huvitas sotsiaalvõrgustike privaatsuse teema noori inimesi 18-25 vanuses, kes omavad kõrgharidust (vt. diagrammi 2).

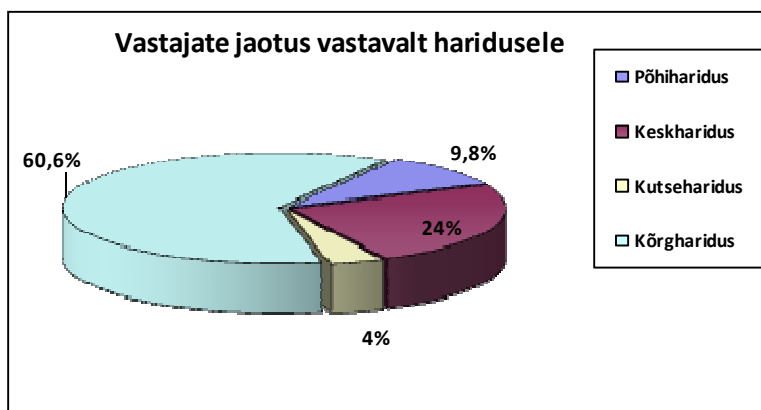


Diagramm 2. Vastajate jaotus vastavalt haridusele

Küsitlusele vastanutest 4 (5,6%) inimest omab kutseharidust, 7 (9,8%) inimest omab põhiharidust, 17 (24%) inimesel on keskhariidus ning 43 (60,6%) inimesel on kõrgharidus.

6.2.1 Võrgustikke kasutamine

Küsitluse tulemuste järgi selgitasin välja, mis on kõige populaarsemad keskkonnad Eesti elanike seas. Üldtulemused näitasid, et kõige populaarsemad on Facebook (92% vastajatest), Youtube (82% vastajatest), Google (76% vastajatest) ja MSN (75% vastajatest). Kui vaadata rahvuse järgi, on tulemused natuke erinevad (vt diagrammi 3).

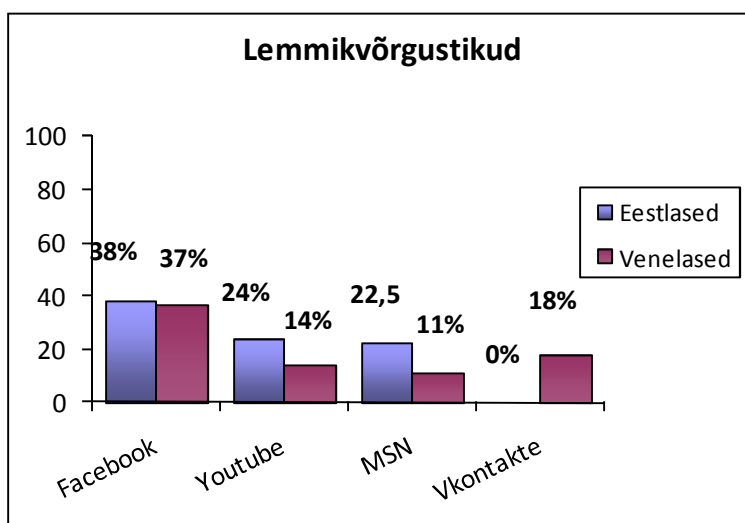


Diagramm 3. Eestlaste ja venelaste lemmikvõrgustikke võrdlus

Eestlaste seas on 38% vastajatest lemmikvõrgustik Facebook, seejärel tuleb Youtube (24%) ja kolmandal kohal on suhtlusvõrgustik MSN (22,5%). Venelased eelistavad eelkõige Facebooki (37% vastajatest), siis tulevad Vkontakte (18 %) ja Youtube (14%).

Küsimusele „Milleks Te võrgustikke enamasti kasutate?“ 63 (89%) inimest vastasid, et kasutavad võrgustikke inimestega suhtlemiseks, kontakti hoidmiseks, teiste inimeste eluga kursis hoidmiseks. 52 (73%) inimest vastasid, et kasutavad seda infoallikaks ja silmaringi laiendamiseks, 48 (68%) inimest kasutavad niisama ajaviiteks ja meelelahutuseks, 15 (21%) inimest vastasid, et võrgustik on töökeskkond ja üks töökohustusi ning 5 (7%) inimest kasutavad võrgustikke raha teenimiseks ja reklaami tegemiseks (vt diagrammi 4).

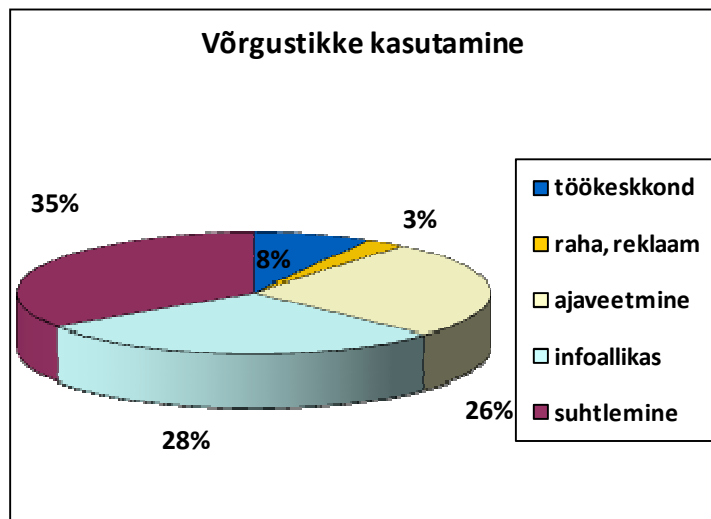


Diagramm 4. Diagramm näitab milleks küsitluse vastajad enamasti kasutavad võrgustikke

Küsimusele „Millised toiminguid võrgustikes teete/olete teinud?“ on järgmised tulemused (vt tabeli 3):

Millised toimingud võrgustikes teevad vastajad	Vastajate arv	%
Vaatan pilte ja videosid (teiste kontodelt)	68	96%
Laadin pilte ja videoid enda konto alla	52	73%
Sõnumite (posti) saatmine ja saamine	65	91%
Seina postide/kommentaaride lugemine	54	76%
Seina postide/kommentaaride kirjutamine	48	68%
Kontakt informatsiooni otsimine ja saamine (email aadress, telefoni number, jt.)	56	79%
Üritused/kalendrite kasutamine	42	59%
Sõpradega suhtlemine läbi otsesuhtluse	64	90%
Rühma/grupiga liitumine	37	52%
Uute gruppide/rühmade/lehtede moodustamine	20	28%
Mängude mängimine, testide tegemine (applikatsioonid)	25	35%
Mobile (mobiiltelefoni) funktsioonide kasutamine	13	18%
Other	0	0%

Tabel 3. Toimingud, mida küsitluse vastajad teevad võrgustikes

Tabelist 3 on nähtav, et kõige rohkem vaatavad inimesed teiste kontodelt pilte ja videosid, siis saadavad ning saavad posti ja suhtlevad sõpradega läbi otsesuhtluse. Samuti otsivad paljud

inimesed informatsiooni võrgustikke kaudu kontakte, laadivad pilte ja videosid enda konto alla ja loevad seina poste ja kommentaare.

On huvitav teada, kui aktiivselt osalevad inimesed oma profiili ja teiste profiilide all, st postitavad kommentaare, mõtteid, linke jt.

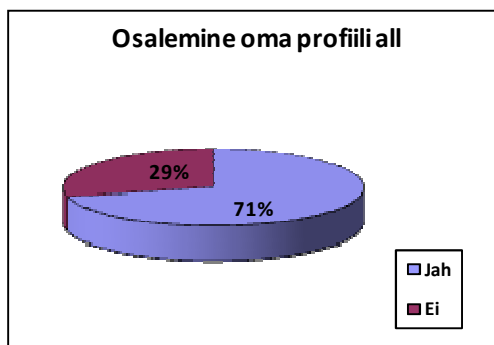


Diagramm 5.

Vastajate osalemine oma profiili all

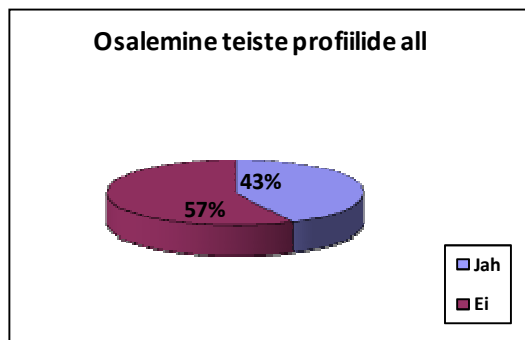


Diagramm 6.

Vastajate osalemine teiste profiilide all

Diagrammist 5 saame näha, et 71% vastajatest postitavad oma profiili seinale mõtteid, kommentaare, linke ning 29% ei postita üldse. Diagrammist 6 saame näha, et 43% kasutajatest osalevad aktiivselt teiste profiilide all ja 57% ei osale. Seega võib öelda, et enamus inimesi on rohkem huvitatud oma profiili all postitamisest, kui teiste omas.

Küsimusele „Kas teil on olla kohustus sotsiaalvõrgustikus kohal, st te ei saa kontost loobuda?“ 21 (31%) inimest vastasid, et peavad olema kohal ja see on kriitiliselt vajalik ja 50 (69%) vastasid, et konto omamine võrgustikus nende jaoks ei ole kriitiliselt vajalik (vt diagrammi 7).

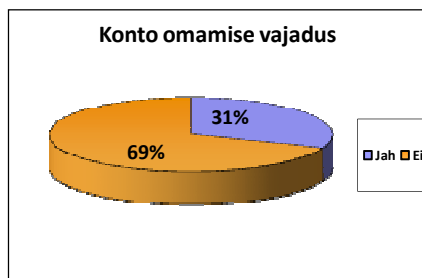


Diagramm 7. Konto omamise vajadus

Et täpsustada, miks konto omamine on inimeste jaoks vajalik, tõstatati küsitluses selline küsimus „Kui konto omamine võrgustikus on vajalik, siis miks?“ Antud küsimus oli lahtine ja ei nõudnud vastust.

Vastused olid järgmised:

- *Sotsiaälvõrgustik on kiireim viis informatsiooni saada.*
- *Kuna mu enamus sõpru on Eesti erinevates otstes, siis oleks otse suhtlemine suhteliselt keerukas.*
- *Töötan kommunikatsiooni alal ja ei saaks olla töölase lehe administraator, kui mul endal kontot ei oleks. Lisaks on teadlikkuse tõstmise valdkonnas töötades minimaalne nõue, et oled nende kanalitega kursis, mida soovivad.*
- *See hoiab kontakti sõpradega, vajaduse korral saan kiiresti abi ja on odavam, kui helistades.*
- *Töö, kiired ja lühikese sõnumiga kirjad, info vahetus.*
- *Sest ainult võrgustiku läbi saan suhelda iga päev oma sõpradega ja sugulastega, kes elavad välismaal, olla kursis, mis nendega toimub ja näha neid veebikaamera abil.*
- *Et hoida inimestega suhteid ja tutvuda uute inimestega.*
- *Olenevalt inimesest. Kui hobi/töö sellist asja ei nõua, siis ei ole vajalik. Vajalik oleks näiteks siis, kui ollakse avalik esineja või kuskil aktivist, nt DJ, ürituste korraldajad ja*

muud taolised tegelased, kes edastavad aegajalt ikka infot enda tehtud tööde ja asjade promomiseks.

- *Et inimesed saaksid mind kiiresti üles leida!*
- *Kindlasti saaks ilma, aga võibolla ajaviiteks ja vanade sõpradega suhtlemiseks on vajalik.*
- *Enesereklaam, klientide leidmine, oma töö tutvustamine.*
- *Suhtlemiseks, info vahetamiseks, uudiste hankimiseks.*

Vastuste järgi, konto omamine ja võrgustike kasutamine on vajalik:

- ✓ sõpradega ja sugulastega kontakti hoidmiseks, eriti nendega, kes elavad välismaal
- ✓ tööine vajadus
- ✓ meedia ja informatsiooni vahetamiseks
- ✓ vajalike inimeste kiireks leidmiseks ja uute inimestega tutvumiseks.

6.2.2 Privaatsuse olulisus kasutajate jaoks

Et aru saada, kui oluline on privaatsus ja anonüümsus sotsiaalvõrgustike kasutajate jaoks, uurisin, milliseid andmeid nad jagavad ja millise informatsiooni jätavad kõikidele avalikuks.

Kui vaadata diagrammi 8, on nähtav, et inimesed jagavad sotsiaalvõrgustikes üsna palju isiklikku informatsiooni ja andmeid. Sotsiaalvõrgustiku kasutajatele jääb avalikuks väga oluline isiklik informatsioon nagu e-mail, sünniaeg, isiklik informatsioon (huvid ja tegevused), haridus ja töö, kasutaja pildid, msn/skype/icq ning isegi telefoni number ja aadress.

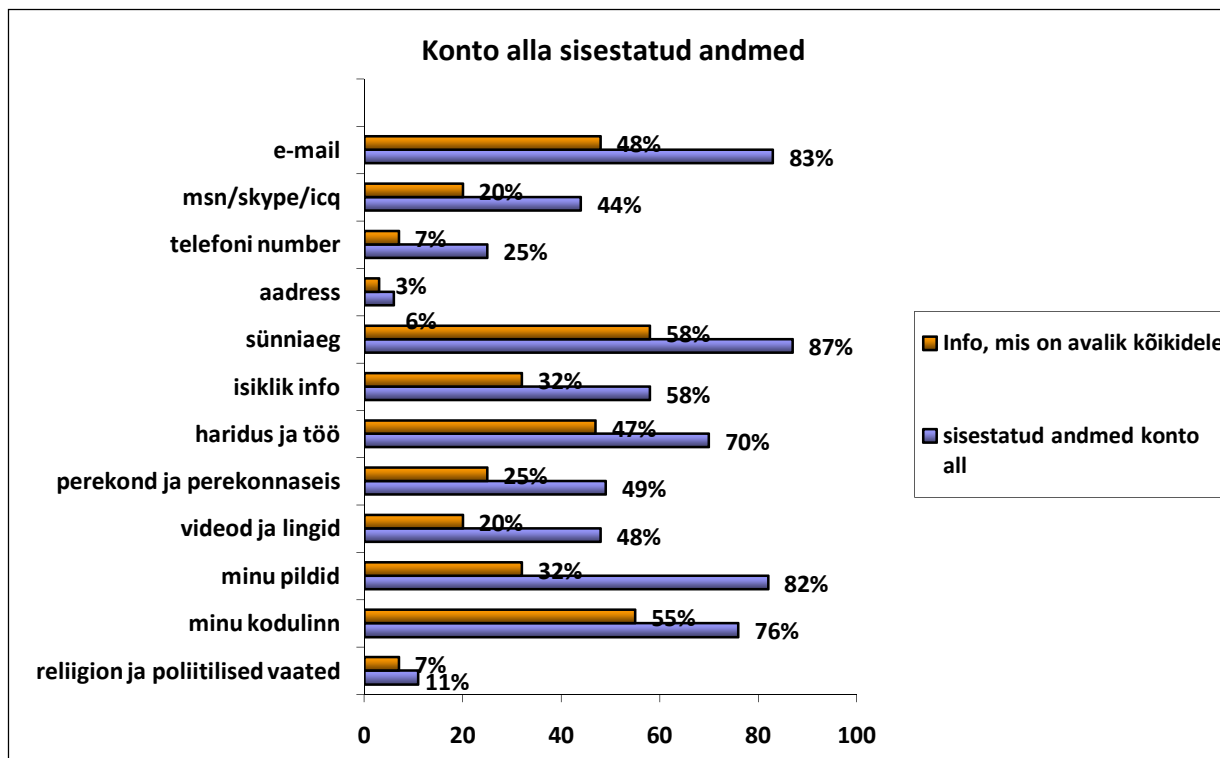


Diagramm 8. Kasutajate konto alla sisestatud andmed

Et selgitada välja, mis motiivid on kasutajatel oma isikliku informatsiooni jagamisel, oli antud järgmine küsimus: „Miks jagate teistega enda isiklikku informatsiooni (sünniaeg, huvid, töö jt) sotsiaalvõrgustikus?“, mille järgi 20 (29%) inimest vastasid, et tahavad väljendada, kes nad on; 26 (38%) inimest arvavad, et teistele on oluline teada, näiteks millal on nende sünnipäev; 11 (16%) inimest vastasid, et privaatsus ei ole neile oluline ja andmed võivad olla avalikud; 46 (67%) inimest jagavad isiklikke andmeid ainult oma sõpradele ja 11 (16%) kasutajat arvavad, et keskkonnades, mida nad kasutavad, on need andmed turvaliselt hoitud.

Edasi on uurisin, kui avalik on kasutajate profiil, st kellel on juurdepääsu õigus ja kes saab infot juurde postitada (kommenteerida, lisada linke, pilte jne). Küsitluse järgi 55 (75%) inimest vastasid, et profiili juurdepääs on lubatud ainult sõpradele, 2 (3%) inimest vastasid, et juurdepääs on piiratud kõigile ja 14 (19%) inimest vastasid, et nende profiilidel on kõik avalik (vt diagrammi 9).

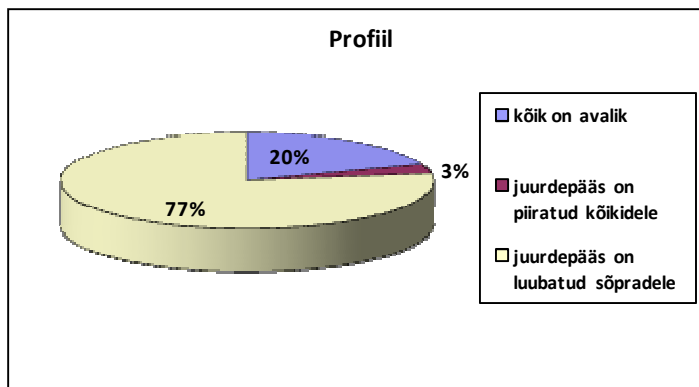


Diagramm 9. Juurdepääs kasutajate profiilide

Küsimusele „Kas teie profiilile saavad inimesed infot juurde postitada?“ 19 (26%) kasutajat vastasid, et kõik saavad, 52 (71%) kasutajat vastasid, et ainult sõbrad saavad ja ei olnud ühtegi vastust, et profiili sein on kõikidele suletud. Kui kasutaja profiili seinale saavad postitada infot juurde kõik kasutajad, st profiili informatsioon ja seina sisaldus on nähtavad kõikidele kasutajatele, toob see endaga kaasa privaatsuse riskid.

Vastajatelt küsiti, kas nad kasutavad sotsiaalvõrgustikku registreerimisel oma pärisnime või varjunime, mille järgi enamus (52%) inimesi vastasid, et kasutavad nii pärisnime kui ka varjunime. 41% vastajatest kasutavad alati pärisnime ja ainult 3% kasutavad varjunime. Seega võib väita, et enamusele vastanud inimestele anonüümsus on ikka oluline.

Kokkuvõtteks on küsitluse järgi tehtud võrdlus, mis näitab, kui olulised on privaatsus ja anonüümsus sotsiaalvõrgustike kasutajate jaoks (vt diagrammi 10).

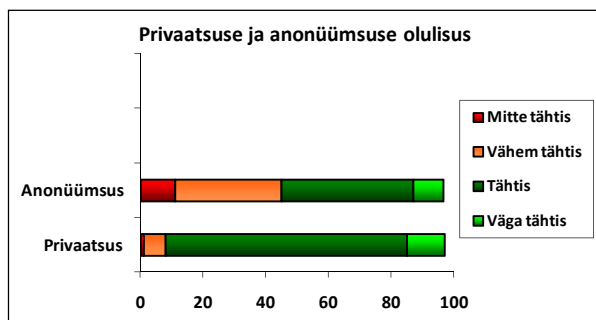


Diagramm 10. Privaatsuse ja anonüümsuse olulisus sotsiaalvõrgustike kasutajate jaoks

12% vastajate jaoks privaatsus e-keskkonnas on väga tähtis ja nad kindlasti sooviksid varjata ka oma päris nime. 77% vastasid, et privaatsus on nendele tähtis ja ainult 7% vastajatele privaatsus on vähem tähtis ning 1% vastajatele mitte tähtis. 10% inimesi vastasid, et anonüümsus on nende jaoks väga tähtis ja nad ei soovi, et neid võrgustikest üles leitakse, 42% kasutajatele on anonüümsus tähtsal kohal, 34% - vähem oluline ja 11% vastasid, et anonüümsus on nende jaoks mitte oluline.

Vaatamata sellele, kui palju kasutajad jagavad isiklikku informatsiooni ja jätavad oma profiili avalikuks kõikide kasutajatele, on sotsiaalvõrgustike kasutajate jaoks privaatsus ja anonüümsus siiski olulised. Rääkides nendest inimestest, kellele privaatsus on ikka oluline, võivad avaliku juurdepääsu põhjusteks olla näiteks aja puudus, et piirata juurdepääsu; vähene teadmine, kuidas seadistada privaatsuse seadeid ja jällegi aja puudus; või ei ole mõeldud, kui oluline on privaatsuse teema ja andmete kaitsmine.

6.2.3 Privaatsuse riskid

Selles uurimuse osas uurisin, kui kindlad on inimesed oma isikliku informatsiooni kaitsmises, millist informatsiooni andmete kuritarvitamise kohta nad valdavad ja miks juhtub, et kasutajate isiklikud andmed kaotavad oma privaatsust.

Kõigepealt oli oluline teada, kas inimesed tutvuvad veebilehe privaatsuspoliitikaga, mis on väga tähtis privaatsuse säilitamiseks, enne kui sinna konto loovad. Küsitluse järgi selgus, et 21% vastanutest mitte kunagi ei tutvu privaatsuspoliitikaga, 59% vastanutest mõnikord tutvuvad ja ainult 16% alati tutvuvad veebilehe privaatsuspoliitikaga. Privaatsuse seadete kohta sain natuke parema tulemuse: 41% kasutajatest aegajalt kontrollivad oma privaatsuse seadeid, kas seal on midagi muutunud või mitte, 37% kasutajatest mõnikord kontrollivad ja 19% ei kontrolli üldse oma privaatsuse seadeid (vt diagrammi 11 ja 12).

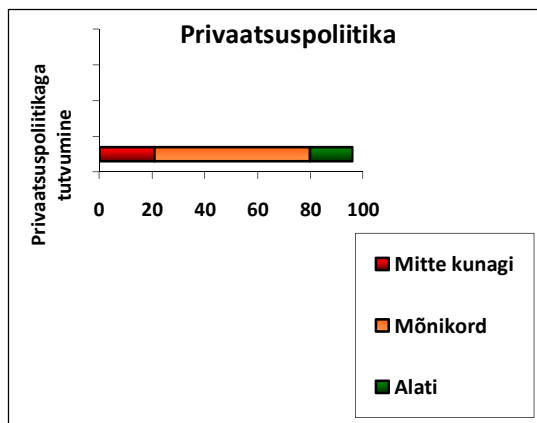


Diagramm 11.

Privaatsuspoliitikaga tutvumine

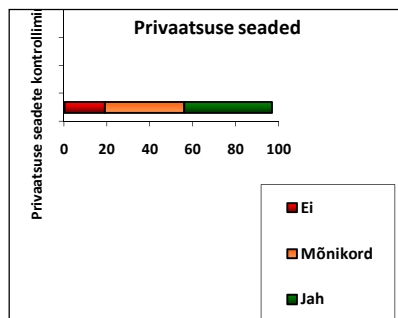


Diagramm 12.

Privaatsuse seadete üle kontrollimine

Samuti oli vastajatele antud küsimused, mille järgi selgitati välja, et 86% vastajatest kasutavad profiili avatarina oma enda pilti, 81% vastajatel on loodud galeriid, kus on üles laetud neid kujutavad pildid ja samuti on leitavad ka tuttavate pildid ja 75% kasutajatest vastasid, et nende profiilide all on olemas neid kujutavad pildid, mis tegelikult asuvad kellegi teise galeriis (vt tabeli 4).

Küsimused:	Vastajate arv (%)	
	JAH	EI
Kas teie profiili avatarina (esilehe pilt) on kasutusel teie enda pilt?	86%	14%
Kas teie profiili all on loodud galeriid, kus on üles laetud teid kujutavad pildid?	81%	19%
Kas teie profiili galeriist on leitavad ka teie tuttavate pildid?	81%	19%
Kas teie profiili alla on „taggitud“ pildid teist, mis tegelikult asuvad kellegi teise galeriis?	75%	25%

Tabel 4. Küsimused kasutajate galeriite ja piltide kohta

Need tulemused näitavad, et enamus inimesi laadivad kontole üles nii oma pilte kui ka tuttavate pilte. Seega inimestel on raske kontrollida oma isiklike andmete privaatsust, eriti kui neid kujutavad pildid, mis asuvad kellegi teise galeriis, ei ole märgitud ehk "taggitud".

Väga huvitav oli teada, milline on kasutajate suurema võrgustiku suurus ja kui paljud võrgustiku kontaktidest on päris sõbrad kasutajate jaoks (selles mõttes, et kellega päriselus suhtlevad ja keda usaldavad). Tulemuste järgi selgub, et kõige rohkem on kasutajaid, kellel on 101-200 kontakti ja 201-400 kontakti ning kõige rohkem inimesi (35%) vastasid, et ainult 11-30 kontaktidest on päris sõbrad ja inimesed, keda nad usaldavad.

Küsimusele „Kas kontaktide hulgas on ka neid, keda olete vastu võtnud sõbraks, sest ei oleks sobilik keelduda (nt tööandja, sugulased, niisama tuttavad, võõrad)?“ on järgmised tulemused (vt diagrammi 13):

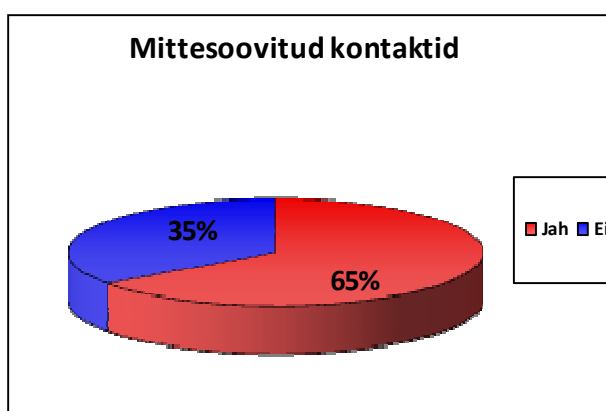


Diagramm 13. Mittesoovitud kontaktid

65% inimest on vastu võtnud sõbraks neid, keda ei tahtnud lisada kontaktide nimekirja ja seal hulgas on ka võõraid inimesi, mis on väga ohtlik isiklike andmete privaatsuse jaoks ja toob endaga kaasa suured riskid.

On oluline teada, mida arvavad inimesed interneti kohta, kui anonüümne ja privaatne on internet nende meelest ning kui kindlad nad on oma andmete ja isikliku informatsiooni kaitsmisel. 19% vastajatest arvavad, et internet on anonüümne ja privaatne ning 81% vastajatest arvavad teistpidi (vt diagrammi 14). Ainult 18% vastajatest on kindlad, et nende isiklik informatsioon sotsiaalvõrgustikus on kaitstud ja keegi ei hakka seda nende vastu kasutama (vt diagrammi 15).

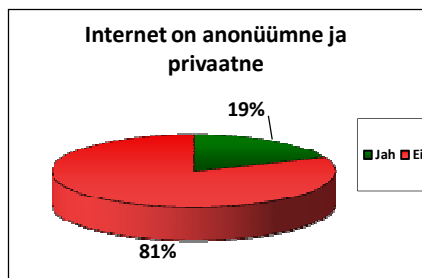


Diagramm 14. Kasutajate arvamus interneti privaatsuse ja anonüümsuse kohta.

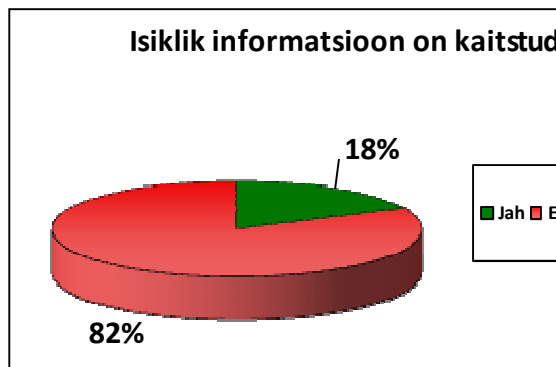


Diagramm 15. Kui kindel on kasutajad oma andmete kaitsmisel.

Enamuste inimeste arvamus järgi, ei ole internet privaatne ja anonüümne ning inimesed ei ole kindlad, et nende isiklik informatsioon on kaitstud, kuid kasutades sotsiaalvõrgustikke, kasutajad ikka avaldavad oma andmeid ja jagavad palju informatsiooni.

Seega oli huvitav teada, kas inimesed üldse tunnevad muret, et nende või kellegi teise kontol on kättesaadavad isiklikud andmed. Tulemuste järgi 25% vastajatest tunnevad muret, 48% - vahel tunnevad muret ja 27% vastajatest üldse ei tunne muret. Minu arvates üsna palju inimesi ei tunne muret, samuti on vastajate seas ka inimesi, kes ei ole kindlad, et nende isiklik informatsioon on kaitstud.

Vastajatelt küsiti, kas nad võtavad midagi ette, et parandada oma ning tuttavate andmete kaitstavust ja saadi järgmised tulemused:

Vastused:	Vastajate arv	
Jah, muudan enda konto privaatsuse seadeid/ annan tuttavale nõu, et ta neid muudaks	42	60%
Ei oska midagi ette võtta	14	20%
Pole aega olnud asjaga tegeleda, kuigi tahaks	15	21%

Tabel 5. Tulemused

Tulemuste järgi on olemas inimesed, kes ei oska midagi ette võtta, et parandada oma andmete kaitstavust, seetõttu kaasnevad privaatsuse riskid.

19% vastajatest on kokku puutunud sellega, et nende andmeid on kuritarvitatud ja 12% vastasid, et see juhtus tuttavatega. Küsimusele „Mis on teie meelest kõige hullem, mis võiks

juhtuda läbi sotsiaalvõrgustiku, kui inimene postitab sinna üles liiga palju isiklikku informatsiooni?“ vastasid 68% inimest, vaatamata sellele, et küsimus oli lahtine ning ei nõudnud vastust. See näitab veel kord, et andmete privaatsus sotsiaalvõrgustikes on tähtsal kohal vastajate jaoks.

Mõned vastused :

- *Kiusama hakatakse, ahistama, teised inimesed ei saa päriselus aru, milline inimene ta tegelikult on.*
- *Identiteedi vargus.*
- *Identiteedi vargus, probleemid hilisemas elus töö leidmisega (kui tegemist on piltidega, mis võivad mõjutada tööandjat).*
- *Otsitakse üles ja hakatakse jälitama, kui teatakse aadressi.*
- *Rahaline kahju (koduvargus reisil olles), maine kahju (olenevalt isiklikust infost, mida postitatud on), kahju teistele (kui info ei piirdu ainult endaga ja jagatakse ka teiste kohta andmeid).*
- *Ahistamine, sõprade kaotamine, kiusamine.*
- *Keegi võtab laenu sinu nime peale.*
- *Minu jaoks on ebanormaalne, kui inimesed, keda sa ei tea, teavad sinust peaaegu kõik.*
- *Spämmimine e-maili kaudu, kontaktandmete kuritarvitamine, ahistamine, terroriseerimine, manipuleerimine.*
- *Kui keegi teeb minust varikonto ja esineb minuna.*
- *Võib jääda töökohast ilma või mitte saada soovitud töökohta; šantaaž, vargused.*

Küsimusele „Kelle poole pöördusid, kui midagi sotsiaalvõrgustikus halba peaks juhtuma?“ on saadud erinevaid vastuseid. Kõige enam oli vastuseid nagu administraatorile ja võrgustiku haldaja poole, politsei poole, IT-spetsialisti poole, sõbra poole ja mõned inimesed vastasid, et

ei tea, kelle poole pöörduda, kui sotsiaalvõrgustikus midagi halba juhtuks. 24% vastajatest ei vastanud selle küsimusele, seega võib teha kokkuvõtte, et siiski mitte kõik inimesed ei tea, kelle poole pöörduda, kui juhtub näiteks mingi kuritegevus sotsiaalvõrgustikus.

Küsitluse tulemuste järgi 90% vastajatest arvavad, et inimestele peaks enam tutvustama ohte, mis võivad tekkida läbi sotsiaalvõrgustiku (vt diagrammi 16).

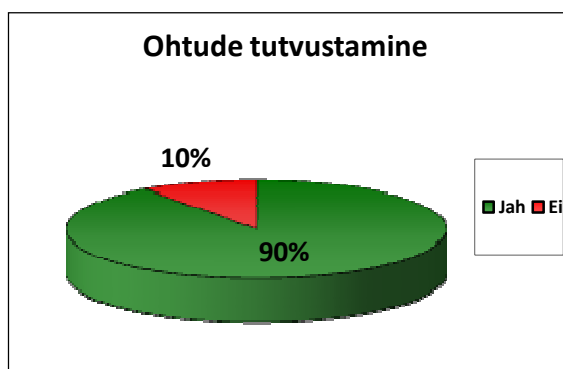


Diagramm 16. Inimestele ohtude tutvustamine, mis võivad tekkida läbi sotsiaalvõrgustiku

Tuleb välja, et inimestele ei anta piisavat informatsiooni ohtudest, mis võivad tekkida läbi sotsiaalvõrgustiku ja võrgustike kasutajad tahavad saada rohkem informatsiooni selle kohta.

6.3 Järeldused

- Tulemused näitasid, et küsitlusele vastanud inimesed on väga aktiivsed sotsiaalvõrgustike kasutajad. Inimestele väga meeldib jälgida teiste kasutajate kontode sisaldust, näiteks vaadata pilte ja videosid, lugeda kommentaare ja teisi postitusi, samuti osalevad kasutajad väga aktiivselt oma profiili all, postitavad kommentaare, oma mõtteid, linke jm.
- Enamuse vastanutest arvamuse järgi, ei ole internet privaatne ja anonüümne ning inimesed ei ole kindlad, et nende isiklik informatsioon on kaitstud, kuid kasutades sotsiaalvõrgustikke, kasutajad ikka avaldavad oma andmeid ja jagavad välja palju informatsiooni.

- Inimesed jagavad üsna palju isiklikku informatsiooni ja andmeid sotsiaalvõrgustikes, samuti jääb väga oluline isiklik informatsioon avalikuks kõikide sotsiaalvõrgustiku kasutajatele. On piisavat inimesi, kelle profiilid on avalikud ning profiili informatsioon ja seina sisaldus on nähtavad kõikidele kasutajatele. Vaatama sellele, inimesed väidavad, et privaatsus on nende jaoks olulisel kohal.
- 50% kasutajatest vastasid, et anonüümsus sotsiaalvõrgustikus on tähtis, kuid ainult 3% nendest kasutavad varjunime sotsiaalvõrgustikku registreerimisel ja enamus (86%) vastajatest kasutavad profiili avatarina oma enda pilti.
- Sageli ei tutvu inimesed veebilehete privaatsuspoliitikaga. Tulemuste järgi on olemas valimis ka inimesed, kes ei oska midagi ette võtta, et parandada oma andmete kaitstavust.
- Kasutajad võtavad vastu sõbraks neid, keda ei tahaks lisada kontaktide nimekirja ja seal hulgas on ka võõraid inimesi.
- Küsitluse tulemused näitavad, et inimesed on enam vähem kursis, millised privaatsuse riskid on olemas ja mis halba võib juhtuda sotsiaalvõrgustikus, aga tundub, et nad väga harva mõtleavad selle peale, kuna ei võta midagi ette, et parandada oma isiklike andmete privaatsust.

Enamik olid nõus, et inimestele peaks enam tutvustama ohte, mis võivad tekkida läbi sotsiaalvõrgustiku.

6.4 Soovituste loetelu sotsiaalvõrgustikke tavakasutajatele

Sotsiaalvõrgustikku registreerimine (konto loomine):

- ✓ registreerimisel lugege kindlasti privaatsuse poliitikat (*Privacy Policy*), mis annab teada külastajatele sellest, millised andmed salvestatakse veebilehe viibimise ajal ja

mis eesmärgil seda tehakse ning kirjeldab kasutaja isikuandmete töötlemise protsesse veebilehe teenuseid kasutades.

- ✓ sotsiaalvõrgustiku registreerimisel küsitatakse Teie isiklike andmeid. Kui see on võimalik, ärge sisestage andmeid, mida Te ei ole valmis avaldama teistele inimestele;
- ✓ kui Te ei ole kindel, siis konsulteerige mõne juba keskkonda kasutava inimesega;
- ✓ parem on keskkonna tegemisest loobuda või luua endale internetti uus virtuaalne identiteet, kui kannatada hiljem vähest privaatsusest tekkinud ohtude läbi.

Kasutaja andmetele juurdepääsu kontrollimine:

- ✓ kui privaatsus sotsiaalvõrgustikes on Teie jaoks oluline, mõelge, millist informatsiooni Te ei tahaks avaldada kõigile kasutajatele ja kindlasti muutke oma privaatsuse seadeid. Valige, millist osa oma kasutaja profiilis tahate avaldada ja kellele. Näiteks Facebookis Teie „sein“ saab olla avatud kõigile, aga Teie fotosid saab näidata ainult sõpradele või sõprade sõpradele. Samad seaded kehtivad ka Teie isikliku informatsiooni, hariduse, töö, kontaktandmete kohta;
- ✓ kui on võimalik, siis kasutage https loginit ning kui Te peate seda muutma, siis ärge unustage seda ka tagasi muutmast;
- ✓ ärge unustage aegajalt kontrollida oma privaatsuse seadeid, kas seal on midagi muutunud või mitte, kuna on juhtunud, et seadeid oli muudetud ja seega kasutajate andmed avalikustatud;
- ✓ ärge avage võõrastele inimestele juurdepääsu oma isiklikele andmetele. Sa ei pea viisakusest kõigiga sõber olema;
- ✓ ärge kasutage kolmanda osapoole aplikatsioone, mis küsivad ligipääsu kasutaja profiili informatsioonile, piltidele ja sõprade informatsioonile jt.

Informatsiooni jagamine:

- ✓ sotsiaalvõrgustiku kasutajad peavad olema ettevaatlikud informatsiooni jagamisel (mis informatsiooni ja kellele nad jagavad). Mida vähem isiklikku informatsiooni kasutajad jagavad, seda parem;

- ✓ kirjutades blogides ja foorumites (nt kolleegidest või tööandjatest), pilte avaldades ja kommenteerides, tuleb teistelt inimestelt selleks luba küsida;
- ✓ tuleb arvestada faktiga, et internetis levitakse informatsiooni väga kiiresti ning seda ei ole võimalik eemaldada. Informatsiooni pole vaja otsida, seda võib näha juhuslikult;
- ✓ märkige ainult elektroonilisi sidevahendeid, näiteks e-mail või msn/isq/skype numbrid;
- ✓ kui on võimalik, kasutage varjunime.

Kasutaja profiili kuritarvitamine:

- ✓ peaaegu kõik sotsiaalvõrgustiku veebilehed (Facebook, MySpace, Vkontakte, Orkut, Odnoklassniki jt) võimaldavad blokeerida üksikasutajaid, teatada rämpspostitusest ja profiili kuritarvitamisest;
- ✓ sotsiaalvõrgustike veebilehtedel on olemas abikeskused, kuhu võib pöörduda, kui midagi halba juhtub (näiteks Teie konto on ohus, keegi tülitab või ründab Teid jt.);
- ✓ pahategevuse ilmnemise korral peavad kasutajad pöörduma võrgustiku administraatorite poole;
- ✓ lõppkasutajad peaksid turvaintsidentide korral pöörduma oma interneti teenuse pakkuja poole või siis oma organisatsiooni süsteemadministraatorite poole, kes vajadusel teevad koostööd CERT (*Computer Emergency Response Team*) Eestiga, organisatsiooniga, mis käsitleb Eesti arvutivõrkudes toimuvaid turvaintsidente (www.cert.ee);
- ✓ samuti tegeleb Politsei- ja piirivalveamet kübertegevuse ja küberkiusamise probleemidega;
- ✓ Samamoodi on võimalik saada erinevat e-turvalisuse alast teavet www.targaltinternetis.ee mille puhul on tegemist Euroopa Liidu projekti Eesti programmiga ja mille eesmärgiks on laste ja lapsevanemate targem internetikasutus ning ebaseadusliku sisuga materjalide leviku piiramine internetis.

- Eestis saab pöörduda abi saamiseks ka 116111 abiliini numbrile või veebilehele www.lasteabi.ee
- Kui märkda veebilehtedel või võrgustikes, midagi meie seadustele mittesobivat (sisu osas) siis saab sellest teada anda vihjeliinile www.vihjeliin.ee

Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö „Privaatsus sotsiaalvõrgustikes“ peamised eesmärgid olid:

- uurida keskkondade poolt pakutavaid privaatsuspoliikaid ja seadeid;
- teada saada millised on põhilised privaatsuse riskid ja valimi käitumine võrgustikes;
- anda soovitusi kasutajatele, kes on oma võrgustikus konto juba loonud või hakkab seda looma.

Töös on tehtud ülevaade sotsiaalvõrgustikke arengust ja kasutamisest, on uuritud põhilised privaatsuse riskid ning tehtud suhtlusvõrgustikke Facebooki, Vkontakte ja Orkuti privaatsuse seadete võrdlus.

Eesmärgi täitmiseks olin läbi viinud empiirilise uuringu 71 tavakasutaja hulgas, kes on juba kuskil võrgustikus leitav, et seletada välja kui olulisel kohal on privaatsus kasutajate jaoks ja kuidas inimesed on oma käitumist/konto seadeid muutnud (seadistanud kontot).

Uuringu tulemuste järgi seletasin välja, et privaatsus on olulisel kohal inimeste jaoks, kuid samal ajal nad jagavad üsna palju isiklikku informatsiooni ja andmeid sotsiaalvõrgustikes, ja väga oluline isiklik informatsioon jääb avalikuks kõikide sotsiaalvõrgustikku kasutajatele, ning samuti on inimesed, kes ei oska midagi ette võtta, et parandada oma andmete kaitstavust, mis toob endaga privaatsuse riske.

Kokkuvõtteks võib öelda, et inimestele peaks enam tutvustama ohte, mis võivad tekkida läbi sotsiaalvõrgustiku.

Lõpetuseks olen kokku kogunud soovitusel, kuidas võrgustikes paremini ellu jääda. Samas tegelema peab turvalisuse ja privaatsuse asjus ikka inimene ise, meie teised saame olla, vaid head nõustajad ja soovitajad ning ohtudest teavitajad.

Summary

Nowadays the most topical subject about the Internet is the public privacy. Privacy stands for accessing the data of other people, data protection as well as abusing usage of this data against anyone.

Author has analyzed users' behaviour on the network and their privacy.

There are some investigations made during this thesis:

- Privacy settings and politics of the social networks.
- Privacy basic risks.

Research section of this thesis is devoted to the investigation of the social network users. Läbi on viidud uuring 71 sotsiaalvõrgustiku kasutaja hulgas (enamasti Facebook). The analysis and finding out of the major mistakes people make using social networks as well as the possibility to affect them are provided. At the end, users are given an advice on how to create an account and to protect their own privacy in social networks.

The result of the research and survey showed that people need to be more informed in the area of the privacy, since not all users are warned about all the risks of public privacy and their data protection.

Thesis contains 48 sources, 6 images, 16 charts, 1 appendix and the bachelor length is 60 pages.

Kasutatud kirjandus

About Flickr (2011) <http://www.flickr.com/about/> (01.05.2011)

About Friendster (2011) <http://www.friendster.com/info/index.php> (01.05.2011)

About YouTube (2011) http://www.youtube.com/t/about_youtube (01.05.2011)

Arunjants, G. (2010). Информационная революция, высокие информационные технологии: позитивные и негативные последствия <http://bief.ru/wp-content/uploads/2010/09/319.pdf> (03.05.2011)

Bidgoli, H.(2004). The Internet encyclopedia. *Publisher: John Wiley & Sons* , 345.
http://books.google.ee/books?id=ghrlmdSu0I0C&pg=PA345&lpg=PA345&dq=website+must+conclude+privacy+policy&source=bl&ots=tNKhDYPhT&sig=BxWfyb3nJxWzE0c9YAhQ2sbi594&hl=et&ei=Caq-Te20G4nvsga18JXzBQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CCcQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false (02.04.2011)

Bloch, E. (2010). The 2010 Social Networking Map <http://www.flowtown.com/blog/the-2010-social-networking-map> (02.05.2011)

Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2007) Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (01.05.2011)

Calabrese, E. (2009) Facebook alibi saves jailed teen
http://www.nypost.com/p/news/local/brooklyn/item_FCfvxWbwZOC4CCcgmG8RbI
(02.05.2011)

Checkfacebook (2011) <http://www.checkfacebook.com/> (01.05.2011)

Cormode, G., Krishnamurthy, B. (2008) Key Differences between Web1.0 and Web2.0. *AT&T Labs–Research*. <http://www2.research.att.com/~bala/papers/web1v2.pdf> (01.05.2011)

Davies, L. (2010) Timeline: a history of social networking sites
<http://lauramdavies.wordpress.com/2010/02/11/timeline-a-history-of-social-networking-sites/>
(01.05.2011)

Eecke, P., Truyens, M. (2010) Privacy and social networks. *University of Antwerp, Intellectual property and technology department.*

Eesmaa, P. (2010) 7 uskumatut Facebooki lugu

<http://www.naistemaailm.ee/index.php?module=article&id=32577> (02.05.2011)

Fact Sheet (2011) <http://www.myspace.com/pressroom/fact-sheet/> (01.05.2011)

Flickr: The Help forum (2009) <http://www.flickr.com/help/forum/en-us/97258/#reply637808> (01.05.2011)

Fogel, J., Nehmad, E. (2009) Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 159

Free SSL Certificates from a Free Certificate Authority (2009)

<http://www.sslshopper.com/article-free-ssl-certificates-from-a-free-certificate-authority.html> (03.04.2011)

Getting, B. (2007) Basic Definitions: Web 1.0, Web. 2.0, Web 3.0

<http://www.practicalecommerce.com/articles/464-Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0> (01.05.2011)

Google unveils new look for Orkut (2009). *The Economic Times*

http://articles.economictimes.indiatimes.com/2009-10-30/news/27643870_1_orkut-social-networking-user-interface (01.05.2011)

Hoadley, C.M., Xu, H., Lee, J.J., Rosson, M. B. (2008) Privacy as information access and illusory control: The case of the Facebook News Feed privacy outcry. *College of Information Sciences and Technology*, 53-44 <http://faculty.ist.psu.edu/xu/papers/ecra.pdf> (30.05.2011)

Kalda, K. (2009) Mis on Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0? <http://www.okia.ee/blog/2009/04/mis-on-web-10/> (01.05.2011)

Kalda, K. (2009) Mis on Web 3.0? <http://www.okia.ee/blog/2009/06/mis-on-web-30/> (01.05.2011)

Korp, E., Rääk, R. (2004) Laistekaitsetöö kohalikus omavalitsuses. *EV Sotsiaalministeerium Tevriise Arengu Instituut*, 9

http://www.sm.ee/fileadmin/meedia/Dokumendid/Sotsiaalvaldkond/lapsed/lastekaitse/Lastekaitsetoeoetaja_20kasiraamat.pdf (01.05.2011)

- Kyrnin, J. (2007) What is HTTPS - Why Secure a Web Site
<http://webdesign.about.com/od/ecommerce/a/aa070407.htm> (01.05.2011)
- Lezerjokov, V. (2008) История создания Одноклассники.ru.
<http://www.biztimes.ru/index.php?artid=346> (03.05.2011)
- LinkedIn Press Center, About us (2011) <http://press.linkedin.com/about/> (01.05.2011)
- List of social networking websites (2011)
http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites (01.05.2011)
- Lojanits, A. (2010) Стереть себя из Интернета невозможно
<http://ruformator.ru/news/article069F5/default.asp> (01.05.2011)
- Mushtaq, A. (2008) Privacy in Online Social Networks. *Helsinki University of Technology*
http://www.cse.tkk.fi/en/publications/B/1/papers/Mushtaq_final.pdf (01.05.2011)
- Orkut Review. <http://www.appappeal.com/app/orkut/> (02.04.2011)
- Picard, A. (2011) The history of Twitter, 140 characters at a time
<http://www.theglobeandmail.com/news/technology/tech-news/the-history-of-twitter-140-characters-at-a-time/article1949299/> (02.05.2011)
- Platov, A. (2007) Социальные сети: феномен коллективного разума
<http://www.nestor.minsk.by/sr/2007/04/sr70414.html> (01.05.2011)
- Press Releases (2011) <http://www.friendster.com/info/presscenter.php?A=pr72> (01.05.2011)
- Previous Twitter Privacy Policy (2009) https://twitter.com/tos_archive/privacy_2
(30.04.2011)
- Privacy and Human Rights 2003: Overview
<https://www.privacyinternational.org/survey/phr2003/overview.htm> (01.05.2011)
- Privacy Policy info (2010) <http://www.privacypolicyinfo.com/info-needed-on-website-privacy-policy.html> (02.05.2011)
- Rip, D. (2008) Privacy Risks for Users of Social Network Sites
<http://privacyinsocialnetworksites.wordpress.com/> (02.05.2011)

- Smith, C., Kanalley, C. (2011) Fired Over Facebook
[http://www.huffingtonpost.com/2010/07/26/fired-over-facebook-posts_n_659170.html#s114542&title=Waitress Fired For](http://www.huffingtonpost.com/2010/07/26/fired-over-facebook-posts_n_659170.html#s114542&title=Waitress+Fired+For) (02.05.2011)
- Smith, W., Kidder, D. (2010) You've been tagged! (Then again, maybe not): Employers and Facebook. *College of Business & Economics, University of Hartford.*
- Social Networking Websites Review (2011) <http://social-networking-websites-review.toptenreviews.com/> (01.05.2011)
- Strickland, J. (2008) How Web 3.0 Will Work <http://computer.howstuffworks.com/web-30.htm> (01.05.2011)
- Tšernets, V., Bazlova, T., Ivanova, E. (2010) Влияние через социальные сети. *Лаборатория социального маркетинга „Сарафанное радио“, Фонд „ФОКУС-МЕДИА“, 30*
- Updated World Map Of Social Networks 2011. <http://reface.me/news/updated-world-map-of-social-networks-2011/> (02.05.2011)
- Website Privacy Policy (2010) <http://www.privacypolicyinfo.com/> (02.05.2011)
- Viejo, A., Castella-Roca, J. (2009) Using social networks to distort users' profiles generated by web search engines. *Institute of Information Systems, dep. of d'Enginyeria Informàtica i Matemàtiques.*
- Õunapuu, K. (2010) Infotehnoloogia ja eetika. http://www.eope.ee/download/euni_repository/file/1307/ITSEA.zip/Infotehnoloogia_ja_eetika.pdf (01.05.2011)
- YouTube Statistics (2011) <http://blog.stellar.net.au/2011/03/youtube-statistics-2011/> (01.05.2011)
- О сайте (2011) <http://vkontakte.ru/help.php?page=about> (01.05.2011)

LISA 1

Küsimustiku küsimused

Milliseid keskkondi kasutate internetis (võrgustikud)?

- Facebook
- MySpace
- Twitter
- Google
- Odnoklassniki
- Vkontakte
- YouTube
- MSN
- Netlog
- LinkedIn
- Flickr
- Geni.com
- Other:

Millised oleksid Teie 3 lemmik-keskkonda, milles veedate kõige enam aega?

Milleks Te võrgustikke enamasti kasutate?

- suhtlemine inimestega, kontakti hoidmine, teiste inimeste eluga kursis hoidmine
- infoallikaks, oma silmaringi laiendamiseks
- niisama ajaviiteks ja meelelahutuseks
- raha, reklaam
- see on töökeskkond, üks töökohustusi
- Other:

Millised nendest toiminguid võrgustikes teete/olete teinud?

- Vaatan pilte ja videosid (teiste kontodelt)
- Laadin pilte ja videoid enda konto alla
- Sõnumite (posti) saatmine ja saamine
- Seina postide/kommentaari lugemine

- Seinapostide/kommentaariume kirjutamine
- Kontakt informatsiooni otsimine ja saamine (email aadress, telefoni number, jt.)
- Üritused/kalendrite kasutamine
- Sõpradega suhtlemine läbi otsesuhtluse
- Rühma/grupiga liitumine
- Uute gruppide/rühmade/lehtede moodustamine
- Mängude mängimine, testide tegemine (applikatsioonid)
- Mobile (mobiiltelefoni) funktsioonide kasutamine
- Other:

Kui oluline on Teie jaoks privaatsus e-keskkonnas?

- Väga tähtis, kindlasti sooviksin varjata ka oma päris nime
- Tähtis
- Vähim tähtis
- Mitte tähtis

Aga anonüümsus?

- Väga tähtis, ma ei soovi, et mind võrgustikest isegi üles leitakse (kui mul seal konto on)
- Tähtis
- Vähim tähtis
- Mitte tähtis

Kas Teie profiili avatarina (esilehe pilt) on kasutusel teie enda pilt?

- Jah
- Ei

Kas teie profiili all on loodud galeriid, kus on üles laetud teid kujutavad pildid?

- Jah
- Ei

Kas teie profiili galeriist on leitavad ka teie tuttavate pildid?

- Jah
- Ei

Kas teie profiili alla on „taggitud“ pildid teist, mis tegelikult asuvad kellegi teise galeriis?

- Jah
 Ei

Kas postitate oma profiili seinale mõtteid, linke, kommentaare?

- Jah
 Ei

Kas osalete aktiivselt(iga nädal) teiste profiilide all – postitate kommentaare, linke, „like“?

- Jah
 Ei

Sotsiaalvõrgustikus leiab teie kohta järgmised andmeid (on teie konto alla sisestatud):

- e-mail
 msn/skype/icq aadress
 telefoni number
 aadress
 minu sünniaeg
 isiklik informatsioon(tegevused, huvid)
 haridus ja töö
 perekond ja perekonnaseis
 minu videod ja lingid
 minu pildid
 minu kodulinn
 religioon ja poliitilised vaated

Millise informatsiooni neist jätate tavaliselt kõikidele ka avalikuks?

- e-mail
 msn/skype/icq aadress
 telefoni number
 aadress
 minu sünniaeg
 isiklik informatsioon(tegevused, huvid)
 haridus ja töö

- perekond ja perekonnaseis
- minu videod ja lingid
- minu pildid
- minu kodulinn
- usulised ja poliitilised vaated

Miks jagate teistega enda isiklikku informatsiooni (sünniaeg, huvid, töö jt) sotsiaalvõrgustikus?

- väljendada, kes ma olen
- inimestele on oluline teada näiteks millal on minu sünnipäev
- privaatus ei ole mulle oluline, need andmed võivad olla avalikud
- jagan isiklike andmeid ainult oma sõpradele
- keskkonnades, mida kasutan on need andmed turvaliselt hoitud
- Other:

Kas teie profiil on avalik kõigile kasutajatele või olete privaatsuse seadeid muutnud nt. lisaseaded piltide osas?

- kõik on avalik
- juurdepääs on piiratud kõikidele
- juurdepääs on lubatud sõpradele

Kas teie profiilile saavad inimesed infot juurde postitada (kommenteerida, linke lisada jne)?

- Jah kõik saavad
- Jah sõbrad saavad
- Ei saa (olen profiili seina kõikidele sulgenud)

Kas tutvute veebilehe privaatsuspoliitikaga enne kui sinna konto loote?

- mitte kunagi
- mõnikord
- alati

Kas kontrollite aegajalt oma privaatsuse seadeid üle, kas seal on midagi muutunud?

- jah
- mõnikord
- ei

Milline on teie kõige suurema võrgustiku suurus?

vähem kui 10 kontakti

Kui paljud neist on PÄRIS sõbrad (selles mõttes, et kellega päriselus suhtlete ja keda usaldate)?

vähem kui 5 kontakti

Kas sotsiaalvõrgustiku registreerimisel kasutate oma pärisnime või varjunime?



alati päris nimi



kuidas kunagi



alati varjunimi

Kas kontaktide hulgas on ka neid, keda olete vastu võtnud sõbraks, sest ei oleks sobilik keelduda (nt tööandja, sugulased, niisama tuttavad, vöörad)?



Jah



Ei

Kas teil on olla kohustus sotsiaalvõrgustikus kohal. St te ei saa kontost loobuda?

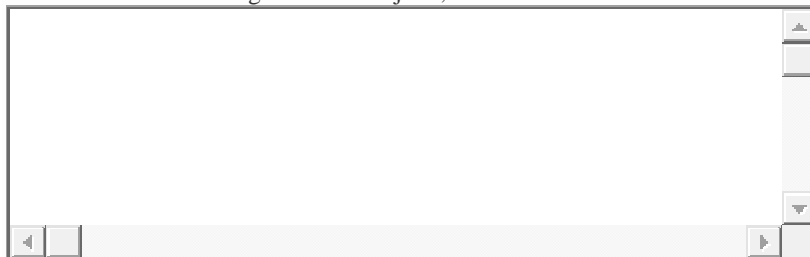


Jah, pean olema kohal ja see on kriitiliselt vajalik



Ei, konto omamine võrgustikus ei ole kriitiliselt vajalik

Kui konto omamine võrgustikus on vajalik, siis miks?



Kas internet on teie meelest anonüümne ja privaatne?



Jah pigem on



Ei pigem ei ole

Kas olete kindel, et teie isiklik informatsioon sotsiaalvõrgustikus on kaitstud ja keegi seda ei hakata teie vastu kasutama?



Jah



Ei

Kas tunnete muret, et teie või kellegi teise kontol on kättesaadavad isiklikud andmed?

- Ei
- Jah
- Vahel

Kui tunnete, kas võtate selle mõttega ka midagi ette?


- Jah muudan enda konto privaatusse seadeid/ annan tuttavale nõu, et ta neid muudaks
- Ei oska midagi ette võtta
- Pole aega olnud asjaga tegeleda, kuigi tahaks

Kas olete kokku puutunud sellega, et teie andmeid on kuritarvitatud?

- Jah on juhtunud
- Jah, see juhtus minu tuttavaga
- Ei tea, et oleks

Mis on teie meelest kõige hullem, mis võiks juhtuda läbi sotsiaalvõrgustiku, kui inimene postitab sinna üles liiga

palju isiklikku informatsiooni?



Kas inimestele peaks enam tutvustama ohte, mis võivad tekkida läbi sotsiaalvõrgustiku?

- Jah
- Ei

Kelle poole pöörduksid, kui midagi sotsiaalvõrgustikus halba peaks juhtuma?



Soovite ise midagi lisada, täpsustada

Teie sugu

Teie rahvus



Eestlane



Venelane



Other:

Vanus

Teie haridus

